

Alexia Barnes Dávila

Relació entre l'addicció a les xarxes socials, l'autoestima i la intel·ligència emocional en la població jove.

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigit per la Dra. Diana Ribes Fortanet

Grau de Psicologia



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Tarragona

2023

Resum:

L'ús de les xarxes socials ha incrementat exponencialment en els últims anys canviant la forma en la que les persones es relacionen a través del Internet. Aquest ús massiu ha generat una sèrie de conseqüències negatives sobre la salut mental dels seus usuaris.

El present estudi té com a objectiu determinar si existeix alguna relació entre l'ús abusiu de les xarxes socials, l'autoestima i la intel·ligència emocional dels seus usuaris. Per aquesta raó, es van aplicar els tests SMD, EIS i SEI a un total de 60 participants d'entre 18 i 25 anys.

Els resultats obtinguts indiquen que existeix una correlació significativa, de direcció negativa i de baixa intensitat entre les següents variables: Addicció a les xarxes socials – Autoestima global ($r=-0,334$; $p=0,009$); i Addicció a les xarxes socials – Autoestima: pròpia general ($r= -0,412$; $p = 0,01$). D'altra banda, també s'ha observat una correlació significativa positiva i de baixa intensitat entre les variables Intel·ligència emocional i Autoestima global ($r= 0,364$; $p = 0,04$). Finalment, no s'ha trobat cap correlació significativa entre la dependència a les xarxes socials i la intel·ligència emocional ($r=-0,089$; $p=0,501$).

Com a conclusió, s'extreu que l'ús abusiu a les xarxes socials manté està inversament relacionat amb l'autoestima però no s'ha trobat cap relació rellevant entre aquesta primera variable i la intel·ligència emocional.

Paraules clau: Addicció a les xarxes socials, autoestima, intel·ligència emocional, salut mental, joventut.

Abstract:

Social media usage has grown exponentially over the past few years, changing the way people interact through the Internet. This massive use has led to a series of negative effects on its user's mental health.

The purpose of this study is to investigate the relationship between social media abuse, self-esteem, and the emotional intelligence of its users. Therefore, the SMS, EIS, and SEI tests were administered to a total of 60 participants aged 18 to 25 years.

Results indicate that there is a significant, negative, and low-intensity correlation between the following variables: Addiction to social media – Global self-esteem ($r=-0,334$; $p=0,009$); and Addiction to social media – Self-esteem: general self ($r= -0,412$; $p = 0,01$). Furthermore, there were also significant positive correlations between emotional intelligence and self-esteem ($r= 0,364$; $p = 0,04$). Finally, there was no meaningful correlation between social media abuse and emotional intelligence ($r=-0,089$; $p=0,501$).

To conclude, misuse of social media is inversely linked to self-esteem, but no relevant relationship has been found between this first variable and emotional intelligence.

Keywords: Social media addiction, self-esteem, emotional intelligence, mental health, youth.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ TEÒRICA	6
1.1. Les xarxes socials	6
1.1.1. Introducció	6
1.1.2. Conceptualització de l'addicció a les xarxes socials	6
1.1.3. Relació entre l'addicció a les xarxes socials i el gènere	8
1.1.4. Relació entre l'addicció a les xarxes socials i l'edat	8
1.2. La intel·ligència emocional (IE)	9
1.2.1. Conceptualització de la intel·ligència emocional	9
1.2.2. Models teòrics i mesura de la intel·ligència emocional	9
1.2.3. La intel·ligència emocional i l'ús de les xarxes socials	11
1.3. L'autoestima	12
1.3.1. Conceptualització de l'autoestima	12
1.3.2. Mesura de l'autoestima	13
1.3.3. L'autoestima i les xarxes socials	13
2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS	14
2.1. Objectius	14
2.2. Hipòtesis	14
3. METODOLOGIA	15
3.1. Disseny experimental	15
3.2. Participants	15
3.3. Instruments	16
3.4. Procediment	18
3.5. Anàlisi de dades	18
4. RESULTATS	19
4.1. Correlació entre les variables	19
4.2. Prova de U Mann-Whitney	25
4.3. Càlcul de freqüències	26

5. DISCUSSIÓ	26
5.1. Discussió	26
5.2. Limitacions i punts de millora	28
5.3. Futures línies d'investigació	28
6. CONCLUSIONS	29
7. BIBLIOGRAFIA	30

1. INTRODUCCIÓ TEÒRICA

1.1. Les xarxes socials

1.1.1. Introducció

L'ús de les xarxes socials i del Internet s'ha incrementat exponencialment en els últims anys donant pas a un ús massificat i potencialment perillós d'aquestes eines (Allahverdi, 2022). Les xarxes socials permeten connectar a persones de diferents orígens i, alhora, posen a la seva disposició una gran quantitat d'informació simplement amb l'ús d'un clic. Per aquesta raó, avui en dia les xarxes socials juguen un paper molt important en la vida de les persones, ja que depenen d'elles per obtenir des d'entreteniment fins a actualitzacions sobre l'estat del món actual (Kapoor et al., 2017).

1.1.2. Conceptualització de l'addicció a les xarxes socials

Malgrat que la massificació de l'ús de les xarxes socials ha comportat molts canvis positius al funcionament de la societat, s'ha demostrat que el consum massiu d'aquest espai virtual té efectes potencialment negatius sobre la salut mental dels seus usuaris com: increment de l'ansietat, depressió, declivi del rendiment laboral o escolar, etc. (Liu i Ma, 2018).

Segons Herrera-Peco (2021), a l'any 2020 es va observar que el 99,5% de les llars espanyoles disposava d'accés a Internet i que, un 83,1% de les persones d'entre 16 i 74 anys feien un ús diari del Internet. D'aquestes dades, un 62,9% dels homes i un 66,4% de les dones fan ús de les xarxes socials. Aquestes dades apunten a que les xarxes socials ocupen un lloc molt important en la vida diària de les persones i, per aquesta raó, aquest ús abusiu pot arribar a ser problemàtic i patològic, creant una dependència psicològica a aquests espais virtuals (Savci i Aysan, 2017).

Dades com les exposades anteriorment han causat un increment en el sorgiment d'estudis destinats a identificar l'addicció a Internet i a les xarxes socials com a patologies. Segons, Rachubińska et al. (2021), existeixen moltes dificultats que impedeixen classificar de forma correcta l'addicció a Internet a causa de la seva complexitat. A més, han sorgit molts termes per intentar definir aquesta patologia depenent de l'ús que se'n faci d'aquesta eina tecnològica com, per exemple, l'addicció a les xarxes socials. Per

aquesta raó, en els últims anys, l'interès per l'estudi de la dependència a les xarxes socials ha crescut exponencialment.

Segons Hawi & Samaha (2017), l'addicció a les xarxes socials es pot definir com un ús compulsiu de les xarxes socials que causa l'aparició de símptomes d'addiccions conductuals. Aquesta dependència ha resultat en un canvi en el funcionament de les persones, és a dir, depenen d'elles per dur a terme certes tasques o les empren per evitar fer altres activitats que poden ser desagradables. Aquesta dependència és tan pronunciada que s'ha vist que una gran quantitat dels seus usuaris fins i tot dormen amb el mòbil a prop per a poder accedir-hi a ell en el cas que es despertin (Al-Samarraie et al., 2022). Tots aquests factors mencionats anteriorment apunten a un consum destinat a l'evitació (ja sigui de tasques, del malestar o altres elements de la vida diària) resultant en un ús excessiu d'aquests espais virtuals (Reed i Haas, 2023). Tot i que no es coneixin quines són les causes exactes de les addiccions conductuals ni existeixi un tractament definit per aquest tipus de disfuncions, molts estudis han trobat que és necessari, en qualsevol cas, analitzar quin és l'ús habitual que fan els seus usuaris per tal de poder establir un origen i planificar un tractament individualitzat per a cada persona (Rachubińska et al., 2021).

D'altra banda, degut a l'immens interès actual per les conseqüències de l'ús abusiu de les xarxes socials, diversos autors han desenvolupat instruments de mesura per tal d'avaluar el nivell de dependència dels seus usuaris (Yue et al., 2022). En el present treball es destacaran dos: el *Social Media Disorder Scale* (van den Eijnden et al., 2016) i el *Bergen Social Media Addiction Scale* (Andreassen et al., 2016).

El *Social Media Disorder Scale* (van den Eijnden et al., 2016) pren com a referència els criteris diagnòstics del trastorn per addicció als videojocs del Manual Diagnòstic i Estadístic dels Trastorns Mentals Versió 5 (DSM-5), ja que considera que tant l'addicció a les xarxes socials com als videojocs es troben dins de la mateixa categoria: l'addicció al Internet (Allahverdi, F. Z., 2020). Eijnden et al. (2016) van elaborar dues versions d'aquest test: un de 27 ítems i l'altre de 9.

El *Bergen Social Media Addiction Scale* (Andreassen et al., 2016) és un dels instruments més emprats per mesurar la dependència a les xarxes socials (Yue et al., 2022). Tot i així, és una eina que s'utilitza amb l'objectiu d'avaluar el risc a desenvolupar una addicció a les xarxes socials (Soraci et al., 2023).

En el present estudi, es pretén estudiar si existeix alguna relació entre l'ús abusiu de les xarxes socials, l'autoestima i la intel·ligència emocional dels seus usuaris.

1.1.3. Relació entre l'addicció a les xarxes socials i el gènere

Existeix una diferència entre homes i dones en relació amb les conductes addictives, la qual cosa s'ha de tenir en compte a l'hora d'avaluar l'addicció a les xarxes socials (Liang et al., 2016). Tot i així, existeixen contradiccions sobre si realment existeixen diferències de gènere respecte l'addicció a les xarxes socials (Aparicio-Martínez et al., 2020).

Segons Chae et al. (2018) les dones són més propenses a patir una addicció a les xarxes socials que els homes. D'altra banda, també s'ha vist que els homes presenten una major tendència a patir una addicció a internet, especialment als videojocs, que les dones (Su et al., 2020). Aquestes diferències podrien ser degudes a les motivacions dels individus a l'hora de fer-ne ús de les xarxes socials, per exemple, les dones acostumen a utilitzar-les més per buscar informació i establir relacions interpersonals, mentre que els homes per l'entreteniment que ofereixen aquestes eines (Noguti et al., 2019). Segons Aparicio-Martínez et al. (2020), entre la població espanyola s'ha vist que hi ha un percentatge més alt de dones que homes que presenten addicció a les xarxes socials.

1.1.4. Relació entre l'addicció a les xarxes socials i l'edat

L'edat és un factor molt important a l'hora d'examinar l'ús de les xarxes socials ja que certs grups d'individus, com els adolescents, acostumen a ser més vulnerables a fer-ne un ús excessiu d'aquestes eines virtuals que els adults (Li et al., 2021). Aquesta vulnerabilitat és deguda a la importància que atorguen a la utilització de les xarxes socials en el seu dia a dia, que acaba provocant una interferència en diferents aspectes de les seves vides, com les interaccions socials (Shannon et al., 2022).

1.2. La intel·ligència emocional (IE)

1.2.1. Conceptualització de la intel·ligència emocional

La intel·ligència emocional és un terme relativament nou que, en els últims anys, ha sigut el centre de nombrosos estudis amb l'objectiu de definir la importància de les emocions en la vida diària de les persones (Dhani & Sharma, 2016). Salovey i Mayer (1990) inicialment van definir la intel·ligència emocional com "l'habilitat per manejar els sentiments i les emocions pròpies i dels altres, discriminar entre ells i utilitzar aquests coneixements per dirigir els propis pensaments i accions" (p. 189). Malgrat haver introduït aquesta nova noció, el concepte de IE no es va popularitzar fins l'any 1995 quan en Daniel Goleman va publicar el seu llibre "Intel·ligència emocional" inspirat per les aportacions de Salovey i Mayer (Dhani & Sharma, 2016).

1.2.2. Models teòrics i mesura de la intel·ligència emocional

Les concepcions teòriques que existeixen sobre la IE es poden classificar en tres tipus de models: els models d'intel·ligència emocional com a habilitat, els models d'intel·ligència emocional com a tret estable i els models mixtes (Kanesan & Fauzan, 2019).

(A) IE com a habilitat

Dins d'aquesta categoria es troba el model de Salovey i Mayer, nascut l'any 1990 amb la primera definició de IE mencionada anteriorment (Kanesan & Fauzan, 2019). Segons Mayer i Salovey (1993), la IE és un constructe que requereix poder pensar i reflexionar sobre les pròpies emocions i les dels altres i, per tant, es pot classificar com una habilitat que es pot adquirir independentment de la personalitat de la persona. Amb aquesta proposta es van relacionar dos conceptes que no s'acostumaven a trobar lligats: l'emoció i la cognició (Singh et al., 2022). En altres paraules, segons aquest model, les emocions faciliten la resolució de problemes i, conseqüentment, tenen una funció adaptativa (Fernández & Extremera, 2005).

Mayer et al. (2016), defineixen 4 aptituds bàsiques relacionades amb la resolució de problemes per les quals es regeix la IE: la percepció emocional; l'habilitat per accedir i/o generar sentiments que facilitin el pensament; la comprensió de les emocions; i la regulació emocional. Els instruments

elaborats amb l'objectiu de mesurar la IE com a habilitat estan basats en l'avaluació d'aquestes 4 dimensions (Fernández & Extremera, 2005).

El *Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test* (MSCEIT) és un test elaborat per Mayer et al. (2002) per tal d'avaluar la IE. Els resultats proporcionen una puntuació per a cadascuna de les 4 aptituds descrites prèviament (percebre, utilitzar, entendre i regular) i, a més, una puntuació de IE global (Mayer et al., 2012). Segons Mayer et al. (2002), aquests autors volien crear un test que, de forma entretinguda, mesura la IE dels seus usuaris i que es pogués utilitzar en diferents àmbits com: el desenvolupament personal, el món laboral, etc.

El *Schutte Self-Report Emotional Intelligence Test* (SSEIT) és un test plantejat per Schutte et al. (1998) i que està basat en el model de Salovey i Mayer sobre la IE elaborat a l'any 1990. En aquest cas, el test també mesura tant les 4 habilitats presentades amb anterioritat i proporciona una puntuació de IE global (Schutte et al., 1998).

(B) IE com a tret estable

Petrides et al. (2001) van proposar per primer cop el concepte de intel·ligència emocional com a tret estable que forma part de la personalitat, relacionat sobretot amb els ambients socials (Alegre et al., 2019). La IE com a tret estable, per tant, funciona de forma independent a la capacitat cognitiva de l'individu i es pot definir com una "constel·lació de disposicions i autopercepcions relacionades amb les emocions" (Petrides et al., 2001).

L'eina més rellevant per avaluar l'IE com a tret estable és la *Trait Emotional Intelligence Questionnaire version 1.50* (TEIQue) de Petrides (2009) (Gardener, 2010). En aquest cas, es mesuren els següents 4 factors: emocionalitat, autocontrol, sociabilitat i benestar (Aluja et al., 2016).

(C) Models mixtes de IE

Tal com diu el seu nom, els models mixtes tenen característiques tant dels models de IE com a habilitat com dels models de IE com a tret estable. Dins d'aquest paradigma es poden destacar dos grans autors: Bar-On i Goleman (Kanesan, 2019).

Segons el model mixt de IE:

La intel·ligència emocional-social és una matriu de competències i habilitats emocionals i socials interrelacionades que determinen l'efectivitat amb la qual els individus s'entenen a si mateixos i s'expressen; entenen als altres i es relacionen amb ells; i fan front a demandes, desafiaments i pressions de la vida diària (Bar-On, 2010).

L'any 1997, Bar-On va confeccionar el *Emotional Quotient Inventory* (EQ-I) i va aconseguir distingir entre 5 factors importants per a la definició de la intel·ligència emocional: la capacitat intrapersonal; les habilitats interpersonals; l'adaptabilitat; gestió de l'estrès; i factors motivacionals i d'estat d'ànim (Bar-On et al., 2000).

Goleman (1995) va popularitzar el concepte de IE després de publicar el seu llibre "Intel·ligència emocional". El seu model s'enfoca principalment en esbrinar quines són les competències necessàries per ser un bon líder (Sfetcu, 2020). El *Emotional and Social Competency Inventory* (ESCI) mesura 12 competències distribuïdes en 4 àrees diferents que formen part de la IE (Goleman et al., 2011). Segons Goleman et al. (2011), aquestes àrees són: autopercepció; percepció social, autoregulació i regulació de les relacions.

Així doncs, tant en el model mixt de Goleman (1995) com en el de Bar-On (1997) es fa referència a una intel·ligència emocional fruit d'una interacció entre les habilitats dels individus i els seus trets de personalitat (Kanesan, 2019). Per tant, tant un com l'altre coincideixen en que la IE es desenvolupa amb el temps i es pot entrenar i millorar (Sfetcu, 2020).

1.2.3. La intel·ligència emocional i l'ús de les xarxes socials

No existeixen una gran quantitat d'estudis que demostrin que l'ús de les xarxes socials afecti la intel·ligència emocional dels seus usuaris però, tot i així, existeixen estudis que demostren que l'ús abusiu d'aquestes eines pot afectar els estats emocionals dels individus així com reduir la comunicació amb les persones del seu voltant (Tyagi, 2022). S'ha vist que aquelles persones que fan un ús abusiu de les xarxes socials acostumen a presentar problemes en habilitats socials com, per exemple, la percepció de conductes no verbals en altres individus (Kahwagi et al., 2022). Tanmateix, l'ús abusiu

del Internet i de les xarxes socials es troba estretament relacionat amb sensacions de soledat que influeixen sobre les habilitats interpersonals i emocionals dels seus usuaris (Tyagi, 2022).

1.3. L'autoestima

1.3.1. Conceptualització de l'autoestima

El concepte d'autoestima va ser introduït per primer cop a l'any 1890 per William James que va definir l'autoestima com un equilibri entre el potencial d'una persona i allò que realment fa (Mruk, 2010). Posteriorment, Rosenberg (1965) va definir l'autoestima com l'actitud negativa o positiva que les persones tenen cap a elles mateixes.

L'autoestima forma part de l'autoconcepte (creences i coneixement sobre les pròpies qualitats) i es pot considerar un component imprescindible per a la salut mental de les persones, així com un factor protector vers les experiències negatives (Mann et al., 2004). Conseqüentment, s'ha vist que una alta autoestima té un efecte directe sobre la felicitat d'un mateix (Baumeister et al., 2003) i que, una baixa autoestima pot tenir un impacte negatiu sobre la salut mental de l'individu i causar patiment en ella (Mann et al., 2004).

Ha existit molta discrepància al llarg dels anys en relació amb si l'autoestima es mantenia estable al llarg del temps o si aquesta anava variant (Baldwin, 2002). James (1890) va comparar l'autoestima a un baròmetre, dient que aquest anava pujant i baixant depenent de les vivències i els assoliments de la persona. Alhora, Baumeister et al. (2003) afirmen que les experiències positives o negatives de la persona són les que causen aquesta oscil·lació indicant que la percepció subjectiva dels propis afanys és la que regula l'autoestima de la persona. Tot i poder ser afectada per les experiències de l'individu, s'ha observat que l'autoestima s'incrementa en l'adulthood i es manté força estable al llarg dels anys (Cingel et al., 2022). En resum, totes aquestes teories mencionades anteriorment l'assenyalen com un concepte que no és totalment estable, sinó dinàmic i que va incrementant o disminuint en funció de les vivències personals, que poden tenir tant un impacte negatiu com positiu sobre la percepció d'un mateix. (Baldwin, 2002).

Està clar que l'autoestima està estretament relacionada amb la resiliència i, per tant, es pot considerar un factor protector de la salut mental (Férrandez-Castillo et al., 2022). Conseqüentment, tal i com s'ha mencionat prèviament, l'autoestima facilita l'adaptació de les persones als successos i possibles estressors del dia a dia provocant, d'aquesta manera, una disminució del risc de patir un ampli ventall de problemes de salut mental com la depressió o l'ansietat (Triana et al., 2019).

1.3.2. Mesura de l'autoestima

Degut als efectes positius i negatius que pot tenir l'autoestima sobre la salut mental i el benestar de les persones és de vital importància disposar d'eines que facilitin la seva mesura i avaluació (Martín-Albo et al., 2007). En el present estudi se'n destacaran dues: *The Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) (Rosenberg, 1989) i *Coopersmith Self-Esteem Scale* (CSES) (Coopersmith, 1967).

The Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) (Rosenberg, 1989) és una escala que avalua l'autoestima de forma unidimensional tenint en compte la seva variabilitat en funció de l'ambient (Martín-Albo et al., 2007). És l'instrument més emprat per a la mesura de l'autoestima (Hutz et al., 2011).

El *Coopersmith Self-Esteem Scale* (CSES) (Coopersmith, 1967) és una escala que proporciona puntuacions en 3 àrees relacionades amb l'autoestima (pròpia general, social i familiar), a més d'una puntuació global (Orosco, 2015).

1.3.3. L'autoestima i les xarxes socials

Existeixen una gran varietat de propostes entorn de la relació entre l'ús de les xarxes socials i l'autoestima (Hou et al., 2019).

Walther (1996) va proposar el model Hiperpersonal per tal de descriure les relacions que s'estableixen per mitjà dels ordinadors que, segons el mateix autor, poden facilitar els vincles interpersonals. Posteriorment, basant-se en aquesta teoria, Gonzales et al. (2011) van dur a terme un estudi on es va observar que aquelles persones que actualitzaven els seus perfils en les xarxes socials habitualment i entraven a elles per veure com anaven les seves publicacions van obtenir puntuacions més altes en autoestima que aquelles que no feien. Aquestes troballes van indicar que la forma que les

persones es representen a elles mateixes en les xarxes socials també té un efecte positiu sobre la seva pròpia autoestima (Gonzales et al., 2011).

D'altra banda, Chou et al. (2012) van realitzar un estudi on es volia esbrinar quin efecte tenia sobre els usuaris de les xarxes socials el fet de veure les vides d'altres persones en les seves publicacions en línia. Aquest mateix estudi va trobar que aquests usuaris acostumaven a creure que aquests altres individus tenien un nivell de felicitat superior als seus. Valkenburg et al. (2006) també van trobar que el feedback que rebien els usuaris de les xarxes socials en relació amb les seves publicacions tenia un efecte directe sobre la seva autoestima, és a dir, els comentaris negatius influïen negativament en l'autoestima.

És evident, llavors, que les xarxes socials tenen algun tipus d'efecte sobre l'autoestima dels seus usuaris, ja sigui negatiu o positiu (Hou et al., 2019).

2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS

2.1. Objectius

L'objectiu principal de la present investigació és determinar si existeix alguna relació entre l'ús abusiu de les xarxes socials amb diferents paràmetres de l'autoestima i de la intel·ligència emocional en la població jove d'entre 18 i 25 anys.

Paral·lelament, es poden definir els següents objectius més específics:

- Comprovar la prevalença de la dependència a les xarxes socials entre els joves d'entre 18 i 25 anys.
- Determinar si existeix alguna diferència entre sexes.

2.2. Hipòtesis

- A) Existeix una correlació negativa entre la dependència a les xarxes socials i la intel·ligència emocional.
- B) Existeix una correlació negativa entre la dependència a les xarxes socials i l'autoestima global.
- C) La dependència a les xarxes socials correlaciona negativament amb l'autoestima d'un mateix general, l'autoestima social i l'autoestima familiar.

- D) El sexe femení és més propens a presentar una addicció a les xarxes socials.
- E) A mesura que incrementa l'edat, s'observa una disminució en el percentatge de persones amb dependència a les xarxes socials.
- F) Existeix una correlació positiva entre les variables d'autoestima i intel·ligència emocional.

3. METODOLOGIA

3.1. Disseny experimental

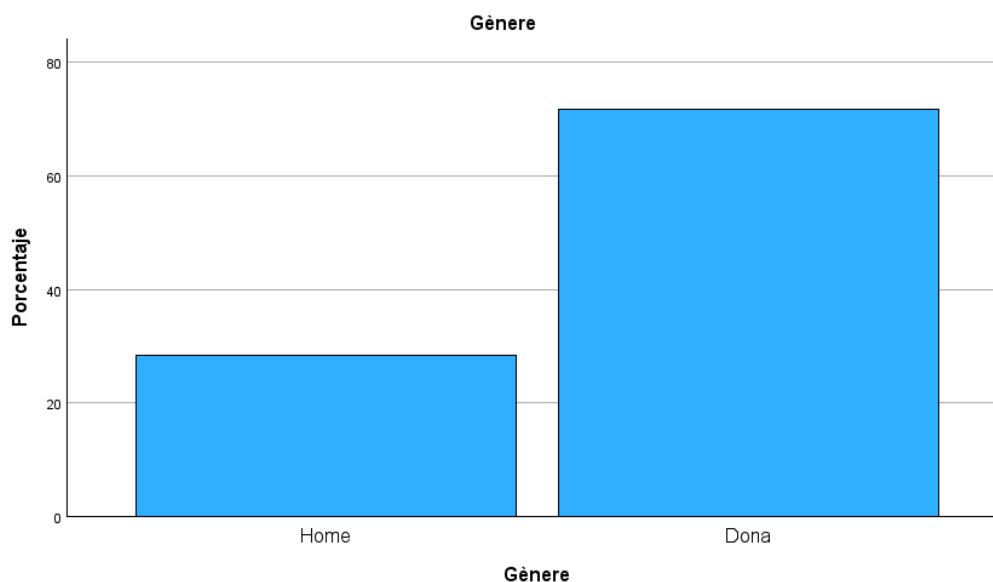
El present estudi és de tipus analític i transversal que emprà una metodologia quantitativa per analitzar les diferents variables mesurades amb diversos instruments.

3.2. Participants

En aquest estudi s'ha emprat una mostra d'un total de 60 participants (n = 60) conformats per 17 homes (28,3%) i 43 dones (71,7%) (Figura 1).

Figura 1

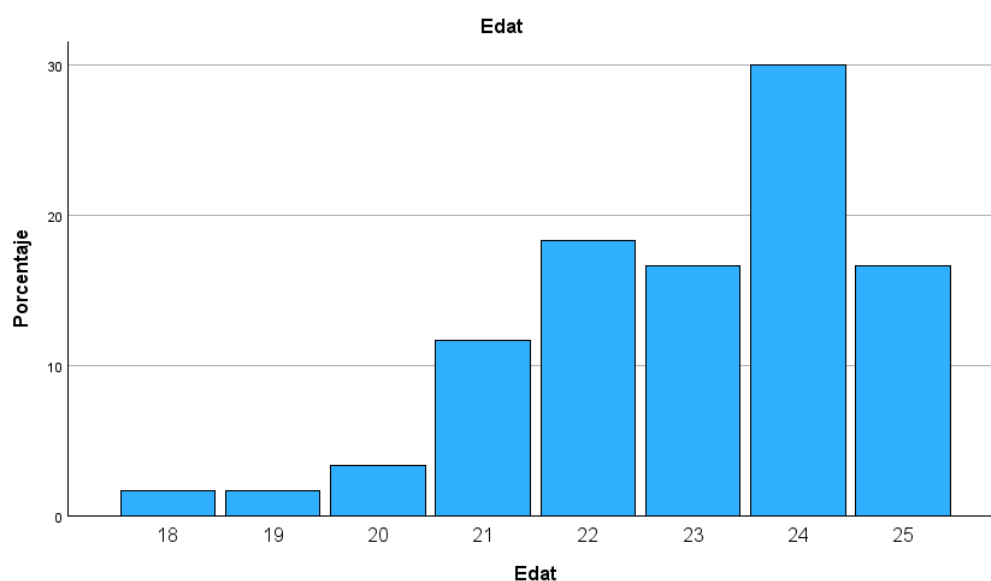
Distribució dels participants segons el gènere



En relació amb les edats dels participants, aquestes oscil·len entre els 18 i 25 anys (M = 22,97, DE = 1,62) (Figura 2).

Figura 2

Distribució dels participants segons l'edat



Els criteris d'inclusió per poder participar en l'estudi han sigut: tindre una edat d'entre 18 i 25 anys (independentment del sexe) i fer ús de les xarxes socials actualment.

3.3. Instruments

Per tal de dur a terme la recollida de dades, s'han administrat els següents tres qüestionaris a cadascun dels participants:

- **Test d'addicció a les xarxes socials, SMD (van der Eijnden et al., 2016):**

El test SMD està compost per 9 ítems que avaluen l'addicció a les xarxes socials seguint els criteris diagnòstics del DSM-5 (van der Eijnden et al., 2016).

Les respostes de cada ítem tenen dues possibilitats de resposta (sí o no), on 1 significa "sí" i 0 significa "no". Aquelles persones que obtinguin una puntuació de 6 o més es poden definir com usuaris problemàtics de les xarxes socials (Boer et al., 2021).

En relació amb les propietats psicomètriques d'aquest test, segons un estudi per Boer et al. (2021), presenta una consistència interna de $\alpha=0,84$, és a dir, el test proporciona puntuacions fiables. En la mostra emprada per

dur a terme la present investigació s'ha obtingut una consistència interna de $\alpha=0,782$ per aquest test.

▪ **Escala d'Intel·ligència Emocional, EIS (Schutte et al., 1998):**

L'escala EIS és un qüestionari d'autoinforme compost per 33 ítems que avalua la intel·ligència emocional (Schutte et al., 1998).

Les respostes de cada ítem es troben en format Likert de 5 punts (1 = Completament en desacord; 2 = En desacord; 3 = Ni d'acord ni en desacord; 4 = D'acord; 5 = Completament d'acord). En aquest cas els ítems 5, 28 i 33 es puntuen de forma inversa. La suma de totes les puntuacions obtingudes indica la puntuació global d'intel·ligència emocional de la persona (com més alta, més intel·ligència emocional) (Schutte et al., 1998).

L'EIS proporciona puntuacions globals d'intel·ligència emocional i de 6 dimensions o factors (atenció a les pròpies emocions, atenció a les emocions dels altres, regulació de les pròpies emocions, emoció expressada, regulació de les emocions dels altres i emocions en la resolució de problemes) (Salavera-Bordás et al., 2019). En aquest estudi només s'ha tingut en compte la puntuació global d'intel·ligència emocional obtinguda a partir de la suma de les puntuacions de cada ítem.

En relació amb les propietats psicomètriques d'aquest instrument, segons un estudi per Salavera-Bordás (2019), presenta una consistència interna de $\alpha=0,88$, cosa que indica que l'escala proporciona puntuacions fiables. En la mostra emprada per dur a terme la present investigació s'ha obtingut una consistència interna de $\alpha=0,953$ per aquesta escala.

▪ **Inventari d'Autoestima, SEI (Coopersmith, 1967):**

L'inventari SEI és un qüestionari d'autoinforme compost per 25 ítems que avaluen l'autoestima global i l'autoestima en tres subescales (pròpia general, social i familiar) (Orosco, 2015).

Les respostes de cada ítem tenen dues possibilitats de resposta (vertader o fals), on 0 significa vertader i 1 significa fals. En aquest cas, els ítems 1, 4, 5, 8, 9, 14, 19 i 20 es puntuen de forma inversa. La suma de totes les puntuacions obtingudes indica la puntuació global en autoestima de la

persona (com més alta, més autoestima) (Díaz-Rábago et al., 2022). Posteriorment, es pot aconseguir un resultat per cada subescala: pròpia general (ítems 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 23, 24 i 25); social (ítems 2, 5, 8, 14, 17 i 21); i familiar (ítems 6, 9, 11, 16, 20 i 22) (Orosco, 2015).

En relació amb les propietats psicomètriques, segons Díaz-Rábago et al. (2022), aquest instrument presenta una consistència interna de $\alpha=0,91$, és a dir, aquest inventari proporciona puntuacions fiables. En la mostra emprada per dur a terme la present investigació s'ha obtingut una consistència interna de $\alpha=0,839$ per aquest inventari.

3.4. Procediment

Per tal de dur a terme el present estudi, primerament es va efectuar una recerca bibliogràfica de les tres variables mesurades: addicció a les xarxes socials, intel·ligència emocional i autoestima. Un cop recopilada tota la informació necessària per situar el treball, es van seleccionar els instruments que servien per mesurar quantitativament cadascuna de les variables mencionades amb anterioritat en la mostra escollida.

Abans d'administrar els qüestionaris a cada participant, es va elaborar un formulari amb Microsoft Forms que permetria recopilar totes les dades dels participants de forma anònima. En l'enquesta es va demanar el consentiment dels subjectes i, posteriorment, la seva edat i gènere. Seguidament, havien de contestar els tres instruments seleccionats amb sinceritat i seguint les indicacions donades al formulari. La difusió es va realitzar a través de les xarxes socials, especialment per WhatsApp i Instagram.

Un cop obtingudes les puntuacions de cada individu, aquestes van ser traslladades a un full de càlcul d'Excel (2016) i es va codificar cadascuna de les respostes. Posteriorment, aquest mateix full de càlcul es va obrir en el programa estadístic IBM SPSS Statistics versió 29 per a dur a terme totes les anàlisis estadístiques pertinents.

3.5. Anàlisi de dades

Tal i com s'ha mencionat anteriorment, per tal d'analitzar les dades obtingudes s'han emprat dos programes informàtics: l'Excel (2016) i el IBM SPSS Statistics versió 29.

En primer lloc, s'ha aplicat la correlació de Pearson per tal d'avaluar la relació entre les xarxes socials i la intel·ligència emocional; les xarxes socials i l'autoestima global, la pròpia general, la social i la familiar; i l'autoestima global i la intel·ligència emocional.

Amb l'objectiu de comparar la prevalença de l'addicció a les xarxes socials en dones amb la dels homes, s'ha realitzat la prova de U de Mann-Whitney. Per realitzar-la, s'han codificat les puntuacions obtingudes del SMD a: 1 vol dir "presència d'addicció a les xarxes socials" (puntuacions superiors a 6) i 0, "absència d'addicció a les xarxes socials (puntuacions inferiors a 6). D'aquesta manera es transforma la variable a una escala nominal.

Finalment, per esbrinar si realment la freqüència de persones amb dependència a les xarxes socials disminueix a mesura que incrementa l'edat, s'han calculat els percentatges de incidència d'addicció a les xarxes socials per cada edat.

4. RESULTATS

4.1. Correlació entre les variables

4.1.1. Addicció a les xarxes socials i intel·ligència emocional

S'ha emprat la correlació de Pearson per tal de comprovar la relació entre l'addicció a les xarxes socials i la intel·ligència emocional (Taula 1).

Taula 1

Correlacions bivariades (Pearson) entre les variables Addicció a les xarxes socials i Intel·ligència emocional

		Addicció a les Xarxes Socials	Intel·ligència emocional
Addicció a les Xarxes Socials	Correlación de Pearson	1	-.089
	Sig. (bilateral)		.501
	N	60	60
Intel·ligència emocional	Correlación de Pearson	-.089	1
	Sig. (bilateral)	.501	
	N	60	60

Els resultats obtinguts indiquen que existeix una correlació negativa no significativa entre l'addicció a les xarxes socials i la intel·ligència emocional

($r=-0,089$; $p=0,501$). Per tant, no es pot afirmar que hi hagi una correlació significativa entre aquestes dues variables.

4.1.2. Addicció a les xarxes socials i autoestima

Per tal d'analitzar la relació entre l'addicció a les xarxes socials i l'autoestima, s'ha aplicat la correlació de Pearson a cadascuna de les 4 variables: autoestima global; autoestima: pròpia general; autoestima: social; i autoestima: familiar.

(a) Addicció a les xarxes socials i autoestima global

L'anàlisi de la correlació de Pearson mostra que existeix una correlació negativa entre l'addicció a les xarxes socials i l'autoestima global ($r=-0,334$; $p=0,009$) (Taula 2). Aquesta correlació significativa, de baixa intensitat ($-0,334$).

Taula 2

Correlacions bivariades (Pearson) entre les variables Addicció a les xarxes socials i autoestima global

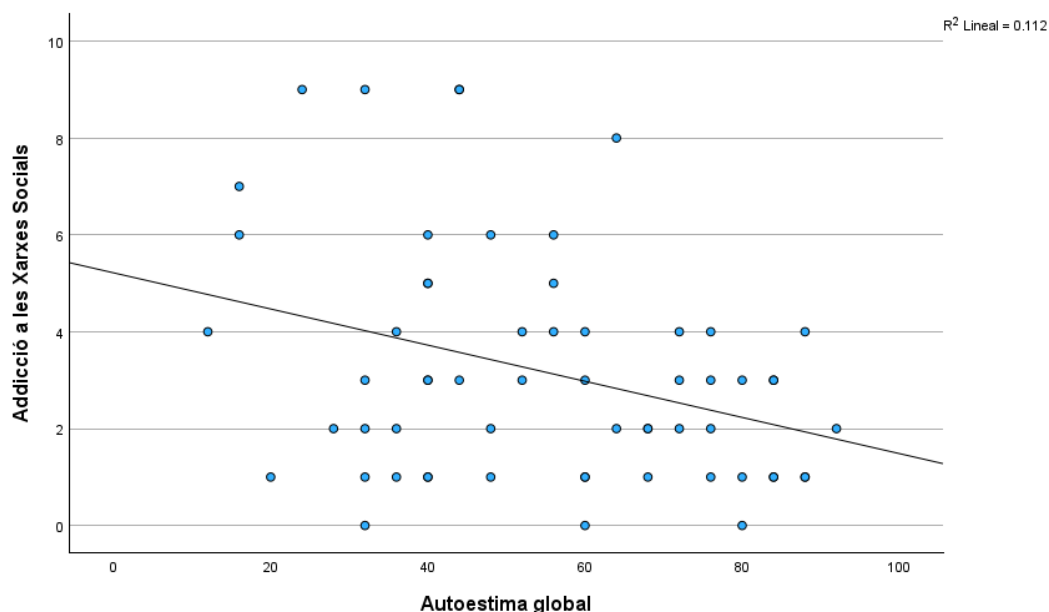
		Correlaciones	
		Addicció a les Xarxes Socials	Autoestima global
Addicció a les Xarxes Socials	Correlación de Pearson	1	-.334**
	Sig. (bilateral)		.009
	N	60	60
Autoestima global	Correlación de Pearson	-.334**	1
	Sig. (bilateral)	.009	
	N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Aquests resultats s'exposen en el diagrama de dispersió de la Figura 3, on es pot observar que la correlació entre aquestes dues variables és negativa però dèbil ja que, tot i poder-se identificar un patró, alguns dels punts estan discernits de forma aleatòria en l'espai.

Figura 3

Diagrama de dispersió: Addicció a les xarxes socials – Autoestima global



Per tant, segons els resultats obtinguts per aquesta mostra, quan una de les dues variables analitzades incrementa, l'altre disminueix lleugerament.

(b) Addicció a les xarxes socials i autoestima pròpia general

Mitjançant la correlació de Pearson s'ha observat que existeix una correlació negativa significativa entre les variables Addicció a les xarxes socials i Autoestima: pròpia general ($r = -0,412$; $p = 0,01$) (Taula 3). Aquesta correlació és dèbil, ja que s'apropa bastant a $r=0$.

Taula 3

Correlacions bivariades (Pearson) entre les variables Addicció a les xarxes socials i Autoestima: pròpia general

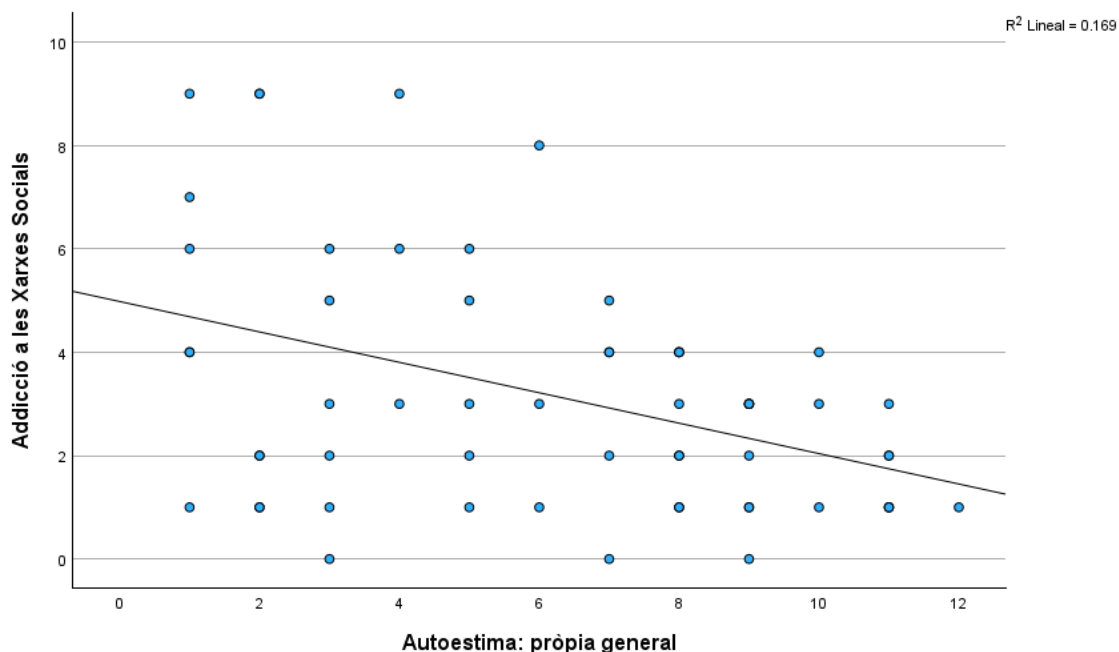
		Correlaciones	
		Addicció a les Xarxes Socials	Autoestima: pròpia general
Addicció a les Xarxes Socials	Correlación de Pearson	1	-.412**
	Sig. (bilateral)		.001
	N	60	60
Autoestima: pròpia general	Correlación de Pearson	-.412**	1
	Sig. (bilateral)	.001	
	N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Aquests resultats es veuen reflectits en el gràfic de dispersió de la Figura 4, on es pot distingir un patró descendent. Tot i així, hi ha alguns punts que estan dispersos de forma aleatòria en l'espai, cosa que confirma que la correlació entre les dues variables és força dèbil.

Figura 4

Diagrama de dispersió: Addicció a les xarxes socials – Autoestima: pròpia general



Per tant, segons els resultats obtinguts per aquesta mostra, quan una de les dues variables analitzades incrementa, l'altre disminueix lleugerament.

(c) Addicció a les xarxes socials i autoestima social

Segons la correlació de Pearson, existeix una correlació negativa no significativa entre les variables Addicció a les xarxes socials i Autoestima social ($r = -0,088$; $p = 0,503$) (Taula 4). Per tant, no es pot afirmar que hi hagi una correlació inversa entre aquestes dues variables.

Taula 4

Correlacions bivariades (Pearson) entre les variables Addicció a les xarxes socials i Autoestima: social

		Addicció a les Xarxes Socials	Autoestima: social
Addicció a les Xarxes Socials	Correlación de Pearson	1	-.088
	Sig. (bilateral)		.503
	N	60	60
Autoestima: social	Correlación de Pearson	-.088	1
	Sig. (bilateral)	.503	
	N	60	60

(d) Addicció a les xarxes socials i autoestima familiar

A través de la correlació de Pearson s'ha vist que hi ha una correlació negativa no significativa entre les variables Addicció a les xarxes socials i Autoestima familiar ($r = -0,145$; $p = 0,269$) (Taula 5). Per tant, no es pot afirmar que quan una de les dues variables augmenti l'altre disminueixi.

Taula 5

Correlacions bivariades (Pearson) entre les variables Addicció a les xarxes socials i Autoestima: familiar

		Addicció a les Xarxes Socials	Autoestima: familiar
Addicció a les Xarxes Socials	Correlación de Pearson	1	-.145
	Sig. (bilateral)		.269
	N	60	60
Autoestima: familiar	Correlación de Pearson	-.145	1
	Sig. (bilateral)	.269	
	N	60	60

4.1.3. Autoestima global i intel·ligència emocional

Mitjançant l'aplicació de la correlació de Pearson s'ha observat que existeix una correlació positiva significativa entre les variables Autoestima global i Intel·ligència emocional ($r = 0,364$; $p = 0,04$) (Taula 6). Al no allunyar-se molt el valor de $r=0$, es pot dir que aquesta correlació no és molt forta per

aquesta mostra i només hi haurà un efecte mínim d'una variable sobre l'altra.

Taula 6

Correlacions bivariades (Pearson) entre les variables Autoestima global i Intel·ligència emocional

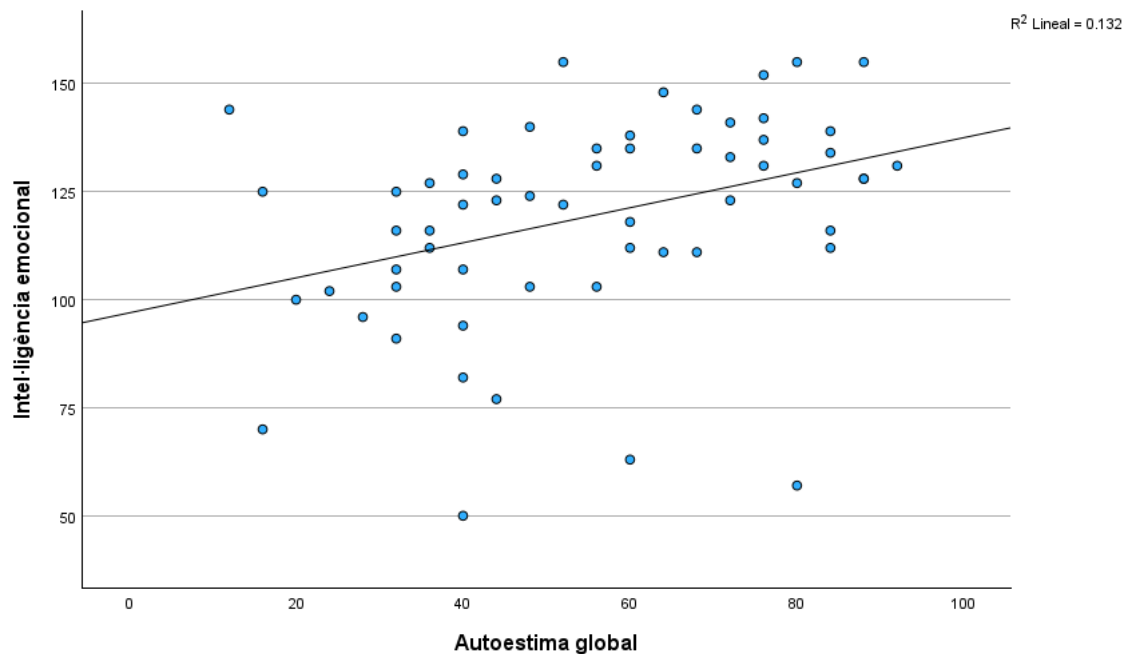
		Correlaciones	
		Autoestima global	Intel·ligència emocional
Autoestima global	Correlación de Pearson	1	.364**
	Sig. (bilateral)		.004
	N	60	60
Intel·ligència emocional	Correlación de Pearson	.364**	1
	Sig. (bilateral)	.004	
	N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Aquests resultats es veuen reflectits al gràfic de dispersió de la Figura 5, on es pot distingir un patró ascendent. En aquest cas, hi ha alguns punts que estan discernits a l'atzar per l'espai confirmant la debilitat de la correlació.

Figura 5

Diagrama de dispersió: Intel·ligència emocional – Autoestima global



Per tant, els resultats obtinguts indiquen que, per aquesta mostra, quan una de les variables incrementa, l'altra també ho farà lleugerament.

4.2. Prova de U Mann-Whitney

Per tal de comparar la incidència de l'addicció a les xarxes socials en homes i dones, s'han calculat els percentatges de persones afectades per cada gènere. Tal i com s'observa a la taula 7, aquests són bastant similars en els dos grups: 29,29% pels homes i 30,98% en dones.

Taula 7

Percentatges de homes i dones que han obtingut un resultat positiu al SMD

Rangos				
	Gènere	N	Rango promedio	Suma de rangos
Presència d'addicció a les xarxes socials	Home	17	29.29	498.00
	Dona	43	30.98	1332.00
	Total	60		

Al aplicar la prova de U Mann-Whitney per comprovar l'heterogeneïtat entre els dos grups, s'ha observat que les diferències no són significatives ($p=0,637$) i, per tant, la mostra és força homogènia.

Taula 8

Resultats d'heterogeneïtat entre els dos gèneres al SMD (Prova de U Mann-Whitney)

Estadísticos de prueba^a	
	Presència d'addicció a les xarxes socials
U de Mann-Whitney	345.000
W de Wilcoxon	498.000
Z	-.471
Sig. asin. (bilateral)	.637

a. Variable de agrupación:
Gènere

Per tant, no es pot afirmar que existeixin diferències significatives entre els dos grups (homes i dones) en incidència d'addicció a les xarxes socials per aquesta mostra.

4.3. Càlcul de freqüències

Per tal de comparar la incidència de la dependència a les xarxes socials entre les diferents edats, s'han calculat els percentatges de persones afectades per aquesta addicció per edat (Taula 9). Es pot comprovar que l'edat més afectada són els 21 anys (42,86%), seguit pels 23 (30%); els 24 (27,78%); els 25 (10%); i els 22 (9,09%). Als grups de 18, 19 i 20 anys hi observem un 0% de casos afectats per l'addicció a les xarxes socials per aquesta mostra.

Taula 9

Percentatges d'incidència de l'Addicció a les xarxes socials per edats

EDAT	N	Presència d'addicció a les xarxes socials	% Presència d'addicció a les xarxes socials
18	1	0	0.00
19	1	0	0.00
20	2	0	0.00
21	7	3	42.86
22	11	1	9.09
23	10	3	30.00
24	18	5	27.78
25	10	1	10.00

5. DISCUSSIÓ

5.1. Discussió

L'objectiu principal del present estudi era determinar si existeix alguna relació entre l'ús abusiu de les xarxes socials amb diferents paràmetres de l'autoestima i de la intel·ligència emocional en la població jove d'entre 18 i 25 anys.

Pel que fa la intel·ligència emocional, no s'ha pogut trobar cap correlació significativa entre aquesta variable i l'addicció a les xarxes socials per la mostra emprada en aquest estudi, per tant, es rebutja la primera hipòtesi de que existeix una correlació negativa entre aquestes dues variables. No obstant, estudis com el de Tyagi (2022), mostren que l'addicció a les xarxes socials pot influir negativament sobre la intel·ligència emocional i les habilitats socials de les persones, afectant d'aquesta manera a les seves relacions interpersonals.

En canvi, en el cas de l'autoestima global si que s'ha trobat una correlació negativa significativa entre aquesta i l'addicció a les xarxes socials, tot i ser

bastant dèbil. Aquests resultats indiquen que com més alta sigui la puntuació de la persona en autoestima global, menys puntuació traurà en el SMD. Per tant, tal i com van indicar Triana et al. (2019), es pot observar com l'autoestima funciona com a factor protector, disminuint el risc de patir diversos problemes de salut mental com, en aquest cas, l'addicció a les xarxes socials. Conseqüentment, es confirma la segona hipòtesi sobre l'existència d'una correlació negativa entre la dependència a les xarxes socials i l'autoestima global.

En referència a la tercera hipòtesi plantejada, la qual proposava que hi havia una correlació negativa entre l'addicció a les xarxes socials i les diferents subescales de l'autoestima (pròpia general, social i familiar), només s'han obtingut resultats significatius en el cas de l'autoestima de si mateix general. Per tant, s'accepta parcialment aquesta hipòtesi per la mostra utilitzada ja que no es pot veure cap correlació significativa entre l'addicció a les xarxes socials i l'autoestima familiar i/o social.

Quant a les diferències entre gèneres, s'ha pogut comprovar que aquestes no són significatives i, per tant, es rebutja la hipòtesi de que el sexe femení és més propens a presentar una addicció a les xarxes socials. Malgrat tot, estudis com el de Chae et al. (2018) van obtenir uns resultats que demostraven que les dones són més propenses que els homes a desenvolupar una dependència a les xarxes socials.

Respecte l'edat, la cinquena hipòtesi plantejava que el percentatge de persones amb dependència a les xarxes socials disminuïa amb l'edat. No obstant, els percentatges obtinguts per aquesta mostra són molt variats i no segueixen cap patró que indiqui que l'addicció a les xarxes socials augmenti o disminueixi a mesura que incrementa l'edat i, per tant, es rebutja aquesta hipòtesis. Ara bé, al contrari dels resultats obtinguts en aquest estudi, Li et al. (2021) van trobar que els adolescents són més vulnerables que els adults de patir una dependència a les xarxes socials. Conseqüentment, podria ser que els resultats no hagin sortit com s'esperava degut a que la mostra no era molt gran ($n=60$) i que hi havia certs grups d'edat (18 i 19 anys) dels quals no hi havia un nombre molt alt de participants en comparació amb les altres edats.

Finalment, pel que fa la última hipòtesi, els resultats obtinguts mostren que efectivament sí que existeix una correlació positiva significativa entre aquestes dues variables i, per tant, es confirma la sisena hipòtesi de l'estudi. Així doncs, com més alta sigui la intel·ligència emocional de la persona, més incrementarà la seva autoestima.

5.2. Limitacions i punts de millora

A mesura que s'anava desenvolupant el present estudi, han anat apareixent diferents limitacions que han dificultat el fet de poder obtenir uns resultats i unes conclusions fiables pels objectius que es volien assolir.

La primera limitació destacable és la mostra emprada per realitzar el treball, la qual és molt petita (n=60) i no està distribuïda de forma equitativa entre els diferents grups analitzats (edat i gènere). Per exemple, la mostra consistia d'un percentatge molt més elevat de dones que d'homes i hi havia diferències molt grans en la quantitat de participants que hi havia per cada edat.

Una altra limitació és la forma en la qual s'ha mesurat l'addicció a les xarxes socials, ja que el test emprat (SMD) és molt extremista i només té dues possibilitats de resposta (sí/no), per tant, caldria utilitzar algun instrument que mesurés de forma més fiable aquesta variable. També hagués sigut convenient esbrinar quin és l'ús habitual que fan els participants de les xarxes socials, és a dir, el tipus d'activitat que realitzen i la quantitat de temps que les hi dediquen diàriament.

Per últim, en el cas de les altres eines emprades, també han aparegut diferents limitacions. Per exemple, en cap dels instruments emprats hi havia ítems que permetessin detectar incoherències en les respostes dels participants o que estiguessin mentint amb les seves respostes. Tanmateix, caldria fer ús d'instruments més actualitzats que permetessin avaluar les diferents variables d'una forma més fiable.

5.3. Futures línies d'investigació

Els resultats d'aquest Treball de Fi de Grau poden obrir les portes a molts més estudis que poden endinsar-se en les possibles relacions entre l'addicció a les xarxes socials i altres variables relacionades amb la salut mental.

Tal i com s'ha mencionat prèviament, la mostra i els instruments de mesura emprats en aquest estudi han portat moltes limitacions a l'hora d'obtenir unes conclusions fiables, per tant, futurs estudis podrien emprar una metodologia semblant i canviar aquests dos aspectes: buscant una mostra més gran i heterogènia; i administrant instruments més actualitzats, amb escales de distorsió i no tan extremistes.

Investigacions futures podrien centrar-se més en les raons per les quals els individus utilitzen les xarxes socials i, posteriorment, relacionar aquesta variable amb diferents aspectes de la salut mental com, per exemple, l'autoestima i la intel·ligència emocional.

Tanmateix, seria interessant poder esbrinar quin efecte té aquest ús abusiu de les xarxes socials sobre les habilitats socials dels participants i, consegüentment, sobre les seves relacions interpersonals. D'aquesta manera es podrien assolir uns resultats que mostrin la manera en què les xarxes socials poden afectar la vida social de les persones.

Per finalitzar, qualsevol línia d'investigació relacionada amb les xarxes socials seria interessant. Poder estudiar els efectes d'aquestes eines virtuals i establir relacions entre el seu ús i la salut mental pot tenir un impacte enorme sobre la manera en què la societat les percep i, possiblement, induir un petit canvi en la forma que es fan servir.

6. CONCLUSIONS

El propòsit del present estudi era determinar si existeix una relació significativa entre l'addicció a les xarxes socials i l'autoestima i la intel·ligència emocional. Tenint aquest objectiu en compte, s'han pogut extreure les següents conclusions:

En primer lloc, els resultats obtinguts per aquesta mostra indiquen que les variables addicció a les xarxes socials i intel·ligència emocional no s'influeixen mútuament.

En segon lloc, s'ha observat que existeix una correlació negativa dèbil entre l'addicció a les xarxes socials i l'autoestima global. És a dir, l'autoestima té un lleuger efecte negatiu sobre l'addicció a les xarxes socials i a l'inrevés.

En tercer lloc, s'ha trobat que l'addicció a les xarxes socials i l'autoestima social i familiar no s'influeixen mútuament, però existeix una correlació negativa dèbil entre aquesta primera variable i l'autoestima si mateix general.

En quart lloc, no s'han trobat diferències significatives entre homes i dones en la prevalença de l'addicció a les xarxes socials.

En cinquè lloc, s'ha observat que per aquesta mostra, la incidència de l'addicció a les xarxes socials no incrementa a mesura que augmenta l'edat dels individus.

Per acabar, els resultats indiquen que existeix una correlació positiva dèbil entre l'autoestima i la intel·ligència emocional. És a dir, l'autoestima té un lleuger efecte positiu sobre la intel·ligència emocional i viceversa.

7. BIBLIOGRAFIA

- Alegre, A., Pérez-Escoda, N. & López-Cassá, E. (2019). *The relationship between trait emotional intelligence and personality. Is trait EI really anchored within the Big Five, Big Two and Big One frameworks?*. *Frontiers in Psychology*, 10. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00866>
- Allahverdi, F. Z. (2022). *The relationship between the items of the social media disorder scale and perceived social media addiction*. *Current Psychology*, 41, 7200 - 7207. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01314-x>
- Al-Samarraie, H., Bello, K.-A., Alzahrani, A.I., Smith, A.P. & Emele, C. (2022). *Young users' social media addiction: causes, consequences and preventions*. *Information Technology and People*, 35:7, 2314 -2343. DOI: <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1108/ITP-11-2020-0753>
- Aluja, A., Blanch, A. & Petrides, K. V. (2016). *Psychometric properties of the Catalan version of the Trait Emotional Intelligence (TEIQue): Comparison between Catalan and English data*. *Personality and Individual Differences*, 99, 133 -138. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.04.098>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J. Demetrovics, Z., Mazzoni, E. & Pallesen S. (2016). *The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A*

large-scale cross-sectional study. *Psychology of addictive behaviours*, 30 (2), 252 - 262. DOI: <https://doi.org/10.1037/adb0000160>

Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D. & Vaquero-Abellán, M. (2020). *Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students*. *Telematics and Informatics*, 46. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>

Baldwin, S. A. & Hoffman, J. P. (2002). *The dynamics of self-esteem: a growth-curve analysis*. *Journal of Young Adolescence*, 31 (2), 101 -113. DOI: <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1023/A:1014065825598>

Bar-On, R. (1997). *The emotional quotient inventory (EQ-i): A test of emotional intelligence*. Multi-Health Systems.

Bar-On, R. (2010). *Emotional Intelligence: an integral part of positive psychology*. *South African Journal of Psychology*, 40 (1), 54 - 62. DOI: [10.1177/008124631004000106](https://doi.org/10.1177/008124631004000106)

Bar-On, R., Brown, J. M., Kirkcaldy, B. D. & Thomé, E. P. (2000). *Emotional expression and implications for occupational stress; an application of the Emotional Quocient Inventory (EQ-i)*. *Personality and Individual Differences*, 28, 1107 - 1118. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(99\)00160-9](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(99)00160-9)

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I. & Vohs, K. D. (2003). *Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness or healthier lifestyles?* *Psychological Science in the Public Interest*, 4 (1), 1 - 44. DOI: <https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>

Boer, M., van den Eijnden, R. J. J. M., Finkenauer, C. & Boniel-Nissim, M. (2021). *Cross-national validation of the Social Media Disorder-scale: Findings from adolescents from 44 countries*. *Addiction*, 117 (3). DOI: [10.1111/add.15709](https://doi.org/10.1111/add.15709)

Chae, D., Kim, H. & Kim, Y. A. (2018). *Sex differences in the factors influencing Korean college students addicitive tendency toward social networking sites*. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16 (2), 339 -350. DOI: [10.1007/s11469-017-9778-3](https://doi.org/10.1007/s11469-017-9778-3)

- Chou, H-T. G. & Edge, N. (2012). *"They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives*. *Cyberpsychology, behaviour and social networking*, 15 (2), 117 - 121. DOI: <http://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Cingel, D. P., Carter, M. C. & Krause, H-V. (2022). *Social media and self-esteem*. *Current Opinion in Psychology*, 45. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101304>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman and Company.
- Dhani, P. & Sharma, T. (2016). *Emotional intelligence; History, models and measures*. *International Journal of Science Technology and Management*, 5 (7), 189 - 201. Research Gate. https://www.researchgate.net/profile/Priyam-Dhani/publication/305815636_EMOTIONAL_INTELLIGENCE_HISTORY_MODELS_AND_MEASURES/links/57a418bc08ae455e85354dbd/EMOTIONAL-INTELLIGENCE-HISTORY-MODELS-AND-MEASURES.pdf
- Díaz-Rabago, A. B., Pérez-Montano, G., Puentes-Martínez, L. & Castillo-Morejón, M. (2022). *Fiabilidad y validez de constructo del Inventario de Autoestima de Coopersmith en estudiantes de medicina*. *Revista Ciencias Médicas*, 26 (3). Scielo. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-31942022000300009&lng=es&nrm=iso
- Fernández Berrocal, P. & Extremera Pacheco, N. (2005). *La inteligencia emocional y la educación de las emociones desde el Modelo de Mayer y Salovey*. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19 (3), 63 - 93. Redalyc. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27411927005>
- Fernández-Castillo, A., Chacón-López, H. & Fernández-Prados, M. J. (2022). *Self-Esteem and resilience in students of teaching: evolution associated with academic progress*. *Education Research International*, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1155/2022/4854332>
- Gardener, K. J. & Qualter, P. (2010). *Concurrent and incremental validity of three trait emotional intelligence measures*. *Australian Journal of Psychology*, 62

(1), 5 - 13. DOI: <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1080/00049530903312857>

Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ for character health and lifelong achievement*. Bantam Books.

Goleman, D. (2000). An EI-Based Theory of Performance. En D. Goleman, & C. Cherniss (Ed.), *The emotionally intelligent workplace: how to select for, measure, and improve emotional intelligence in individuals, groups and organizations*. Jossey-Bass.

Gonzales, A. L. & Hancock, J. (2011). *Mirror, mirror on my Facebook wall: effects of exposure to Facebook on Self-esteem*. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 14 (1-2). DOI: <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>

Hawi, N. S. & Samaha, M. (2017) *The relations among social media addiction, self-esteem and life satisfaction in university students*. *Social Science Computer Review*, 35 (5), 576 - 586. DOI: <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1177/0894439316660340>

Herrera-Peco, I. (2021). *Comunicación en salud y redes sociales: necesitamos más enfermeras*. *Revista científica de la sociedad Española de Enfermería Neurológica*, 53, 1 - 4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sedene.2021.03.001>

Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. & Wang, Q. (2019). *Social media addiction: its impact, mediation and intervention*. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13 (1), 4. DOI: <http://dx.doi.org/10.5817/CP2019-1-4>

Hutz, C. S. & Zanon, C. (2011). *Revision of the adaptation, validation and normalization of the Rosenberg Self-Esteem Scale*. *Revista Avaliação Psicológica*, 10 (1), 40 -49. Research Gate. <https://shorturl.at/wIU59>

James, W. (1890). *The principles of psychology Vol 1*. Harvard University Press. Rauterberg.
https://rauterberg.employee.id.tue.nl/lecturenotes/DDM110%20CAS/James-1890%20Principles_of_Psychology_vol_I.pdf

Kahwagi, R. M., Sfeir, E., Barbar, S., Haddad, C., Akel, M., Hallit, S. & Obeid, S. (2022). *Investigating the relationship between the use of problematic social*

networks and emotional intelligence in a sample of Lebanese adults. Prim Care Companion CNS Disord. 24 (5). DOI: 10.4088/PCC.21m03139

Kanesan, P. & Fauzan, N. (2019). *Models of emotional intelligence: a review*. E-Bangi Journal, 16, 1 - 9. Journal article. <http://journalarticle.ukm.my/20058/1/34511-107724-1-SM.pdf>

Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K. & Nerur, S. (2018). *Advances in Social Media Research: Past, Present and Future*. Information Systems Frontiers, 20, 531 - 558. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>

Li, W., Lin, X., Wu, J., Xue, W. & Zhang, J. (2021). *Impacts social media have on young generation and older adults*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 615, 294 - 300. DOI: 10.2991/assehr.k.211220.051

Liang, L., Zhou, D., Yuan, C., Shao, A. & Bian, Y. (2016). *Gender differences in the relationship between internet addiction and depression: A cross-lagged study in Chinese adolescents*. Computers in Human Behaviour, 63, 463 - 470. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.043>

Liu, C. & Ma, J. (2018). *Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety*. Current Psychology, 39, 1883 - 1891. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9998-0>

Mann, M., Hosman, C. M. H., Schaalma, H. P. & de Vries, N. K. (2004). *Self-esteem in a broad-spectrum approach for mental health promotion*. Health Education Research, 19 (4), 357 - 372. DOI: <https://doi.org/10.1093/her/cyg041>

Martín-Albo, J., Núñez, J. L., Navarro, J. G. & Grijalvo, F. (2007). *The Rosenberg Self-Esteem Scale: translation and validation in University students*. The Spanish Journal of Psychology, 10 (2), 458 -467. DOI: 10.1017/s1138741600006727

Mayer, J. D., Caruso, D. R. & Salovey, P. (2016). *The ability model of emotional intelligence: principles and updates*. Emotion Review, 8 (4), 290 - 300. DOI: <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1177/1754073916639667>

- Mayer, J. D., Salovey, P. & Caruso, D. R. (2002). *Mayer-Salovey-Caruso emotional intelligence test (MSCEIT) user's manual*. MHS Assessments. University of New Hampshire. https://scholars.unh.edu/personality_lab/27/
- Mayer, J.D. & Salovey, P. (1993). *The intelligence of emotional intelligence*. *Intelligence*, 17 (4), 433 - 442. DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-2896\(93\)90010-3](https://doi.org/10.1016/0160-2896(93)90010-3)
- Mayer, J.D., Salovey, P. & Caruso, D. R. (2012). *The validity of the MSCEIT: Additional analyses and evidence*. *Emotion Review*, 4 (4), 403 - 408. DOI: <https://doi-org.sabidi.urv.cat/10.1177/1754073912445815>
- Mruk, C. J. (2010). En *The Corsini Encyclopedia of Psychology* . En I. B. Weiner & W. E. Craighead (Ed.). *Self-esteem*. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0837>
- Noguti, V., Singh, S. & Waller, D. S. (2019). *Gender differences in motivations to use social networking sites*. *Gender economics: Breakthroughs in Research and Practice*, 676 - 691. DOI: 10.4018/978-1-5225-7510-8.ch033
- Orosco, C. (2015). *Depresión y autoestima en adultos mayores institucionalizados y no institucionalizados en la ciudad de Lima*. *Persona*, 18, 91 -104. DOI: <https://doi.org/10.26439/persona2015.n018.500>
- Petrides, K. V. & Furnham, A. (2001). *Trait emotional intelligence: psychometric investigation with reference to established trait taxonomies*. *European Journal of Personality*, 15 (6), 425 - 448. DOI: <https://doi.org/10.1002/per.416>
- Petrides, K. V. (2009). *Technical manual for the Trait Emotional Intelligence Questionnaires (TEIQue)*. London: London Psychometric Laboratory. Psychometric Laboratory. [http://www.psychometriclab.com/adminsdata/files/TEIQue%20manual%20\(4th%20printing%20-%20contents\)%20-%20KV%20Petrides.pdf](http://www.psychometriclab.com/adminsdata/files/TEIQue%20manual%20(4th%20printing%20-%20contents)%20-%20KV%20Petrides.pdf)
- Rachubińska, K., Cybulska, A. & Grochans, E. (2021). *The relationship between loneliness, depression, internet and social media addiction among young Polish women*. *European Review for Medical and Pharmacological Sciences*, 25 (4), 1982 - 1989. DOI: http://dx.doi.org/10.26355/eurrev_202102_25099

- Reed, P. & Haas, W. (2023). *Social Media Abuse as an Impulsive "Escape from Freedom"*. Psychology Reports. DOI: 10.1177/00332941231171034
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*. Wesleyan University Press.
- Salavera-Bordás, C. & Usán-Supervía, P. (2019). *Exploración de la dimensionalidad y las propiedades psicométricas de la Escala de Inteligencia Emocional - EIS -*. CES Psicología, 12(3), 50 - 66. DOI: <http://dx.doi.org/10.21615/cesp.12.3.4>
- Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). *Emotional Intelligence*. Imagination, cognition and personality, 9 (3), 185 - 211. DOI: <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Savci, M. & Aysan, F. (2017). *Technological Addictions and Social Connectedness: Predictor Effect of Internet Addiction, Social Media Addiction, Digital Game Addiction and Smartphone Addiction on Social Connectedness*. Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences, 30, 202 - 2016. DOI: 10.5350/DAJPN2017300304
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J. & Dornheim, L. (1998). *Development and validation of a measure of emotional intelligence*. Personality and Individual Differences, 25, 167 - 177. DOI: 10.1016/S0191-8869(98)00001-4
- Sfetcu, N. (2020). *Models of emotional intelligence - EI in research and education*. SetThings. DOI: 10.13140/RG.2.2.34890.18887
- Shannon, H., Bush, K., Villeneuve, P. J., Hellemans, K. G. C. & Guimond, S. (2022). *Problematic social media use in adolescents and young adults: systematic review and meta-analysis*. JMIR Mental Health, 9 (4). DOI: 10.2196/33450
- Singh, A., Prabhakar, R. & Kiran, J. S. (2022). *Emotional intelligence: A literature review of its concept, models and measures*. Journal of Positive School

Psychology, 6 (10). 2254 - 2275. Research Gate.
<https://www.researchgate.net/publication/365234352>

Soraci, P., Ferrari, A., Barberis, N., Luvarà, G., Urso, A., Del Fante, E. & Griffiths, M. D. (2023). *Psychometric analysis and validation of the Italian Bergen Facebook Addiction Scale*. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 21, 451 - 467. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00346-5>

Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y. & Potenza, M. N. (2020). *Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction*. *Computers in Human Behaviour*, 113. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>

Triana, R., Keliat, B. A., Wardani, I. Y., Sulistiowati, N. M. D. & Veronika, M. A. (2019). *Understanding the protective factors (self-esteem, family relationships, social support) and adolescents' mental health in Jakarta*. *Enfermería clínica*, 29 (S2), 629 - 633. DOI: [10.1016/j.enfcli.2019.04.096](https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2019.04.096)

Tyagi, T. & Meena, S. (2022). *Online social networking and its relationship with mental health and emotional intelligence among female students*. *Clinical Epidemiology and Global Health*, 17. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cegh.2022.101131>

Valkenburg, P. M., Peter, J. & Schouten, P. (2006). *Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem*. *Cyberpsychology and behaviour*, 9 (5), 584 - 590. DOI: [http://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584](https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584)

van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S. & Valkenburg, P. M. (2016). *The Social Media Disorder Scale*. *Computers in Human Behaviour*, 61, 478 - 487. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>

Walther, J. B. (1996). *Computer-Mediated communication: impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction*, *Communication Research*, 23 (1), 3 - 43. DOI: <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>

Yue, H., Zhang, X., Cheng, X., Liu, B. & Bao, H. (2022). *Measurement Invariance of the Bergen Social Media Addiction Scale across genders*. *Frontiers in Psychology*, 13. DOI: [10.3389/fpsyg.2022.879259](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.879259)