

Redes Sociales

Atrapamiento o Conexión Emocional



Este libro es producto de ejercicios investigativos de los autores que aparecen al pie de la firma de cada capítulo; las investigaciones de donde se derivaron se declaran en cada uno de ellos. Este libro resultado de investigación fue sometido a evaluación externa con base en criterios de calidad determinados por Minciencias .

Corporación Universitaria Adventista. Dirección de Investigación

Redes Sociales: Atrapamiento o conexión emocional / Dirección de Investigación; Prólogo de Mariluz Cano García. - 1 edición. - Medellín: Editorial SEDUNAC Corporación Universitaria Adventista; 2023.

156 páginas.

ISBN: 978-628-95453-1-9 (versión electrónica)

1. Psicología. 2. Habilidades sociales. 3. Emociones.

150

C822

Corporación Universitaria Adventista ©

Sello Editorial SedUnac ©

ISBN: 978-958-53658-8-9

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Rector

PhD. JUAN CHOQUE FERNÁNDEZ

Vicerrectora Académico

PhD. MÓNICA CASTAÑO MEJÍA

Director Investigación

PhD. EDGARDO JAVIER RAMOS

Editor

Mg. HECTOR FABIAN PALACIOS

Compilador

PhD. MARILUZ CANO GARCÍA

Sello Editorial SedUnac

editorialinvestigacion@unac.edu.co

Corrección de texto: Dr. ENOC IGLESIAS

Diagramación y carátula: HÉCTOR FABIÁN PALACIOS

1a edición: Agosto de 2023

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en sistema recuperable o transmitida en ninguna forma o por medio electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, u otro, sin haber citado la fuente. Los conceptos expresados en este documento son responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente corresponden con los de la Corporación Universitaria Adventista.

Contenido

PROLOGO | 7

EL USO DE LAS REDES SOCIALES, LA ANSIEDAD Y LA DEPRESIÓN: UNA DISYUNTIVA ACTUAL

Mariluz Cano García, Dayana Bustamante Agudelo, Denia Yuleidy, Valderrama Mosquera, Vanesa Gaviria Cano, Laura Fernanda Gil Jaramillo, Valentina González González, Valeria González Posada, Luisa Fernanda Parra Cardona, Lissi Paola Espinosa Osorio

8

REDES SOCIALES, ANSIEDAD Y DEPRESIÓN

Mariluz Cano García, Dayana Bustamante Agudelo, Denia Yuleidy, Valderrama Mosquera, Vanesa Gaviria Cano, Laura Fernanda Gil Jaramillo, Valentina González González, Valeria González Posada, Luisa Fernanda Parra Cardona, Lissi Paola Espinosa Osorio

24

USO DE REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA A NIVEL EMOCIONAL EN ADOLESCENTES

Por Alejandra González Mora, Alejandra Vanesa Cardona Córdoba, Manuela Jaramillo, Sara Metaute Mesa, Sebastián García Arboleda

34

RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES Y LA AUTOIMAGEN O IMAGEN CORPORAL EN LOS USUARIOS DE REDES SOCIALES

Por Mariluz Cano García, Yina Moreno Agudelo, Daniel Mosquera Moreno, Angie Manuela Lopera Quiroz, María José Muñoz Meza, Mallerly Andrea Ramírez Montes, Luisa Fernanda Molina Ramírez, Juliana Montoya Cardona

51

AFECTACIÓN EN EL AUTOCONCEPTO FÍSICO POR ESTEREOTIPOS DE BELLEZA PROPUESTOS EN LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Por Mariluz Cano García, Yina Moreno Agudelo, Daniel Mosquera Moreno, Angie Manuela Lopera Quiroz, María José Muñoz Meza, Mallerly Andrea Ramírez Montes, Luisa Fernanda Molina Ramírez, Juliana Montoya Cardona

69

REDES SOCIALES, ADICCIÓN AL INTERNET Y SU RELACIÓN CON LA MODIFICACIÓN DE LA ATENCIÓN SOSTENIDA EN ESTUDIANTES DEL TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA

Por Mariluz Cano García, Daniel Castaño Bermúdez, Daniel Felipe Montoya, Giraldo, Isabel Cristina Restrepo Ramírez

105

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RELACIONES INTERPERSONALES

Por Mariluz Cano García, Paola Andrea Jaramillo Jaramillo, Marcela Restrepo Londoño

119

ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y LAS AFECTACIONES PSICOLÓGICAS EN LOS JÓVENES

Por Mariluz Cano García, Jorge Hoyos Rentería, Edwin David Lavado Díaz, Jéssika Fernanda Peña Montoya

137

Prólogo

En un mundo hiperconectado, la tecnología ha trasfigurado la forma en que nos comunicamos, interactuamos y nos vinculamos con los demás. Cada día son más los negocios que se logran por medio de la tecnología, las relaciones sociales que se concretan y la dependencia hasta para verificar el estado del tiempo. En el centro de esta revolución digital se encuentran las redes sociales, plataformas en línea que han logrado cambiar radicalmente la forma en que los jóvenes se articulan con el mundo que les rodea. Sin embargo, este cambio vertiginoso ha generado un impacto positivo como negativo en la vida de los más jóvenes.

En este libro, exploraremos la influencia de las redes sociales en la vida de los jóvenes y examinaremos cómo estas plataformas han moldeado su manera de pensar, sentir y actuar. Este libro devela los impactos negativos que las redes sociales pueden tener en la salud mental y emocional de los jóvenes, como la adicción, la comparación constante, el acoso cibernético y la pérdida de privacidad. Analizaremos cómo estas plataformas pueden amplificar los miedos y las inseguridades de los jóvenes, y cómo pueden convertirse en un terreno fértil para la desinformación y la manipulación.

Las aportaciones que aparecen en la compilación son estudios correlacionales y explicativos recientes. Este libro no pretende ofrecer respuestas definitivas ni juzgar de manera absoluta a las redes sociales. Más bien, su objetivo es fomentar la reflexión y el diálogo constructivo sobre un tema que define la realidad de la generación actual. A través de estas páginas, recomendamos a los jóvenes, padres, educadores y profesionales a adentrarse en un viaje de descubrimiento, donde exploraremos las dimensiones complejas de las redes sociales y su impacto en la juventud y como los gobiernos y familias deben asumir una posición más contundente.

Esperamos que este libro sirva de aporte al círculo científico para profundizar en las implicaciones del uso desmedido y como se pueden orientar decisiones informadas que ayude a construir normatividad social para su regulación y así comenzar a implementar una relación saludable y equilibrada con estas poderosas herramientas.

Mariluz Cano García, PhD.

El uso de las redes sociales, la ansiedad y la depresión: una disyuntiva actual

*Por Mariluz Cano García**

*Dayana Bustamante Agudelo**, Denia Yuleidy Valderrama Mosquera***

*Vanesa Gaviria Cano**, Laura Fernanda Gil Jaramillo***

*Valentina González González**, Valeria González Posada***

*Luisa Fernanda Parra Cardona**, Lissi Paola Espinosa Osorio***

Resumen

El fin de esta investigación fue designar una correlación por la revelación ansiosa y depresiva y la usanza de las redes sociales en estudiantado universitario en Medellín, Colombia. En este participaron 203 alumnos de 18 a 27 años a los cuales se les suministró el cuestionario de Depresión de Beck-II, el cuestionario de Ansiedad de Beck y el instrumento de adicción a redes sociales. Luego de analizar efectos, logró determinarse la presencia de la significancia en la correlación por las variables de ansiedad, depresión y redes sociales, lo que sugiere que cuanto mayor sea el periodo de conexión del individuo en las redes sociales, son mayores las probabilidades existen de este desarrollar síndromes ansiosos y depresivos.

Palabras clave: Redes sociales, ansiedad, depresión, jóvenes, salud mental, adicción.

Abstract

The goal of this research was to designate a correlation between anxious and depressive disclosure and the use of social media in university students in Medellin, Colombia. A total of 203 students between 18 - 27 years of age

*PhD Psicología. Docente investigador. Tecnológico de Antioquia.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: mariluz.cano@tdea.edu.co

participated in the study and were administered the Beck Depression Questionnaire-II, the Beck Anxiety Questionnaire and the Addiction to Social Media instrument. After analyzing the effect, the presence of significance in the correlation between the variables of anxiety, depression and social networks was determined, suggesting that the longer the individual's period of connection to social media, the greater the probability of developing anxious and depressive syndromes.

Key words: social networks, anxiety, depression, youth, mental health, addiction.

Introducción

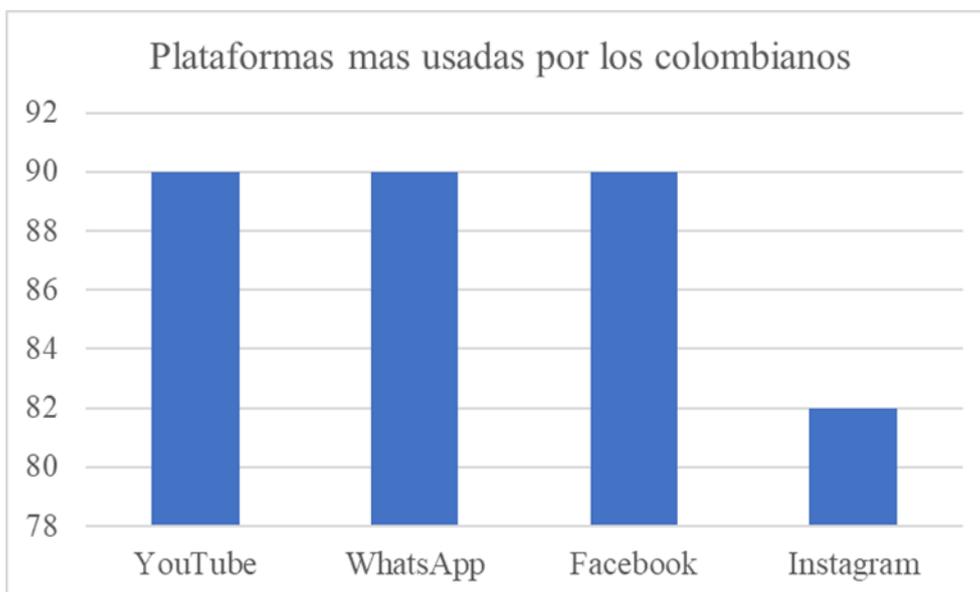
Los referentes actuales enuncian que gran parte de la población mundial se ha acostumbrado a la comodidad y al entretenimiento que ofrece la tecnología: información accesible de todo el mundo, gran cantidad de recursos al alcance de la mano, interacción cultural, inmediatez, etc. Entre las extensiones más usadas se encuentran las redes sociales, que son vistas como escenarios atractivos por la mayoría de los individuos, porque permiten a los usuarios conectar, colaborar, pertenecer a comunidades, informarse, comunicarse con otros en tiempo real e, incluso, hacer denuncias sociales (Ressler y Glazer, 2010).

Colombia cuenta con 51,07 millones de habitantes, más o menos el 81,6% de estos viven en zonas rurales. Con respecto a la conexión de aparatos electrónicos el 68% del país se encuentra activo. De este modo las conexiones superan el nivel de habitantes en un 119% al total de habitantes del país donde el 76,4 % usan redes sociales (Alvino, 2021).

Las plataformas más usadas por los colombianos son: YouTube, WhatsApp y Facebook con más de un 90% seguida de estas se encuentra Instagram con un 82% (Alvino, 2021). El objetivo de esta investigación surge como respuesta ante la preocupación de algunos científicos de la salud mental por el auge y la influencia que han tenido las redes sociales en las personas, y también porque los organismos internacionales y nacionales de salud no se han pronunciado con claridad respecto a la utilización y la demasía de las plataformas en la contemporaneidad y cómo estas afectan el bienestar físico, la autoimagen, la autopercepción y la salud mental (Cramer e Inkster, 2017).

Gráfico 1.

Plataformas más utilizadas por los colombianos.



Nota: Según el estudio de Alvino (2021), las plataformas más utilizadas por los colombianos son YouTube, WhatsApp y Facebook.

Varios estudios refieren que la depresión y la ansiedad se ven afligidas por el empleo de redes. En la contemporaneidad, debido al uso cada vez más frecuente de estas por parte de las personas, se presentan factores como la ansiedad por la conexión, el miedo a perderse algo en línea (síndrome FoMo), el aislamiento, la pérdida de la noción del tiempo, la desconfianza hacia las relaciones interpersonales y el aturdimiento perceptual; estos incluso pueden alcanzar grados de patología (Garcés y Ramos, 2010). A su vez, se encuentra que manejar inmoderadamente las redes repercute en la depresión y en cómo esta afecta al individuo física y socialmente (Lozano y Cortés, 2020).

Igualmente, los trastornos ansiosos y depresivos se conceptualizan como trastornos del estado de ánimo y de la salud mental. Según Sierra et al. (2003), en la ansiedad se revelan signos que le causan malestares al sujeto física y psíquicamente que involucran un peligro que puede ser real o inexistente; los cuales se pueden acompañar de crisis de pánico, teniendo en cuenta que este persiste en el tiempo. Para García (2009), la depresión se define como un trastorno mental el cual altera el estado anímico frecuentemente acompañado de síntomas ansiosos.

A continuación, se muestra un sondeo de investigaciones a nivel mundial, a partir de las cuales se observaron resultados que evidencian el enlace entre el empleo prolongado de las plataformas y la aparición de afecciones mentales entre el estudiantado, como la ansiedad y la depresión. Investigaciones realizadas en diversos países de Europa han arrojado que hay una relación entre las previas variables; un ejemplo de ello es el estudio de Cramer e Inkster (2017) con jóvenes europeos, donde la ansiedad y la depresión se vieron incrementadas en un 70 % debido al uso de redes como Instagram, Twitter, Facebook, YouTube y Snapchat.

En Estados Unidos una encuesta que buscaba identificar el crecimiento de la implementación de medios virtuales con jóvenes arrojó que plataformas como Facebook y YouTube continúan controlando la perspectiva en línea con un 81 % y 69 % respectivamente; sin embargo, hay otras plataformas como Twitter, WhatsApp y TikTok que son visitadas por un 21 % de estadounidenses (Auxier y Anderson, 2021).

De la misma manera, en Inglaterra se ha señalado que 1 de cada 6 jóvenes ingleses ha de experimentar alguna patología de la ansiedad en diferentes momentos de la vida; además, refiere que las estadísticas de depresión y ansiedad han tenido un incremento del 70 % entre los jóvenes, debido al manejo de los medios virtuales (Cramer y Inkster, 2017).

Por parte de Latinoamérica, un estudio que se realizó en México con la población estudiantil determinó el grado de uso significativo de aparatos electrónicos, el cual confirmó la presencia de adicción, ansiedad y malestares físicos en un 4,28 % y 17,85 % para mujeres y hombres respectivamente; esto, teniendo en cuenta que fue más prevalente la sintomatología en las mujeres (Zavala, 2017). Por otro lado, un estudio realizado en México muestra que el ser nomofóbico conlleva repercusiones de autoestima y niveles ansiosos; siendo así los universitarios con mayor dependencia a ciertos canales virtuales, demuestran de igual forma un nivel de ansiedad (Portillo et al., 2021).

Aunado a lo anterior, en un centro universitario de Lima zona Norte ejecutaron una investigación correlacional, en la cual el fin era precisar una posible vinculación entre los síndromes depresivos y el consumo dependiente de los medios sociales en estudiantes de psicología. [...] y verifica que hay una correlación clara en el incremento de los grados de las dos variables de la muestra que se estudió (Padilla y Ortega, 2017).

Ahora bien, según las anteriores observaciones realizados en diversos países, el uso prolongado del internet (redes sociales u otras redes de interacción en la red) incrementa la exposición de desarrollar conductas

adictivas, como ya también lo habían planteado Müller et al. (2016), quienes también señalaron que la ansiedad, la depresión y las redes sociales sujetan una relación estrecha que generalmente es patológica, con lo que se determina una disyuntiva para la sociedad.

Estas investigaciones generan aportes sólidos para el actual análisis, principalmente porque existe relación con el objeto de estudio; no obstante, el conjunto de variables no es totalmente equivalente, pues en esta investigación se introducen nuevas redes sociales que han tenido auge en la última década. Además, este estudio pretende hacer un análisis contextualizado, el cual está localizado en Medellín, Colombia. En ese orden, para formular la hipótesis investigativa, cabe plantear esta pregunta: ¿cómo se relaciona la usanza de los servicios digitales con la ansiedad y la depresión en estudiantes entre 18 y 27 años de la ciudad de Medellín, Antioquia?

1. Redes sociales

Se alude que los servicios en línea le brindan la posibilidad al individuo de interactuar con demás cibernautas por medio de perfiles tanto públicos como semipúblicos (Boyd y Ellison, 2007)

El uso de medios digitales ha venido fomentando afecciones laborales, académicas, relacionales entre otras, en las personas que no tienen acceso a estos; lo que lo convierte como un medio indispensable en el diario vivir del siglo XXI. Se evidencia que en la actualidad las poblaciones que implementan mayor uso de los medios virtuales generan de cierto modo comportamiento adictivo (Klimenko et al., 2021).

2. Abuso a redes sociales

La adicción detona una afectación de la psiquis emocional y somática que establece una relación de necesidad hacia una persona, acción o determinado elemento. Se identifica por una sintomatología corporal y de la cognición que influye en el bienestar mental de la persona (Organización Mundial de la Salud - OMS, 2010, como se citó en Comunidad de Madrid, s.f.).

3. Ansiedad y depresión

El Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-IV) (Asociación Estadounidense de Psiquiatría, 2013), apunta que los trastornos ansiosos difieren la conducta y sostienen sentimientos inmoderados de miedo y ansiedad. Por otro lado, precisa que los trastornos depresivos desfavorecen

en los sujetos las habilidades funcionales, desplegando en estos indicios de malestares contraproducentes para su bienestar.

Asimismo, la ansiedad comporta un estado anímico de amenaza que incorpora componentes cognitivos tales como: inhabilidad para adquirir resultados esperados, falta de certeza sobre algo, miedo, agresividad percibida, vulnerabilidad e incontrolabilidad entre otros factores (Barlow, 2004). Con esto se plantea que la ansiedad genera preocupación a las personas que requieren tratamiento para sintomatología nerviosa y de agitación que les causa angustia y que da paso a una distorsión de su vida cotidiana (Beck y Clark, 2013).

4. Relación entre ansiedad, depresión y redes sociales

A medida que las interacciones entre las personas con las tecnologías aumentan, estas se encuentran propensas a adquirir cambios adversos en la salud y sus comportamientos, lo que deriva en depresión, estrés, sueño y pérdida de relaciones interpersonales (Suárez et al., 2022; Primack et al., 2017, como se citó en Portillo et al., 2021). Según lo evidenciado, se puede afirmar que un primer acercamiento a las redes sociales y tecnologías no afecta al individuo, sino que es su uso paulatino el que conlleva al cambio y a la adquisición de conductas.

5. Depresión

Beck et al. (2010), plantea que la depresión es “una condición psiquiátrica, un ‘estado’, no un ‘rasgo’ de personalidad, por lo cual, es susceptible de ser modificada” (p. 287). Serrano et al. (2013) definieron la depresión, como un síndrome que se asocia con un estado de ánimo apagado acompañado de signos como el adelgazamiento y la inapetencia y sueño, entre otros.

6. Depresión y redes

El uso y la extralimitación de redes sociales se asocia desfavorablemente con la depresión (Arab y Díaz, 2015; Padilla & Ortega, 2017).

Metodología

La investigación es cuantitativa empírica analítica de alcance descriptivo correlacional transversal, por lo que se describen las variables, se verifica si

existe una relación entre estas y se identifica si el uso de las redes sociales puede ser una causa del origen o el incremento de la sintomatología ansiosa y depresiva. De igual manera, se prepondera que no es experimental, siendo que las variables no se muestran alteradas; en cambio, se observan en el ambiente natural, medidas a través de test psicométricos.

Además, se debe tener en cuenta que este estudio está compuesto por estudiantes universitarios en un rango etario de 18 a 27 años; por otro lado, esta muestra es no probabilística por conveniencia, en tanto que existe una cercanía entre los investigadores y la población. La muestra poblacional fue de 203 jóvenes universitarios con la siguiente descripción sociodemográfica: edades entre los 18 y 27 años; géneros masculino y femenino; y atienden universidades como: Tecnológico de Antioquia (TdeA), (ITM), (IUP) y (UCLA), entre otras universidades que se encuentran situadas en Medellín para estratos 5,4,3,2 y 1.

1. Criterios de inclusión

- Ser mayor.
- Poder leer en español.
- Ser estudiante universitario activo.
- Manejar redes sociales.

2. Técnica de recolección de información

Se construyó un sondeo *ad hoc* con el objetivo de identificar información sociodemográfica y se utilizaron algunas pruebas validadas en español y dentro del contexto colombiano; estas se describen a continuación. En primer lugar, se tiene el BDI-II (Beck et al., 1996), instrumento que está constituido por 21 ítems con respuestas tipo múltiple; además, este tiene una alta fiabilidad *test-retest* (Pearson $r = 0,93$), así como una alta consistencia interna (alfa 0,91) (Beck et al., 1996). Una de las investigaciones que utilizaron este inventario en español fue la de Rosas et al. (2016) en estudiantes preuniversitarios, según cuyos resultados el encuentro pasivo se agrupa con mayor magnitud síntomas ansiosos y depresivos.

Por su parte, Beck et al. (1996) desarrollaron el BAI para tener un instrumento capaz de distinguir la ansiedad y la depresión de manera segura. Este cuestionario se elaboró dado el objetivo de estimar el rigor de signos ansiosos; además está establecido por 21 preguntas orientadas en componentes físicos que se relacionan directamente con la ansiedad, según el

DSM-IV. Así, la fiabilidad de la congruencia intrínseca del BDI-II es inminente (C.alfa de 0,87) (Sanz et al., 2003). Por último, se tiene el cuestionario de (ARS) formado por Escurra y Salas (2014).

Es un formulario que según el DSM-IV mide la adicción a las sustancias psicoactivas, este cuestionario tiene 24 preguntas tipo Likert, así mismo abarca tres dimensiones que van desde la fijación recurrente por los medios, hasta exceder el empleo de las plataformas digitales. La confiabilidad que este instrumento arroja es de 0,95 y su indagación factorial confirmatorio expone la validez de tres elementos en los residentes peruanos (Pardo, 2016).

3. Aspectos éticos

A continuación, se refieren los aspectos éticos que cada participante de la investigación conoció y firmó; estos son: secreto profesional, derecho a la no participación, derecho a la información, devolución de resultados y rectificación, investigación plenamente académica, no remuneración por participación y respeto a la intimidad bajo la Ley del 2012 -1581 la cual rige resguardar la información íntima de los participantes.

Resultados

En este argumento se exhiben los efectos del proceso investigativo, donde se hace un análisis para cada variable y para todas en conjunto.

1. Ansiedad

Tabla 1.

Estadísticas de Síntomas Ansiosos en la Población Estudiantil.

Categoría de Síntomas Ansiosos	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje Acumulado
Sin síntomas relevantes	27.6%	56	27.6%
Síntomas leves	27.6%	56	55.2%
Síntomas moderados	19.2%	39	74.4%
Síntomas graves	22.7%	46	97.1%

Nota: Los datos presentados representan el porcentaje de estudiantes de 17 a 27 años que manifestaron diferentes niveles de síntomas ansiosos en una muestra de 203 estudiantes.

- El 27,6 % de la población no manifestó síntomas ansiosos relevantes.
- El 27,6 % de la población manifestó síntomas ansiosos leves.
- El 19,2 % de la población manifestó síntomas ansiosos moderados.
- El 22,7 % de la población manifestó síntomas ansiosos graves.

Los estadísticos arrojaron una media de 17 puntos, lo que quiere decir que el nivel de ansiedad total de la muestra estuvo bajo.

2. Depresión

Tabla 2.

Estadísticas de Síntomas Depresivos en la Población Estudiantil.

Categoría de Síntomas Depresivos	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje Acumulado
Sin síntomas relevantes	53.2%	108	53.2%
Síntomas leves	17.2%	35	70.4%
Síntomas moderados	18.8%	38	89.2%
Síntomas severos	9.9%	20	99.1%

Nota: Los datos presentados representan el porcentaje de estudiantes de 17 a 27 años que manifestaron diferentes niveles de síntomas depresivos en una muestra de 203 estudiantes.

- El 53,2 % de la población no presentó síntomas depresivos relevantes.
- El 17,2 % de la población presentó síntomas depresivos leves.
- El 18,8 % de la población presentó síntomas depresivos moderados.
- El 9,9 % de la población presentó síntomas depresivos severos.

Los estadísticos arrojaron una media de 14,52 puntos, por lo que se infiere que el nivel de depresión total de la muestra estuvo leve.

3. ARS

Tabla 3.

Estadísticas de Uso de Redes Sociales en la Población Encuestada.

Categoría de Uso de Redes Sociales	Porcentaje	Cantidad
Utiliza redes sociales	99.5%	202
Conexión a través del celular en casa y trabajo	19.2%	39
Conexión en casa a través del celular	72.9%	148
Conexión exclusivamente en casa	78.3%	159
Conexión a través del celular	94.1%	191
Uso de redes entre un 11% y 50% del tiempo	46.3%	94
Uso de redes entre un 50% y 10% o menos del tiempo	53.7%	109
Utiliza datos verdaderos en redes sociales	85.2%	173

Nota: Los datos presentados representan el porcentaje de la población que utiliza redes sociales y sus patrones de conexión.

- El 99,5 % de la población utiliza redes sociales.
- El 19,2 % de la población se conecta a través del celular en su casa y su trabajo.
- El 72,9 % de la población se conecta en su casa a través del celular.
- El 78,3 % de la población se conecta en su casa solamente.
- El 94,1 % de la población se conecta a través de su celular.
- Las personas que se conectan entre un 11 % y un 50 % del tiempo en redes equivalen a un 46,3 %.
- Las personas que se conectan entre un 50 % y un 10 % o menos del tiempo en redes equivalen a un 53,7 %.
- El 85,2 % de la población utiliza sus datos verdaderos en las redes sociales.

Arrojaron los estadísticos una media para el ARS de 34,83, significando una categoría de dependencia a redes total de la muestra estuvo alto.

4. Correlación

Tabla 4.

Correlación de las variables ansiedad, depresión y redes sociales.

			Depresión	Ansiedad	Adicción a redes
Rho de Spearman	Depresión	Coeficiente de correlación	1,000	,684**	,312**
		Sig. (bilateral)		0,00	0,00
	Adicción a redes	Coeficiente de correlación	,312**	283**	1
		Sig. (bilateral)	0,00	0,00	
		N	203	203	203

** Correlación: $p=0,01$ (bilateral).

Según el análisis de los resultados se alcanzó una correlación módica y elocuente en las variables. Para la ansiedad y la depresión se evidenció que estas se correlacionan con una $\rho=0,68$; la ARS obtuvo una correlación moderada y significativa para la depresión con una $\rho=0,31$; y la ARS y la ansiedad tuvieron una correlación moderada y estadísticamente significativa de $\rho=0,28$; $p=0,00$. Por lo tanto, la hipótesis investigativa resultó ser positiva.

Tabla 5.

Correlación entre género y variables de ansiedad, depresión y redes sociales.

Género			Depresión Totalizada	Ansiedad Totalizada	ARS Totalizada
Femenino	Depresión Totalizada	Correlación de Pearson	1	,635**	,300**
		Sig. (bilateral)		,000	,001
		N	125	125	122
	ARS Totalizada	"	,300**	,204*	1
			,001	,024	
			122	122	122
Masculino	Depresión Totalizada	"	1	,760**	,302**
			,000	,009	
			78	78	75
	ARS totalizada	"	,302**	,356**	1
			,009	,002	
			75	75	75

$P=0,00$ Correlación: 0,01 (bilateral). $P=0,01$ Correlación: 0,05 (bilateral).

Según la previa tabla se observó la presencia de correlaciones significativas entre el género y las respuestas de los individuos. lo que determinó que los hombres exteriorizan una relación mayor sobre todo en la variable de ansiedad con la adicción a las redes.

Conclusiones

Mediante la aplicación de las pruebas BDI-II y BAI y el cuestionario de ARS se precisó la presencia de una significancia en la correlación entre variables de depresión, ansiedad y redes sociales, lo que confirmó que un individuo expuesto mucho tiempo a las redes sociales está propenso a desarrollar una sintomatología depresiva y ansiosa. Estos datos son útiles para evidenciar que el manejo inmoderado de redes repercute en una sintomatología de ansiedad y depresión en jóvenes universitarios, según la población escogida para el estudio. Además, respecto al BAI, la media arrojó un resultado de 17,00; para el de depresión se obtuvo una media de 14,52; y el cuestionario de ARS consiguió una media de 34,83. Por último, esta investigación identificó que las redes sociales que más frecuentemente visitan los estudiantes son WhatsApp (93,6 %), Instagram (85,3 %) y Facebook (74,4 %).

Discusión

Se cumplió la hipótesis investigativa, ya que asumo uso de redes mayor sintomatología ansiosa y depresiva tal como lo evidenciaron López et al., (2022), donde los signos de ansias y depresiva superan una tercera parte de la muestra. Del mismo modo, en estudios como el de Gil y Quintero (2021), se expone un enlace irecto desde la ansiedad, la depresión y las redes sociales; y se postula que, cuanto mayor sea el tiempo de consumo de redes sociales, mayores probabilidades hay de presentar un síndrome ansioso y depresivo. Según Gómez et al., (2021), hallaron que los síntomas ansiosos y depresivos se vinculan rigurosamente con el uso prolongado de las redes sociales, lo que sugiere que, al conectarse mucho tiempo a las redes sociales, se adquieren estilos de vida que conllevan a lesiones en la salud mental de los adolescentes.

Estos hallazgos previos aportan a la presente investigación, porque denotan una correlación significativa entre las variables, lo que genera una perspectiva amplia sobre la disyuntiva estudiada en el contexto colombiano.

Por último, se recomienda a la población hacer buen uso del tiempo en las redes sociales, así como manejar hábitos que promuevan un bienestar para la salud mental. En ese sentido, los estudiantes deben ser conscientes del daño físico, emocional y mental que ocasiona el uso excesivo de dichas plataformas.

Limitaciones

Algunos participantes no culminaron la encuesta y omitieron sus respuestas ante determinados ítems. Asimismo, dado que la encuesta era virtual, hubo menos control y poca observación ante las posibles inquietudes o dificultades de los participantes.

Referencias

- Alvino, C. (2021). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2021. Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/#:~:text=El%20estado%20general%20del%20uso,pa%C3%ADs%20es%20de%2060.83%20millones.>
- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Asociación Estadounidense de Psiquiatría. (2013). *Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales*. American Psychiatric Publishing.
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). *Social media use in 2021*. Pew Research Center.
- Barlow, D. (2004). *La ansiedad y sus trastornos: la naturaleza y el tratamiento de la ansiedad y el pánico*. Prensa de Guilford.
- Beck, A., & Clark, D. (2013). *Terapia cognitiva para trastornos de ansiedad*. Descleé de Brouwer.
- Beck, A., Rush, A., Shaw, B., & Emery, G. (2010). *Terapia cognitiva de la depresión (19 ed.)*. Descleé de Brouwer.
- Beck, A., Steer, R., & Brown, G. (1996). *Manual for the Beck Depression Inventory-II*. Psychological Corporation.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 1-2. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Comunidad de Madrid. (s.f.). Prevención de adicciones. <https://www.comunidad.madrid/servicios/salud/prevencion-adicciones#:~:text=%E2%80%8B%20Seg%C3%BAn%20la%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial,%2C%20gen%C3%A9ticos%2C%20psicol%C3%B3gicos%20y%20sociales.>
- Congreso de la República. (2012). Ley 1581 de 17 de octubre de 2012. Diario Oficial N° 48.587. [Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales]. Bogotá.
- Cramer, S., & Inkster, B. (2017). #StatusOfMind: social media and young people's mental health and wellbeing. Royal Society for Public Health. In *APHA's 2018 Annual Meeting & Expo (Nov. 10-Nov. 14)*. APHA.
- Escurra, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista de Psicología*, 20(1), 73-91. <https://www.redalyc.org/pdf/686/68631260007.pdf>
- Garcés, J., & Ramos, M. (2010). *Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La Mancha*. Consejo de la Juventud de Castilla-La Mancha.
- García, L. (2009). La depresión en adolescentes. La salud mental de las personas jóvenes en España. *Revista de Estudios de Juventud* (84), 85-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3106687>
- Gil, V., & Quintero, L. (2021). *La ansiedad y la depresión derivadas del abuso de las redes*. Universidad Católica Luis Amigó.
- Gómez, R., Urra, C., Vidal, R., Riveros, J., Opazo, O., Rivera, M., . . . Méndez, J. (2021). Uso de redes sociales, ansiedad, depresión e indicadores de adiposidad corporal en adolescente. *Salud (i) Ciencia*, 24(6), 338-344. <http://dx.doi.org/10.21840/siic/158538>
- Klimenko, O., Cataño, Y., Otálvaro, I., & Úsuga, S. (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente*, 1, 1-2. <https://doi.org/10.17081/psico.24.46.4382>
- López, M., Tapia, A., & Ruiz, C. (2022). Patologías y dependencias que provocan las redes sociales en los jóvenes nativos digitales. *Revista de Comunicación y Salud*, 13, 1-22. <https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e301>
- Lozano, R., & Cortés, A. (2020). Usos problemáticos de internet y depresión en adolescentes: metanálisis. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación* (63), 109-120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7304132>

- Martín, C. (2016). *Relación entre el abuso de internet y alexitimia, ansiedad, depresión y edad*. Universidad Pontificia Comillas.
- Müller, K., Dreier, M., Beutel, M., Duven, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior*, 55(1), 172-177. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.007>
- Padilla, C., & Ortega, J. (2017). Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios. *CASUS*, 2(1), 47-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6258771>
- Pardo, E. (2016). *Adicción a las redes sociales virtuales (RSV): un problema de costo conductual*. Corporación Universitaria Iberoamericana.
- Portillo, V., Ávila, J., & Capps, J. (2021). Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3(1), 139-149. <https://revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/182/117>
- Ressler, P., & Glazer, G. (2010). Legislative: nursing's engagement in health policy and healthcare through social media. *OJIN: The Online Journal of Issues in Nursing*, 16(1), 1-2. <https://doi.org/10.3912/OJIN.Vol16No01LegCol01>
- Rosas, F., Siliceo, J., Tello, M., Temores, M., & Martínez, A. (2016). Ansiedad, depresión y modos de afrontamiento en estudiantes preuniversitarios. *Revista Salud y Administración*, 3(7), 3-9. <https://revista.unsis.edu.mx/index.php/saludyadmon/article/view/48>
- Sanz, J., Perdigón, A., & Vázquez, C. (2003). Adaptación española del inventario para la depresión de Beck-II (BDI-II). *Clínica y Salud*, 14(3), 249-280. <https://www.redalyc.org/pdf/1806/180617972001.pdf>
- Sarmiento, S. (2021). *Influencia del uso de las redes sociales en estados de ansiedad y depresión en el personal médico del Centro de Salud tipo C Carlos Elizalde, Cuenca, en el período octubre-diciembre 2020*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Serrano, C., Rojas, A., & Ruggero, C. (2013). Depresión, ansiedad y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 15(1), 47-60. <https://www.redalyc.org/pdf/802/80225697004.pdf>
- Sierra, J., Ortega, V., & Zubeidat, I. (2003). Ansiedad, angustia y estrés: tres conceptos a diferenciar. *Revista Mal-Estar e Subjetividade*, 3(1), 10-59. <https://www.redalyc.org/pdf/271/27130102.pdf>

Suárez, N., Requeiro, R., Heredia, S., & Lara, D. (2022). Salud mental y usos de tecnología en el contexto universitario. Una revisión de la literatura. *Publicaciones: Facultad de Educación y Humanidades del Campus de Melilla*, 52(3), 191-228. <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v52i3.22272>

Zavala, E. (2017). *La adicción y ansiedad vinculadas a las tecnologías de la información y comunicación, incidencia en la calidad de vida de los estudiantes*. Instituto Politécnico Nacional.

Redes sociales, ansiedad y depresión

*Por Mariluz Cano García**

*Dayana Bustamante Agudelo**, Denia Yuleidy Valderrama Mosquera***

*Vanesa Gaviria Cano**, Laura Fernanda Gil Jaramillo***

*Valentina González González**, Valeria González Posada***

*Lúisa Fernanda Parra Cardona** Lissi Paola Espinosa Osorio***

Resumen

El objetivo de este artículo es realizar un análisis de diversas investigaciones enfocadas en la influencia de las redes sociales y el uso de los teléfonos móviles, relacionado a sintomatología ansiosa, depresiva, entre otros signos que comprometen la salud mental. Para la búsqueda de los artículos se tuvieron en cuenta criterios de inclusión y exclusión, bajo los cuales se optaron por 11 investigaciones a nivel local, nacional e internacional. A partir de la revisión de estos artículos se determinó que el uso prolongado de redes sociales y teléfonos móviles genera sintomatología que repercute negativamente en la salud mental.

Palabras clave: Redes sociales, Ansiedad, Depresión, Síntomas, Salud mental.

Abstract

The goal of this article is to analyze several researches focused on the influence of social media and the use of smartphones, related to anxious and depressive symptoms, among other signs that compromise mental health. For the search of the articles, inclusion and exclusion criteria were taken into account, under which 11 local, national and international researches were chosen. From the review of these articles it was determined that the prolonged use of social media and smartphones generates symptoms that have a negative impact on mental health.

*PhD Psicología. Docente investigador. Tecnológico de Antioquia.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: mariluz.cano@tdea.edu.co

Key words: Social networks, Anxiety, Depression, Symptoms, Mental health.

Introducción

Este análisis se evalúa diversas investigaciones que tienen como propósito verificar la relación entre redes sociales y sintomatologías ansiosas y depresivas, sin omitir la existencia de otras variables; para esto se realizó un rastreo de estudios de diferentes situaciones geográficas tanto local como mundial y con diferentes metodologías de abordaje.

Es fundamental reconocer y exponer las diversas investigaciones que plantean hallazgos frente a la correlación de redes sociales y sintomatología ansiosa y/o depresiva, debido a que esto nos permite percatarnos de la derivación de otro tipo de manifestaciones patológicas dando paso a una mirada más amplia de la problemática.

El presente artículo se enfocará en el estudio de los hallazgos sobre la correlación existente entre el uso de las redes sociales y sintomatología ansiosa y depresiva; considerando que las investigaciones previas no han tenido resultados influyentes con fenómenos que ahora se denotan más relevantes a causa de la dinámica social. Por lo tanto, se pretende realizar una comparación o un paralelo entre investigaciones que generen efectos para una correlación más asertiva. (Matalinares-Calvet et al., 2017)

Es importante enfatizar en la definición que se arroja de cada variable, debido que genera claridad en la comprensión del artículo.

El Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (2013) define los trastornos de ansiedad como: "Los que comparten características de miedo y ansiedad excesivos, así como alteraciones conductuales asociadas" (p.190). Este manual define el trastorno de depresión es "la presencia de un ánimo triste, vacío o irritable, acompañado de cambios somáticos y cognitivos que afectan significativamente a la capacidad funcional del individuo. Lo que los diferencia es la duración, la presentación temporal o la supuesta etiología." (p. 155).

En concordancia las redes sociales son definidas por Boyd y Ellison (2007) como: Servicios web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema, articular una lista de usuarios con quienes ellos pueden compartir una conexión, ver y navegar en su lista de enlaces y en aquellas hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones puede variar según el sitio (p.211).

Metodología

Este artículo de revisión tuvo un diseño de tipo descriptivo, de corte transversal con un enfoque interpretativo. Se obtuvo la información de bases de datos de repositorio de la universidad Tecnológico de Antioquia (Scopus y Springer) entre otras oficiales que son de fácil acceso (Google Académico, Scielo, Dialnet y Sciencedirect), estas fuentes son verídicas puesto que contienen artículos de reconocimiento y su búsqueda es amplia en los aspectos que se dan a conocer en esta investigación.

Analiza once investigaciones que cumplieron con los criterios de inclusión, estos fueron, buscar artículos que investigarán sobre la correlación entre redes sociales, ansiedad y depresión, investigaciones publicadas desde el año 2017 en adelante y artículos que se centrarán en estudiar población en etapa de adolescencia, adultez joven y escolarizados; por el contrario, los criterios de exclusión establecidos fueron investigaciones con tiempo anterior al año 2017, artículos de revisión, investigaciones de páginas con bajo nivel de credibilidad y tesis de pregrado.

Los artículos seleccionados buscan correlacionar el uso de redes sociales con afecciones mentales como la ansiedad y depresión, mencionando otras variables externas y su influencia en el desarrollo de patologías. La importancia de esta redacción radica en avalar la correlación entre las variables mencionadas y exponer la relevancia de estudiar este tema.

Los artículos para revisión se orientaron en la búsqueda de fenómenos que inciden negativamente en los procesos internos de la población, agravando sintomatologías ansiosas, depresivas entre otras. La mayoría de estos escritos se orientan a la búsqueda de un fenómeno negativo que afecta la salud mental; cabe mencionar, la mayoría de estos artículos cuentan con una población en etapa de adultez temprana y escolarizados.

Proceso

El presente artículo de revisión analiza once investigaciones que cumplieron con los criterios de inclusión, estos fueron, buscar artículos que investigarán sobre la correlación entre redes sociales, ansiedad y depresión, investigaciones publicadas desde el año 2017 en adelante y artículos que se centrarán en estudiar población en etapa de adolescencia, adultez joven y

escolarizados; por el contrario, los criterios de exclusión establecidos fueron investigaciones con tiempo anterior al año 2017, artículos de revisión, investigaciones de páginas con bajo nivel de credibilidad y tesis de pregrado.

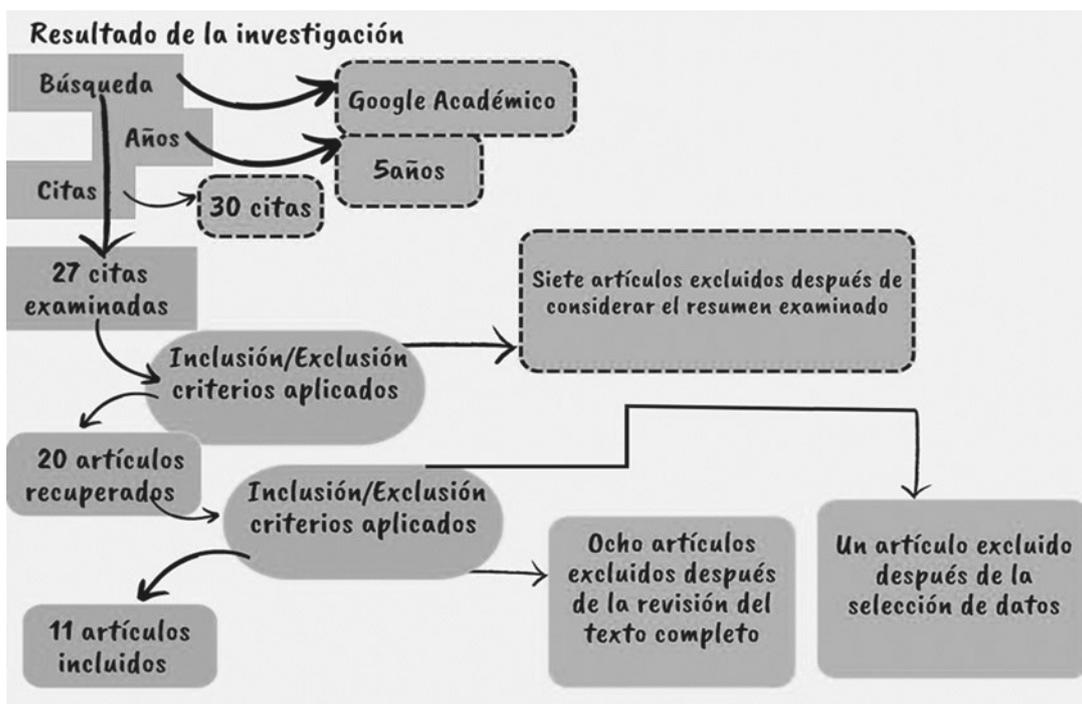
Los artículos seleccionados buscan correlacionar el uso de redes sociales con afecciones mentales como la ansiedad y depresión, mencionando otras variables externas y su influencia en el desarrollo de patologías. La importancia de esta redacción radica en avalar la correlación entre las variables mencionadas y exponer la relevancia de estudiar este tema.

Resultados

Con relación al fenómeno expuesto previamente, se realizó un sondeo de información a nivel nacional e internacional, con el objetivo de sustentar una relación significativa entre las variables ansiedad, depresión y redes sociales.

Figura 1.

Resultado de la investigación



Asia

Entre los hallazgos se identificaron dos estudios en Irán, el primero se ejecutó en la universidad de Yazd, Yazd, que tuvo como principal objetivo investigar el efecto del uso de redes sociales virtuales sobre depresión, estrés y ansiedad en adultos jóvenes, este estudio contó con la participación de todos los jóvenes en Yazd que fueron seleccionados por conveniencia para método de muestreo. Luego, 120 jóvenes (60 hombres y 60 mujeres) fueron seleccionados y contestaron la DASS-21 (escala de auto-reporte de 21 ítems diseñada para evaluar síntomas de ansiedad) y un cuestionario sobre el Uso de Redes Sociales Virtuales, los hallazgos mostraron una relación entre el uso de redes sociales virtuales y el estrés en los usuarios masculinos y hubo una relación significativa entre el uso de las redes sociales virtuales y la depresión, la ansiedad y el estrés en usuarias femeninas, por lo tanto se demuestra que las redes sociales virtuales pueden afectar la depresión, ansiedad y estrés entre los jóvenes, lo que pone de manifiesto la necesidad de educación de los jóvenes y las familias (Dehghani y Mahmoodabadi, 2018).

La segunda investigación fue un estudio transversal el cual se realizó con 350 estudiantes de la Universidad de Ciencias Médicas de Alborz- Irán en el año 2021, su selección se llevó a cabo por muestreo de conveniencia. Su objetivo principal fue resolver el papel predictor de las redes sociales y las relaciones emocionales en Internet sobre la salud mental y la calidad de vida de los estudiantes. Se obtuvo una asociación causal positiva y significativa entre la escala de estrés, ansiedad, depresión y las relaciones emocionales en internet con efecto directo. Alusiva a la asociación causal negativa más alta fue la de calidad de vida con la puntuación de la escala de depresión con efecto directo, en cuanto a la asociación positiva más alta la obtuvo el nivel socioeconómico con efecto directo. Con respecto a la duración media del uso de las redes sociales junto con las relaciones emocionales en internet consiguieron la mayor asociación negativa con la calidad de vida. Para concluir, el uso de redes sociales, internet, relaciones afectivas virtuales y nivel socioeconómico bajo se relaciona con una puntuación mayor en la escala de estrés, ansiedad, depresión, y una menor calidad de vida en los estudiantes. (Aliverdi et al., 2022).

Norteamérica

En una región del suroeste de Estados Unidos se realizó un estudio a 467 jóvenes adultos universitarios. Este estudio fue de tipo correlacional y tuvo como objetivo examinar la posible relación entre el uso de las redes sociales y la salud mental en adultos jóvenes. Los resultados de la investigación refieren que no existe una relación por con secuencialidad entre las variables, sin

embargo, los resultados arrojaron la aparición de signos de ideación suicida, factor que influye negativamente en la salud mental (Berryman et al., 2017).

Latinoamérica

Una de las investigaciones que abordó de manera conjunta las variables, se elaboró en una universidad privada en la ciudad de Lima Perú, con el objetivo de determinar la relación entre el uso de las redes sociales y la sintomatología depresiva en estudiantes universitarios. Los resultados demuestran que el 12% de los estudiantes presentan un nivel moderado frente al uso de redes sociales y el 6% un nivel alto de sintomatología depresiva. Se da certeza que hay relación significativa entre ambas variables, por otro lado, no existe diferencias entre hombre y mujeres, los coeficientes de épsilon demuestran que el uso de redes y la sintomatología depresiva se les atribuye a los estudiantes que están entre los 17 a 21 años siendo los de mayor puntuación (Baños-Chaparro, 2019).

En Lima, Perú también se realizó un estudio con estudiantes universitarios con el objetivo de investigar la posible relación entre la procrastinación y la adicción a redes sociales. Para este estudio se tomó una muestra de 402 estudiantes con edades entre 15 a 65 años a los cuales se les aplicó la Escala de Procrastinación y el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales. Arrojando en los resultados una relación directa y significativa entre ambas variables, indicando que a mayor nivel de procrastinación se asocia una mayor adicción a redes sociales (Matalinares-Calvet et al., 2017).

En países como Chile y Ecuador, también se abordaron investigaciones referentes al suceso previamente mencionado. En primer lugar, en Chile ciudad de Talca se llevó a cabo una investigación en un instituto que tenía como objetivo establecer qué relación tienen las redes sociales con la aparición de trastornos de ansiedad, depresión y sintomatología de adiposidad corporal en adolescentes. La población estuvo constituida por 148 estudiantes, con edades entre 14 y 17 años. Para el estudio se aplicó el inventario de depresión de Beck; una prueba tipo encuesta para obtener información referente al uso de redes sociales y para evaluar las medidas antropométricas se siguieron los criterios de evaluación de los autores Ross WD, Marfell-Jones. Posterior a la obtención de resultados se determinó que una mayor exposición de los adolescentes a las redes sociales contribuye a la ansiedad y depresión en adolescentes, y como una cadena, estos trastornos hacen más propensos a los individuos a la adiposidad corporal; por el contrario, aquellos estudiantes que pasan menor cantidad de tiempo en redes sociales presentaron una menor sintomatología ansiosa y depresiva (Gómez-Campos et al., 2021)

En Tungurahua y Cotopaxi Ecuador, se implementó un estudio en estudiantes de universidad públicas y una privada, que tenía como objetivo el conocer los síntomas psicológicos más comunes en los universitarios, el establecer las diferencias por género y su influencia en las condiciones psicológicas, y el distinguir los casos de riesgos con la salud mental en la población estudiada. Este estudio fue de carácter descriptivo y de corte transversal, participaron 444 universitarios. Los resultados muestran que la disfunción social y la somatización fueron los indicadores de salud general con mayor prevalencia entre los estudiantes universitarios; siguiendo los síntomas de ansiedad e insomnio, y en menor los de depresión, el 24% de los estudiantes reportaron malestar en su salud mental, y física, también se identificó que los hombres tienen más alteraciones en la salud mental que las mujeres (Moreta-Herrera et al., 2020)

Desde el instituto estatal del Callao-Perú, se elaboró un estudio que tenía como principal objetivo el de relacionar la adicción a redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de distintas carreras técnicas; este estudio contó con la participación de 279 jóvenes voluntarios en un rango de edad entre 18 a 23 años. Los resultados donde se evidencian correlaciones negativas entre las dimensiones del cuestionario de ARS y de la Inteligencia Emocional. Por lo tanto, los jóvenes que pasan más tiempo conectados a las redes pueden tener mayor propensión a desarrollar adicción a las redes sociales.

En una universidad pública de Perú se realizó una investigación con el fin de caracterizar la ansiedad al aprendizaje en línea, se contó con una participación de 192 estudiantes de diferentes carreras; psicología, trabajo social y terapia ocupacional, los participantes tenían una edad promedio de 21 años. Los resultados de esta investigación mostraron que la ansiedad al aprendizaje en línea se relaciona negativamente con las actitudes hacia la manera de estudiar en línea, teniendo en cuenta que las mujeres reportaron mayor ansiedad que los hombres, también se encontró una relación significativa entre los puntajes de Ansiedad al Aprendizaje en Línea, la Calidad de la Conectividad y las condiciones del entorno para el estudio (apto/no apto). En conclusión, se determina que existe una correlación significativa entre las variables (Alarcón y Salas, 2022).

Cabe resaltar las investigaciones que se realizaron tanto en México como en Colombia. Una de estas se realizó en Nuevo León México, El objeto de estudio se condujo a analizar el efecto entre el uso de Facebook, el estrés percibido y el consumo de alcohol en jóvenes. Se realizó en una población de 110 jóvenes universitarios. En los resultados se obtuvieron que el 6,4% de la población mencionaron que el uso de Facebook ha perjudicado el consumo de

alcohol, sumado a esto, se detectó que al visualizar anuncios con contenido de alcohol en esta red social se relaciona con el consumo de este. También las horas en las que se usa Facebook se relaciona con el estrés percibido. De la misma forma se dio un efecto significativo entre; las horas, días de uso de Facebook, estrés percibido, edad, sexo, acerca del consumo perjudicial en los jóvenes universitarios (Navarro-Oliva et al., 2018).

A nivel local en la ciudad de Medellín Colombia se realizó una investigación que tenía como objetivo analizar la relación entre la ansiedad, rasgos de personalidad y el bienestar psicológico con la constancia de uso de redes sociales. Se le aplicó el cuestionario de frecuencia de uso de RS, el Inventario de personalidad NEO-FFI, el Inventario de ansiedad de Beck (BAI) y el cuestionario de bienestar psicológico a hombres y mujeres con edades entre 18 y 30 años del programa de psicología de la Institución universitaria tecnológico de Antioquia (sede principal) posterior a la aplicación de los cuestionarios y la revisión de estos, se logró determinar la existencia de una relación entre la constancia de uso de redes sociales con los rasgos de personalidad; siendo que los puntajes arrojaron que a mayor uso de red social hay predominancia entre estos rasgos tratados anteriormente (Santamaría Vasco y Vásquez Estrada, 2020).

Discusión

Con respeto a las investigaciones previamente mencionadas, se identifican factores que sostienen cierta similitud; tales como los estudios elaborados por (Dehghani y Mahmoodabadi, 2018; Baños-Chaparro, 2019; Matalinares-Calvet et al., 2017) los cuales demuestran que el uso de las redes sociales y el teléfono móvil se relacionan significativamente con síntomas ansiosos, depresivos y de estrés. Otras variables que se relacionan negativamente con el uso prolongado de las redes sociales son: las relaciones afectivas, la ideación suicida, la inteligencia emocional, la disfunción social, la procrastinación, la adiposidad corporal, la somatización y el nivel socioeconómico bajo. Teniendo en cuenta que esta correlación genera síntomas de malestar a las personas (Aliverdi et al., 2022; Berryman et al., 2017; Gómez-Campos et al., 202; Moreta-Herrera et al., 2020; Franklin Alarcón-Allaín y Salas-Blas, 2022; Navarro-Oliva et al., 2018). A partir de las relaciones negativas entre variables se argumenta que paulatinamente el uso excesivo de las redes sociales trae consigo un impacto desfavorable en la salud mental.

Conclusiones

En la revisión de las investigaciones se pudo apreciar una correlación entre las redes sociales y su influencia en la sintomatología depresiva y ansiosa; en estas investigaciones se pudo asociar a las redes sociales como un factor que repercute en la aparición de problemas asociados a la salud mental, los artículos revisados poseen entre sus variables factores demográficos de todo el mundo, y se establece la necesidad de abordar la problemática de las redes sociales asociada a la salud mental y el bienestar.

Referencias

- Alarcón Allain, G. ., & Salas Blas, E. S. (2022). Adicción a redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de educación superior técnica. *Health and Addictions/Salud Y Drogas*, 22(1), 152-166. <https://doi.org/10.21134/haaj.v22i1.640>
- Aliverdi, F., Farajidana, H., Tourzani, Z. M., Salehi, L., Qorbani, M., Mohamadi, F., & Mahmoodi, Z. (2022). Social networks and internet emotional relationships on mental health and quality of life in students: structural equation modelling. *BMC psychiatry*, 22(1), 1-10.
- Asociación Americana de Psiquiatría. (2013). Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM 5. 190.
- Asociación Americana de Psiquiatría. (2013). Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM 5. 155.
- Baños-Chaparro, J. (2019). Uso de Redes Sociales y Sintomatología Depresiva en Estudiantes Universitarios.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric quarterly*, 89, 307-314.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Dehghani, F., & Zareei Mahmoodabadi, H. (2018). The effect of using virtual social networks on depression, anxiety, and stress among young adults. *Journal of Social Behavior and Community Health*, 2(1), 174-180.
- Gómez-Campos, R., Urra-Albornoz, C., Vidal-Espinoza, R., Riveros, J., Opazo, O., Rivera-Portugal, M., Urzua-Alul, L., Cossio-Bolaños, M. y Méndez-Cornejo, J. (2021). Uso de redes sociales, ansiedad, depresión e indicadores de adiposidad corporal en adolescentes. *Salud (i) Ciencia*, 24(6), 327-332.

- Hanna-Lavalle, M. I., Ocampo-Rivero, M. M., Janna-Lavalle N. M., Mena-Gutiérrez, M. C. y Torreglosa-Portillo, L. D. (2020). Redes sociales y calidad de vida relacionada con la salud en estudiantes universitarios. *Revista Cuidarte*, 11(1).
- Matalinares-Calvet, M. L., Diaz-Acosta, A. G., Rivas-Diaz, L. H., Dioses-Chocano, A. S., Arenas-Iparraguirre, C. A., Raymundo-Villalba, O., Baca-Peruano, D., Uceda Espinoza, J., Yaringaño Limache, J. y Fernandez, E. (2017). Procrastinación y adicción a redes sociales en estudiantes universitarios de pre y post grado de Lima. *Horizonte de la Ciencia*, 7(13), 63-81.
- Navarro Oliva, E. I. P., Gherardi-Donato, E. C. S., Álvarez Bermúdez, J. y Guzmán Facundo, F. R. (2018). Uso de Facebook, estrés percibido y consumo de alcohol en jóvenes universitarios. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23, 3675-3681.
- Moreta-Herrera, R., Zambrano-Estrella, J., Sánchez-Vélez, H., y Naranjo-Vaca, S. (2020). Salud mental en universitarios del Ecuador: síntomas relevantes, diferencias por género y prevalencia de casos. *Pensamiento psicológico*, 19 (1).
- Santamaría Vasco, N y Vásquez Estrada, D. (2020). *Frecuencia de uso de redes sociales en relación a rasgos de personalidad, ansiedad y bienestar psicológico en jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín*. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria.

Uso de redes sociales y su influencia a nivel emocional en adolescentes

*Por Alejandra González Mora**

*Alejandra Vanesa Cardona Córdoba**, Manuela Jaramillo Zapata***

*Sara Metaute Mesa**, Sebastián García Arboleda***

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar el uso de las redes sociales y su influencia a nivel emocional en adolescentes entre los 14 y 16 años de la Institución Educativa Álvaro Marín Velasco. Se tuvieron en cuenta variables como el tiempo, la red social favorita, la percepción frente al género que hace más uso de las redes sociales y cómo las redes sociales influyen en el círculo social, familiar y amoroso-afectivo. Los participantes fueron diez adolescentes, cuatro hombres y seis mujeres- entre el octavo y el décimo grado. La metodología de esta investigación es cualitativa y la técnica de recolección de la información fue una entrevista semiestructurada. Los resultados arrojan que los adolescentes sí pueden llegar a sentirse afectados emocionalmente al interactuar con las redes sociales, se encontraron estereotipos frente al género que más hace uso de las redes sociales, además de problemas en su autoestima y aislamiento social respecto a sus vínculos afectivos, así como la consciencia de los adolescentes frente a los peligros a los que podrían enfrentarse al hacer uso de las redes sociales, aunque sin tener claro cómo limitar su manejo.

Palabras clave: Adolescencia, emociones, red social, estereotipos, género.

*PhD Filosofía. Docente investigador. Tecnológico de Antioquia.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: alejandra.gonzalez@tdea.edu.co

Abstract

The objective of this research is to analyze the use of social networks and their emotional influence on adolescents from the Álvaro Marín Velasco Educational Institution, between 14 and 16 years of age. Variables such as time, favorite social network, gender perception makes more use of social networks and how social networks influence their social, family and loving-affective circle were taken into account. The participants were 10 adolescents, 4 men and 6 women, between eighth and tenth grade. The methodology of this research is qualitative and the data collection technique is a semi-structured interview. The results show that adolescents can feel emotionally affected when interacting with social networks, stereotypes were found regarding the gender that makes the most use of social networks, as well as problems in their self-esteem and social isolation regarding their affective ties, as well as the awareness of adolescents regarding the dangers they could face when using social networks, although without being clear about how to limit their use.

Keywords: Adolescence, emotions, social network, stereotypes, gender.

Introducción

La adolescencia es un período de desarrollo caracterizado por altos niveles de estrés, múltiples y significativos cambios corporales, cognitivos y emocionales. El estrés, la confusión frente al proyecto de vida, el miedo, la incertidumbre sobre su lugar en el mundo y la presión que genera el buscar ser exitosos, ponen a prueba la capacidad de desarrollo o mental a gran escala mientras se atraviesan nuevas etapas y situaciones. Estas cualidades y procesos influyen en las capacidades que posee el adolescente para resolver problemas y tomar decisiones (Stanford Medicine Children's Health, s. f.).

Otro aspecto a considerar es que las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental en la vida cotidiana de los seres humanos al punto de volverse necesarias para que un sujeto pueda formar parte de una comunidad. Las principales herramientas que usan los adolescentes para conectarse a internet son el celular, la computadora personal, la laptop o notebook y la tablet, esta situación ha generado fuerte preocupación ya que existe muy poco control respecto al uso que los adolescentes le dan a este tipo de tecnologías (López Martínez, 2020). Según estudios del hospital Sant Joan de Déu (2021) de Barcelona, las tasas de ansiedad y depresión en los jóvenes han aumentado un 70 %, y las emociones de ansiedad se vinculan a la tendencia de hacer comparaciones constantes con otros jóvenes que perciben como más

felices y productivos. La frecuencia con que suelen publicar sus logros por medio de las redes sociales, sin verificación de la realidad, suele causar desesperación al pensar que están atrasados o que su vida no es productiva, exitosa o feliz. Las redes sociales, como su nombre lo indica, son redes de conexión dentro de internet que nos acercan a personas u organizaciones con diversos intereses en común a través de las cuales podemos generar todo tipo de vínculos de manera rápida, sin la necesidad de una interacción física y son utilizadas por personas de todas las edades. Martín Medina (2021) explica que la adicción a las redes sociales pertenece a una variedad de condiciones psicológicas que afectan nuestro comportamiento y que plataformas como Facebook, Instagram, Snapchat o TikTok, pueden generar los mismos circuitos neuronales que causan los juegos de azar o las sustancias psicoactivas. Al indagar más acerca de las alteraciones emocionales en adolescentes, se encontró que existe un alto índice de suicidios en la población joven, según la Organización Panamericana de Salud (OPS, 2016), durante el año 2012 se presentaron 804.000 suicidios, además, el suicidio se situó en el número cinco de las causas de muerte en adolescentes entre los 15 y 19 años. Con respecto a las causas que desencadenan esta situación se encontró una relación directa de las redes sociales con el ciberbullying (ciberacoso), práctica mediante la cual los adolescentes dejan en claro sus inclinaciones emocionales. El sexting, la ciber victimización, así como los síntomas depresivos son asociados significativamente con un estado de ánimo decaído según Jasso Medrano (2017).

Esta investigación optó por centrar su atención en los jóvenes atendiendo al hecho de que según J. de la Fuente et al. (2019) es la población más activa en redes sociales, además de estar más influenciada por las nuevas tecnologías, en tanto los jóvenes las han incorporado a su cotidianidad lo cual tiene influencia en su estado de ánimo, en sus estilos de comunicación, en las formas en que establecen sus vínculos y en las estrategias de resolución de problemas. We Are Social y Hootsuite (cómo se citaron en Portafolio, 2022) indican que el uso de las redes sociales en Colombia es de 4,20 horas al día, lo que ubica al país en el séptimo puesto a nivel mundial en la frecuencia de uso de las redes sociales. Por otra parte, nuestro país ocupa el tercer puesto en el uso de internet a través de computadores, con un estimado diario de 4,49 horas y las redes con más uso son Facebook e Instagram.

Habida cuenta de los datos expuestos, esta investigación surgió del interés por determinar si los adolescentes de la institución Álvaro Marín Velasco logran identificar la influencia que el uso de las redes sociales tiene sobre sus emociones.

Desarrollo

Perspectiva de género

El concepto de género abarca las diversas significaciones que cada cultura produce sobre las mujeres y hombres, así como la manera en la que, a partir de estas concepciones, se construyen la masculinidad y la feminidad. Por eso cuando se piensa en género, se abordan los diferentes roles, prácticas y estereotipos asignados a chicas y a chicos, esto permite visibilizar las tendencias socioculturales que se vienen construyendo a lo largo de la historia entre ambos sexos (Dalmaso, 2020). El concepto de género, central para los feminismos, ha permitido nuevas lecturas en la psicología, ya que nos remite a consideraciones de tipo epistemológico y metodológico. Por ejemplo, la investigación en el campo de la psicología ha tendido tradicionalmente a ignorar la atención a las diferencias de género que surgen (Reyes et al. 2017 como se citó en Sierra Bonilla, 2020).

Estebáñez y Vázquez (2013) realizaron un estudio donde se analizan la desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales, partiendo de un hecho indiscutible: los jóvenes, especialmente los adolescentes, experimentan nuevas formas de relación gracias a las nuevas tecnologías y la facilidad de comunicación favorecida por la virtualidad.

Redes sociales

Para Boyd y Ellison (2007) (como se citaron en Flores et al., 2009), una red social puede ser definida como un servicio que permite a los individuos la construcción de un perfil público dentro de un sistema delimitado. Así mismo, dentro de este sistema, los individuos también pueden estructurar una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ya sea en cuanto a gustos, intereses y amigos en común; por su parte, Dans (2010) define las redes sociales como una estructura que se puede representar en forma de uno o varios grafos en los cuales los nodos representan a los individuos, mientras que las aristas representan las relaciones entre ellos. Según ABC Familia (2019), la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha empezado a considerar las redes sociales como un problema de salud pública. La doctora Marina Díaz Marsa, presidenta de la Sociedad de Psiquiatría de Madrid, sostiene que los estudios científicos arrojan datos preocupantes ya que usar siete de las redes sociales más comunes, puede asociarse con un riesgo tres veces mayor de sufrir depresión y ansiedad, en comparación con las personas que solo usan hasta dos o con aquellas que no usan ninguna.

Adolescencia

Fernández (2014) define la adolescencia como una etapa fundamental en el desarrollo de toda persona en la cual se alcanza la madurez cognitiva a través de la consolidación del pensamiento formal. En esta etapa también se establecen avances importantes en cuanto al desarrollo de la personalidad, las conductas y las actitudes sociales que rigen las relaciones con los demás. Así mismo, este estudio señala la importancia de conocer el uso adecuado o inadecuado que le da esta población a las TIC, el abuso y la dependencia excesiva o la incapacidad que tienen los jóvenes para permanecer alejados por un periodo de tiempo considerable de sus redes sociales o smartphones. Cuando esta dependencia es de carácter habitual (diariamente, por ejemplo) se le llama "obesidad digital" mientras que, si se produce solo los fines de semana, se denomina "botellón digital" (Castell, 2003 como se citó en Del Barrio y Ruiz, 2014).

Como se había mencionado antes, los jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales. Para hacernos una idea de su participación, se encontró que la distribución porcentual en la red social Instagram, por ejemplo, es del 34,1 % para los jóvenes de 25 a 34 años, las personas de 35 a 44 años tienen apenas un 16,9 %. En la red social Facebook no varían mucho los datos, pues las personas de 18 a 25 años representaron un 40 %. También se encontró que la edad media del uso de las redes sociales es de 15 años y el 62,3 % se conecta diariamente a internet (Mejía Llano, 2022). Resulta entonces pertinente formularse la pregunta: ¿Por qué son los jóvenes los principales actores de esta enorme adscripción al uso de redes sociales y cuál es su responsabilidad?

Antecedentes

Se realizó una búsqueda sistemática en bases de datos como Google académico, Proquest, y E-libro, proceso realizado en tres fases. En la primera fase se adelantó una exploración específica que pretendía ubicar artículos sobre el panorama general del uso de las redes sociales, así como su importancia dentro de las dinámicas sociales. La mayor parte de las investigaciones consultadas son de carácter descriptivo y existen pocas que brinden aportes de manera específica sobre las alteraciones emocionales que causa el uso de las redes sociales, la mayoría de los trabajos refieren otras problemáticas como *ciberbullying*, *sexting*, adicción.

El análisis de los antecedentes permite evidenciar las discusiones comunes acerca del uso de las redes sociales y su influencia emocional. Entre esos temas de discusión se encuentra la importancia que actualmente tiene el

uso de las redes sociales, así se postula en los trabajos *Redes sociales y adolescencia: oportunidad o peligro* (López Cuello, 2018) y *Redes sociales y adolescentes en la era digital* (Cruz, 2017). En cuanto al tema de la influencia de las redes sociales en las emociones de los adolescentes, diferentes investigaciones mencionan que las alteraciones están relacionadas a su vez con trastornos del estado de ánimo como la depresión y la ansiedad, tal como se expone en los trabajos *Niveles de depresión en estudiantes de psicología de la Universidad Católica de Pereira y su relación con el uso problemático de las redes sociales* (Tangarife, 2021), *Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil* (Jasso Medrano et al., 2017) y *Frecuencia de uso de redes sociales en relación a rasgos de personalidad, ansiedad y bienestar psicológico en jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín* (Santamaría Vasco y Vásquez, 2020). Por último, dentro de las investigaciones encontradas, se logró identificar que todas presentan una metodología cualitativa que describe de manera específica la experiencia de las personas que hacen uso de las redes sociales, así como las problemáticas que genera esta práctica.

La temática de las redes sociales se ha abordado en diferentes investigaciones adelantadas en países como España, Estados Unidos, Ecuador, Perú, México y Colombia. La gran mayoría de estas investigaciones usaron cuestionarios, test de depresión de Beck como instrumentos de recolección de información y un diseño cuantitativo descriptivo, transversal no experimental; muchos estudios mostraron una correlación estadísticamente significativa entre las variables género, uso de redes sociales, familia y amigos y una correlación negativa entre las variables tiempo de uso y abandono académico. Otro resultado importante es que los estudiantes muestran inseguridad, aislamiento y falta de autocontrol sobre sus acciones lo cual aumenta el riesgo de volverse adictos a las redes sociales.

Metodología

Diseño de investigación y enfoque

La presente investigación se desarrolló con una metodología cualitativa, la cual se caracteriza por ser un esfuerzo para obtener una comprensión detallada de los significados, así como las características por medio de lo simbólico dentro del contexto. El carácter simbólico y descriptivo de este enfoque, permite un mayor análisis y comprensión de la intersubjetividad y posteriormente hacer énfasis en los significados y dinámicas sociales (Domínguez, 2000, como se citó en Salgado, 2007). El paradigma que determina el enfoque de nuestra investigación es el de la psicología

sociocrítica. Este paradigma se establece a partir de la concepción de que el conocimiento es una construcción que parte de los intereses y necesidades que se recogen grupalmente. Se enfoca en los roles y en la conciencia de cada individuo para alcanzar verdaderos cambios y un impacto social significativo (Alvarado y García, 2008). Además, existe una relación con el construccionismo, que se considera una parte fundamental del enfoque cualitativo, y están directamente relacionados pues trabajan en la misma línea de lo social, lo simbólico y lo ético. El eje de integración es el componente social y el construccionismo invita a indagar acerca de la realidad objetiva y la realidad social (Mertens, 2005, como se citó en Salgado, 2007).

Adolescentes participantes

La investigación se realizó en la Institución Educativa Álvaro Marín Velasco, ubicada en el barrio Manrique (Medellín, Colombia). Los participantes fueron diez estudiantes, cuatro hombres y seis mujeres, con edades comprendidas entre los 14 y 16 años, que se encontraban cursando el octavo y décimo grado. Dentro de los criterios de inclusión se encontraba estar dentro del rango de edad seleccionado para la investigación, tener acceso a internet y contar con un dispositivo móvil propio (celular, *tablet*, computador), mientras que los criterios de exclusión fueron: no hacer uso de internet o de las redes sociales, negarse a firmar el consentimiento informado o no estar dentro del rango de edad estipulado.

Tabla 1.

Datos de uso de redes sociales por estudiantes.

Edad	Género	Grado	Red social favorita	Tiempo de uso de las redes sociales (durante el día)	Cuenta con dispositivo móvil propio
14	Femenino	8°	WhatsApp	3 horas	Sí
14	Masculino	8°	WhatsApp	2 horas	Sí
15	Masculino	8°	WhatsApp	3 horas	Sí
15	Masculino	8°	Discord	2 horas	Sí
15	Masculino	8°	Facebook	5 horas	Sí
16	Femenino	10°	TikTok	4 horas	Sí
16	Femenino	10°	TikTok	3 horas	Sí
16	Femenino	10°	WhatsApp	6 horas	Sí
16	Femenino	10°	Twitter	2 horas	Sí
16	Femenino	10°	Facebook	4 horas	Sí

Nota: Los datos presentados son resultados de la encuesta realizada a estudiantes de diferentes edades, géneros y grados sobre su uso de redes sociales y dispositivos móviles

Técnicas de producción de información

Como técnica de recolección de información se eligió la entrevista semiestructurada, un instrumento que se adapta a la personalidad de cada uno de los individuos y en la que se trabaja con lo que estos dicen y sienten. Esta técnica no se limita solamente a recolectar datos acerca de una persona, sino que también intenta motivar a hablar para entenderlo desde dentro (Corbetta, 2003). Para las entrevistas semiestructuradas se plantearon preguntas abiertas: ¿Para usted qué es una red social y dé por favor algunos ejemplos de las que más conoce? ¿Hace uso de las redes sociales habitualmente y con qué frecuencia las utiliza? ¿Cuál es su red social favorita? ¿Por qué? ¿Para ustedes quién hace más uso de las redes sociales, hombres o mujeres? ¿A qué creen que se deba esto? ¿Alguna vez ha dejado de usar las redes sociales? Si es así, ¿Por cuánto tiempo? Este instrumento estuvo conformado por once preguntas en torno a la frecuencia de uso de las redes sociales, la red social favorita, la perspectiva respecto al género que más hace uso de las redes sociales, qué tipo de emociones genera el uso de redes sociales y si estas pueden o no afectar las relaciones interpersonales (afectivas, familiares, sociales, amorosas).

Procedimiento

Las entrevistas se realizaron de manera presencial el martes 30 de agosto del año 2022, la duración de estas fluctuó entre 20 y 40 minutos y se dividieron los participantes en dos grupos conformados por cinco personas cada uno, para un total de dos entrevistas grupales. Inicialmente, se explicó a los participantes el propósito, el procedimiento y las condiciones de la investigación, luego se solicitó la firma del consentimiento para la protección de los datos de cada uno de los participantes, y posteriormente se procedió a dar inicio a la entrevista. El registro fue grabado en audio, una vez concluidas, se procedió a transcribir las entrevistas para asegurar una mayor precisión en los datos que se obtuvieron y proceder a sus respectivos análisis.

Análisis de la información

El análisis de la información dentro de esta investigación se llevó a cabo mediante el procedimiento hermenéutico. La palabra hermenéutica tiene sus orígenes en el griego *hermeneutiqué*, lo cual en latín se entiende como *interpretari* y hace referencia al arte de interpretar los textos, además, se

enfoca en la comprensión de todo texto que conlleve a un problema. Para dicha interpretación es necesario realizar una lectura previa, tener un conocimiento anticipado, seguido de una tematización, lo que permite tener un mayor interés y comprensión de aquello que se está investigando (Arráez *et al.*, 2006).

En el análisis propuesto en este estudio, para las técnicas de producción de información, en primer lugar, se debió registrar la información sobre la realidad de cada participante a través de una herramienta manual o electrónica, acompañada de la observación. Una vez registrada la información, esta se transcribió en una expresión verbal con audio o audiovisual. Además de ser recolectada y plasmada, fue llevada a un proceso de transformación en donde se diseñó conceptualmente por medio de la interpretación y percepción del investigador (Rodríguez *et al.*, 2005).

Resultados

La población estuvo compuesta por diez adolescentes de los cuales el 60 % fueron del sexo femenino y un 40 % del sexo masculino. Los y las adolescentes manifestaron ser conscientes de que el uso de las redes sociales puede tener influencia sobre sus emociones, sin embargo, existe una creencia de control sobre ellas. Al momento de preguntar sobre sus relaciones interpersonales el 60 % de los entrevistados respondió con seguridad que no tenía ningún inconveniente, el otro 40 % respondió que tenía influencia en su vida familiar principalmente. Otro de los cuestionamientos más importantes que se dieron en la entrevista se originó gracias a la pregunta: ¿cómo se sentirían si les fueran prohibidas definitivamente las redes sociales? El 50 % de los entrevistados manifestó que sería difícil para ellos, el otro 50 % aseguró que las redes sociales no son importantes.

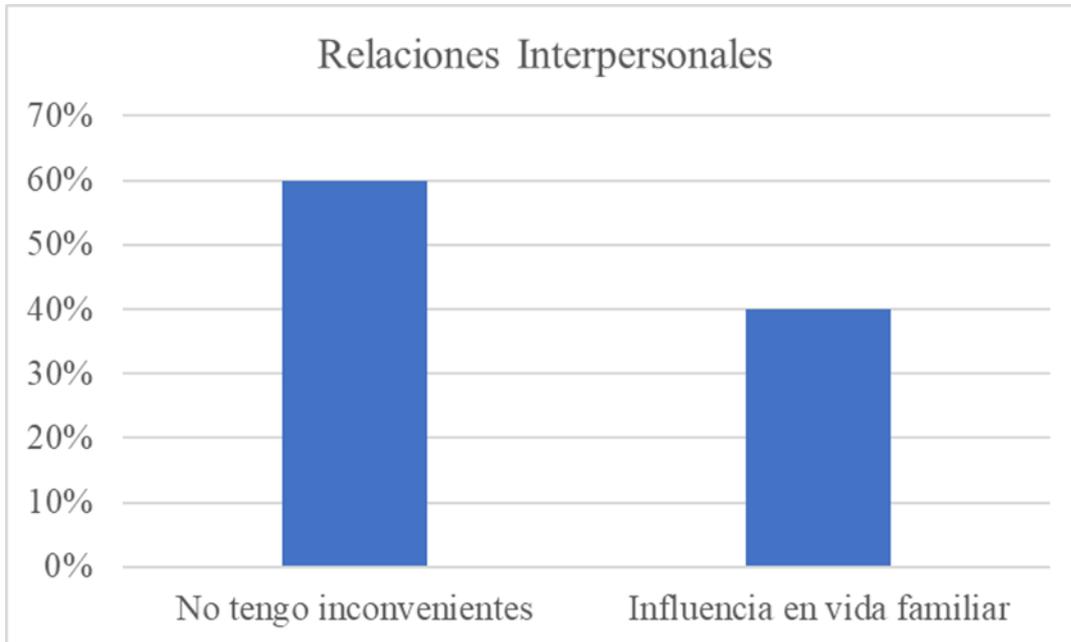
Tabla 2.

Distribución de estudiantes por sexo.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	4	40%
Femenino	6	60%

Gráfico 1.

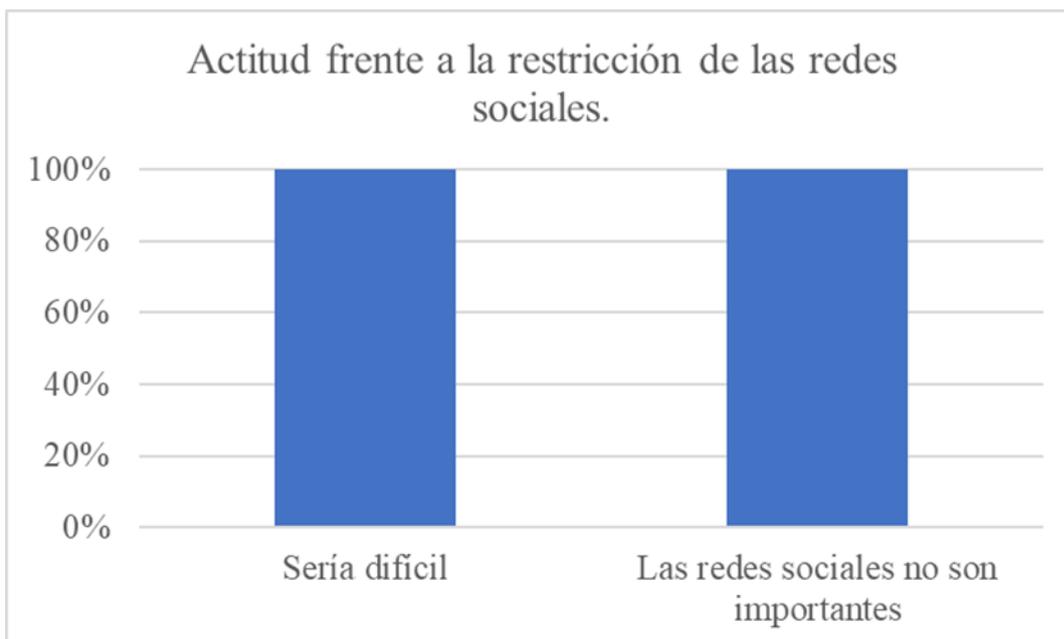
Relaciones interpersonales de los entrevistados.



Nota: Datos del sondeo realizado, acerca de las relaciones interpersonales de los entrevistados.

Gráfico 2.

Actitud hacia las redes sociales de los entrevistados.



Nota: Los datos reflejan las diferentes actitudes y percepciones hacia las redes sociales entre los encuestados y su postura en caso de que estas fueran prohibidas.

Durante el proceso, los adolescentes demostraron no tener las habilidades suficientes para discriminar de manera clara cómo les hace sentir el uso de las redes sociales, además de una prevalente influencia social sobre las respuestas que se dan a partir de lo que les hace sentir su uso. Al realizar las entrevistas se logró identificar que los adolescentes son conscientes de la barrera que puede existir entre las redes sociales y la experiencia de interactuar con el otro en persona. Además, resulta irónico que una herramienta para acercar a poblaciones alejadas aisle y distancie de las comunidades más cercanas. Algunos estudiantes manifestaron malestares emocionales (como el mal genio).

Se les hizo la pregunta: ¿Los últimos tres meses se han visto expuestos a una situación de estrés, ansiedad, pensamientos negativos o cualquier otro tipo de cambio emocional, debido a una red social? Muchos respondieron no haber experimentado estas situaciones. Se logró identificar que, a pesar de que en estudios realizados se afirma que el uso de las redes sociales era más frecuentado por varones, en este caso, nuestra investigación arrojó una información completamente distinta, en este caso son las mujeres las que más uso hacen de las redes sociales, en lo que sí se logra coincidir con el estudio hecho por Espinoza y Chávez (2021) titulado *El uso de las redes sociales: una perspectiva de género*, es que el tiempo de uso de las redes sociales está entre tres y cuatro horas.

En el desarrollo del primer objetivo, enfocado en la percepción de los adolescentes frente al uso en general que les daban a las redes sociales, se obtuvieron respuestas como: “pues me siento muy bien, me siento cómodo. Porque ahí puedo comunicarme con los que (...) pues conocer a la gente que no puedo conocer en persona”. Otro participante declaró:

Llegó un momento en el que solamente buscaba la tecnología, porque no me gustaba estar cerca de las personas, y eso dañó mucho mi vínculo social ya que solo pensaba en estar en el celular y eso dañó muchos mis relaciones, y yo creo que, hay que ir bajando esto.

Dentro de esta primera categoría, se lograron identificar problemas de relacionamiento y autoestima. Así como un acercamiento a la manera en la que los adolescentes utilizan las redes sociales para evitar la interacción en persona. Por otra parte, también existen problemas en el núcleo familiar, poca comunicación, aislamiento y nuevamente la sensación de refugio que representa para los adolescentes interactuar en las redes sociales. Existe una

gran tendencia a idealizar una imagen del otro que se define en este caso, gracias a las redes sociales, lo que limita la oportunidad de conocer a fondo a las personas de las que se rodean y aumentando más la idea superficial de lo que significa la calidad de vida.

Respecto al segundo objetivo, referido al comportamiento social y al ámbito emocional de los adolescentes, estos hicieron referencia a temáticas como el *sexting* y el *ciberbullying*:

Sí, porque por ejemplo el *ciberbullying*, el *sexting* y todos esos problemas que incluyen al internet pueden afectar a las emociones de una persona, además si es nueva en internet y es menor de edad, puede afectar su sanidad y todo.

Incluso abordaron la presión social: “el problema de *ciberbullying* es una cosa, también está el tema de la belleza, donde algunas niñas se sienten mal por no llegar a estándares de belleza que son ‘correctos’ y eso lastima mucho los sentimientos”.

Por medio de la categoría de emociones, se logró determinar la forma en la que los adolescentes identifican diferentes problemáticas que rodean las redes sociales y así mismo cómo estas pueden tener una influencia a nivel emocional. Existe una percepción global del riesgo que enfrentan constantemente y al mismo tiempo algunos estereotipos entre géneros sobre qué puede ser lo más importante o lo que llama más la atención a los otros usuarios de las redes sociales. Este asunto permite la aproximación al último objetivo de esta investigación que se refiere a la categoría de género respecto a la cual se obtuvieron comentarios relacionados con el género que más utiliza las redes sociales y para qué suelen utilizarlas:

Por un lado, las mujeres pues para las fotos y eso y también trabajo, pero también los hombres porque muchos juegan videojuegos y lo suben ahí, también trabajan por medio de esas plataformas vendiendo cosas, para mí, los dos, pero un poquito más las mujeres por el tema de la belleza y todo eso.

Además, la motivación que existe por parte de algunas personas para conectarse constantemente a una red social:

La verdad yo creo que casi siempre son las mujeres las que utilizamos más las redes sociales, ya que nosotras como que nos gusta más mostrar o fotos o compartir cosas, pues no digo que los hombres no la utilizan, pero yo casi siempre veo que son las mujeres que son las que hacen más uso de las redes.

Esto hace referencia a la forma en la que se construyen socialmente los estereotipos en los diferentes géneros, y los estilos de vida se ven impregnados de manera directa. Además, se demuestra que las mujeres reconocen que usan las redes para llamar la atención, lo cual se entiende por el sentimiento de soledad y su relación con la autoestima, además las redes sociales son un buen lugar como espacio compensatorio. Mientras que los hombres interactúan directamente con videojuegos *online* en búsqueda de socializar, lo que también estaría ligado con el sentimiento de soledad.

Conclusiones

Los estudiantes lograron identificar alteraciones emocionales vinculadas al uso de las redes sociales, resaltan la ira y la angustia por los comentarios negativos, por ser ignorados y no tener *likes* en sus publicaciones. El *ciberbullying*, el *sexting* y la extorsión son manifestaciones más graves de acoso que influyen de manera significativa en sus estados de ánimo, máxime al carecer de herramientas comunicativas para pedir ayuda a una persona de confianza que les oriente para hacer frente a este tipo de problemáticas.

Los y las adolescentes manifiestan ser conscientes de la barrera entre las redes sociales y los espacios de socialización presencial, que terminan deteriorando vínculos afectivos, pero aun así esta misma herramienta los une para comunicarse desde la distancia con sus amigos y familiares. Dentro de la investigación se logró identificar cómo la aprobación social por los cánones de belleza está firmemente impuesta dentro de las redes sociales.

Desde una perspectiva de género se resalta que la construcción social de los estereotipos tiene diferencias entre hombres y mujeres sin distinción de edades y con exigencias diferentes siguiendo estos aprendizajes desde la infancia, en la familia y el proceso de escolarización; los hombres participantes de la presente investigación consideran que las mujeres usan las redes para "*llamar la atención*" a través de las fotografías principalmente. Mientras que ellos interactúan directamente con videojuegos *online* en búsqueda de socializar en actividades que los identifican como "macho", "violento" y "machista" lo que también estaría ligado con el sentimiento de soledad, siendo la adolescencia una etapa de desarrollo donde se forma su identidad; por último, se logra identificar que quienes más utilizan las redes sociales desde la muestra son las mujeres.

La era digital ha puesto en crisis las dinámicas familiares, y aunque ha traído facilidades también deja expuesta una nueva forma de riesgo social y

personal en el cual la forma de comunicación se reduce a simples mensajes de texto y el diálogo es reemplazado por una comunicación corta y poco profunda a pesar de convivir en el mismo hogar.

El estatus social toma mayor relevancia al pasar de un círculo semicerrado a una exposición parcial o completa de sus vidas en una red social en la que se publican de manera compulsiva actividades se tienen como resultado críticas u opiniones mediante las que se sienten admirados, juzgados, aceptados o culpables en diferentes situaciones. En definitiva, estamos frente a una nueva realidad en la cual los y las adolescentes pueden vivir experiencias y sensaciones reales con componentes imaginarios que impactan en sus emociones y en su estilo de vida.

Las redes sociales se encargan de mostrar constantemente publicidad que moldea las preferencias de consumo, convirtiendo el cuerpo en parte de esa mercancía y adapta los gustos e intereses de los y las adolescentes que, estando en una etapa vulnerable en la cual se construye su identidad, se ven en conflicto a la hora de tomar decisiones o responder a ciertas situaciones personales.

Aunque los adolescentes entrevistados mencionaron muy poco acerca de los problemas psicológicos asociados al uso de las redes sociales, se logró identificar que reconocen el riesgo de adicciones no químicas, el aislamiento, los comportamientos antisociales, la ansiedad, la depresión y los trastornos alimenticios, los cuales se dan al momento de dejar por un tiempo las redes sociales o, por el contrario, cuando se abusa de ellas.

Recomendación

A pesar de su estrato socioeconómico, la mayoría de los estudiantes disponen de un teléfono celular, casi siempre de alta gama, la experiencia ha demostrado que aunque la institución educativa prohíbe el uso de los teléfonos durante las clases, esta prohibición no hace que los y las adolescentes dejen de hacer uso de sus dispositivos, sino que aumenta su interacción; se propone a partir de la presente investigación educar a los y las adolescentes en el uso de los dispositivos, así como informarles acerca de la relación entre la alteración de sus emociones y el uso del teléfono, esta educación no debería hacerse desde unos condicionamientos de tiempo y lugar, podría en cambio, ser transversal al currículo, enseñar en las clases de matemáticas, tecnología o ciencias sociales la importancia del adecuado uso de los teléfonos y su relación con las emociones, así como su condicionamiento en las acciones de los y las adolescentes.

Referencias

- Alvarado, L. y García, M. (2008). Características más relevantes del paradigma sociocrítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 9(2), 187-202.
- Arráez, M., Calles, J. y Moreno de Tovar, Ll. (2006). La hermenéutica: una actividad interpretativa. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 7(2), 171-181.
- Corbetta P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw Hill.
- Cruz Diana, L. (2017). *Adolescentes y redes sociales en la era digital*. <http://hdl.handle.net/11201/3808>
- Dalmaso, A. (2020). El concepto de género en la educación sexual integral. Puntuaciones teóricas. *Revista Multimedia sobre la Infancia y sus Institución (es)*, 9(9), 29-50.
- Del Barrio Fernández, Á. y Fernández, I. R. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 571-576.
- Espinoza Guillén, B. L. y Chávez Vera, M. D. (2021). El uso de las redes sociales: una perspectiva de género. *Maskana*, 12(2), 19-24. <https://doi.org/10.18537/mskn.12.02.03>
- Estebánez, I. y Vázquez, N. (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales: una aproximación cualitativa al uso que hacen de las redes sociales las y los jóvenes de la CAPV*. https://www.tusitio.org/archivos/0800000037/Otras%20publicaciones%20de%20IO/sexismo_gizarte_sareetan_c.pdf
- Fernández, A. (2014). Adolescencia, crecimiento emocional, proceso familiar y expresiones humorísticas. *Educar*, 50(2), 445-466. <https://www.redalyc.org/pdf/3421/342132463011.pdf>
- Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J. y Rodríguez Vila, J. J. (2009). *Las redes sociales*. <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-veracruzana/psicologia-social/redes-sociales/17409645>
- Jasso Medrano, J. L. (2017). *Hacia un modelo biopsicosocial explicativo de la conducta adictiva a redes sociales, cibervictimización, depresión e ideación suicida* <http://eprints.uanl.mx/16860/>

- Jasso Medrano, J., López Rosales, F. y Díaz Loving, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(3), 2832-2838. <https://doi.org/10.1016/j.aijppr.2017.11.001>. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007471917300546>
- López Cuello, E. (2018). Redes sociales y adolescencia. Oportunidad o peligro. [video] Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=sYnrDnchp-0&t=528s>
- López Martínez, L. F. (2020). Suicidio, adolescencia, redes sociales e internet. *Norte de Salud Mental*, 17(63), 25-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7553715>
- Martín Critikián, D. y Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://www.revistadecomunicacionysalud.es/index.php/rcys/article/view/281/264>
- Mejía Llano, J. C. (2022, May 9). *Estadísticas de redes sociales 2022: usuarios de Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, LinkedIn, Twitter y otras*. <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Organización Panamericana de la Salud. (2016). *Prevención de la conducta suicida*. <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/31167/9789275319192-spa.pdf>
- Portafolio. (2022). *Colombia, uno de los países donde más se utilizan las redes sociales*. <https://www.portafolio.co/tendencias/colombia-uno-de-los-paises-donde-mas-utilizan-redes-sociales-561100>
- Redacción ABC. (2019). *El impacto de internet en la salud mental de los jóvenes ya es cuantificable*. https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-impacto-internet-salud-mental-jovenes-cuantificable-201903070215_noticia.html
- Rodríguez, C., Lorenzo, O. y Herrera, L. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, XV(2), 133-154.
- Santamaría Vasco, N. y Vásquez Estrada, D. (2020). *Frecuencia de uso de redes sociales en relación a rasgos de personalidad, ansiedad y bienestar psicológico en jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín*. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/1233?locale-attribute=en>

Sant Joan de Déu. (2021). *Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes*. <https://faros.hsjdbcn.org/es/articulo/riesgos-redes-sociales-salud-mental-adolescentes>

Sierra Bonilla, A. S. (2020). Psicología de la liberación y feminismo: la potencia de un encuentro. *Psicología para América Latina*, (33), 89-93.

Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit. Revista de Psicología*, 13, 71-78.

Stanford Medicine Children's Health. (s. f.). *Adolescente (de 13 a 18 años)*. <https://www.stanfordchildrens.org/es/topic/default?id=adolescent13to18years-90-P05280>

Tangarife Arias, H. (2021). *Niveles de depresión en estudiantes de Psicología de la Universidad Católica de Pereira y su relación con el uso problemático de las redes sociales*. <http://hdl.handle.net/10785/8269>

Relación entre redes sociales y la autoimagen o imagen corporal en los usuarios de redes sociales

*Por Mariluz Cano García**

*Yina Moreno Agudelo**, Daniel Mosquera Moreno***

*Angie Manuela Lopera Quiroz**, María José Muñoz Meza***

*Mallerly Andrea Ramírez Montes**, Luisa Fernanda Molina Ramírez***

*Juliana Montoya Cardona***

Resumen

Introducción: Hoy por hoy, encontramos nuevas formas de comunicación como las redes sociales, que tienen gran peso en la interacción social. Algunos estudios demuestran que estas influyen en la percepción de la autoimagen de los usuarios. Objetivo: La presente investigación tiene como fin analizar diferentes estudios que abordan las redes sociales, imagen corporal o autoimagen, y reconocer qué tipo de relaciones se identifican. Metodología: el tipo de investigación es descriptiva. Se consultó en la base de datos de Scopus, ScienceDirect y Springer, se encontraron 836 artículos de los cuales fueron incluidos 21, utilizando como criterios de inclusión que estuvieran dentro de un rango de tiempo entre el 2015 y 2022, que fueran en inglés y español, que tuvieran que ver con las ciencias sociales o ciencias humanas y, que hablaran de autoimagen o imagen corporal y redes sociales, con diferentes metodologías. Los resultados revelan que hay cierta relación entre redes sociales y la imagen corporal. Conclusiones: el consumo en redes sociales puede contribuir a una insatisfacción corporal, además, estas tienen altos niveles de presión por perseguir ideales de “belleza” poco realistas, enfocados más en la delgadez.

Palabras Clave: Redes sociales, autoimagen, imagen corporal, autoestima, estereotipos.

*PhD Psicología. Docente investigador. Corporación Universitaria Adventista.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: docente.mcanog@unac.edu.co

Abstract

Introduction: Social networks are means of communication that have great weight in social interaction. Some studies show that these influence the perception of users' self-image. **Objective:** This research seeks to analyze studies that address social networks and self-image or body image, and to recognize what type of relationships are identified. **Methodology:** the type of research is descriptive. The Scopus, ScienceDirect and Springer databases were consulted, 836 articles were located, of which 21 were chosen, using as inclusion criteria that they were within a time range between 2015 and 2022, that they were in English and Spanish., that they were within the field of social sciences or human sciences and, that they talked about self-image or body image and social networks, with different methodologies. The findings reveal some relationships between body image and social networks. **Conclusions:** The consumption of social networks can contribute to body discomfort, in addition, they bring high levels of pressure to pursue unrealistic "beauty" ideals, focused more on thinness.

Keywords: Social networks, social media, self-image, body image, self-esteem, stereotypes.

En las últimas décadas, es posible observar cómo la aparición de Internet ha cambiado significativamente la vida de las personas, especialmente la conexión entre las personas. Actualmente, se considera que aproximadamente el 60% de la población global está "online" (conectada a Internet), y cerca de la mitad de ellos utilizan las redes sociales (Kemp, 2020). En el caso de la población colombiana, la cifra de internautas en línea es de 35.50 millones, o sea, 69.1% del total de habitantes que utiliza este servicio. En términos de uso de estos medios sociales, Colombia cuenta con 45.80 millones de personas en línea, lo que corresponde al 81% de la población (Rosgaby, 2022).

Se puede decir que, las redes sociales son un servicio donde los usuarios pueden crear una presencia virtual e interactuar con otros usuarios en escenarios virtuales, donde comparten una conexión, de esta forma crear o buscar lazos afectivos, fuentes informáticas, datos referentes a lugares de ocio o desconectar de algunas dinámicas de la vida cotidiana. Según refiere Boyd y Ellison (2007), las redes sociales son medios de comunicación y servicios apoyados en la web, que les posibilita a los usuarios: crear perfiles públicos o semipúblicos dentro de un sistema segregado; Enlazar listas de otras personas con las que comparten conexiones; ver y navegar en su lista de conexiones y las efectuadas por otros usuarios dentro del sistema. La

nomenclatura y la naturaleza de las conexiones podría cambiar de un lugar a otro.

Facebook, es la red social más popular. Fresno, (2018) refiere que es un sitio web que ofrece un servicio gratuito para que sea más fácil para los usuarios conectarse con sus amistades existentes o nuevas de la web; asimismo cargar y compartir contenido (p.18).

Instagram, es una red social enfocada en imágenes y algunos vídeos posibilitando, además de compartir contenidos visuales y poder editarlos, chatear y reaccionar por medio de likes y comentarios (Koutamanis & Valkenburg, 2015). Esta plataforma está pensada en imágenes y videos cortos donde las personas van a mostrar contenido de sus vidas, su apariencia física, sus gustos, entre otros aspectos relevantes de sus vidas y de la misma manera poder reaccionar a los aspectos de sus amigos o figuras que siguen en esta red, que son los paradigmas o cánones de estas redes. Colombia está en la cuarta posición de los demás países latinoamericanos en que Instagram es la red social más utilizada, con una suma de 10.7 millones de personas (IEdge Business School, 2020).

En este país las cifras de usuarios de Facebook e Instagram son altas. El Ministerio de Tecnología reporta 15 millones y más de internautas, otorgándole a Colombia el puesto número 14 en el mundo, en términos de suscriptores. (MinTIC, 2020).

Las nuevas generaciones son las que más interactúan en las redes sociales. Las personas de generaciones anteriores para tecnológicamente no quedarse atrás han tenido que habituarse a ellas y generar creación de una identidad virtual en cada una de sus plataformas.

El interactuar en estas redes sociales, conlleva a que las personas están constantemente expuestas a críticas y opiniones de los demás; a que se cuestionen los estereotipos de belleza, puesto que, venden la imagen de los "cuerpos perfectos" y las personas terminan comparándose con personas que tienen una imagen corporal "atractiva"; sin tener muchas veces en cuenta, que se utiliza la edición, los filtros, y diferentes herramientas que se tienen en estos medios para llamar la atención y "disimular" las imperfecciones.

Nuestra identidad en los medios virtuales se origina de la percepción que tienen los usuarios de sí mismos y del cómo desearían verse en estos medios digitales, por la necesidad de aprobación y de que sean aceptados en diferentes grupos sociales (Alarcón, 2018). Por esto, la identidad digital no es estable y puede ir movilizándose en torno a las demandas sociales y los paradigmas que se posicionan en ellas y cómo estas repercuten en la dualidad de qué imagen tengo de mí y cómo quiero que me vean.

Comparándose con los perfiles que se presentan en los medios digitales, pudiéndose ver afectada la propia imagen de los usuarios, esa forma en cómo se perciben y se reconocen físicamente, y que luego evalúan al mirarse al espejo. En ese sentido, la autoimagen empieza a estar constantemente comparada con estereotipos que se promueven en redes sociales (Brea Folgar, et al., 2019).

El término autoconcepto procede del griego *autos* que significa por sí mismo, y del latín *conceptus*, es decir, concebir. (Escalante, 2019). De esta manera se marca la esencia subjetiva del concepto la cual está permeada por el modo en que procesan la información las personas, y cómo van creando el concepto de sí mismo. El autoconcepto se reduce a la identidad personal. No hace falta decir que se supone que cada individuo tiene un yo construido a partir de la representación mental de sí mismo. El "yo" integra rasgos y características personales (posturas, principios, objetivos, creencias, entre otras. Greenwald y Pratkanis, 1984). De esta manera se concibe un constructo psíquico complejo que permite al ser humano identificarse por medios de los diferentes esquemas que articulan ese constructo, y saber reconocerse ante los demás.

El autoconcepto se considera una estructura cognitiva con características rígidas (Greenwald, 1981; Greenwald y Pratkanis, 1984).

Es el método ordenado por imágenes mentales de sí mismo, realizadas e interconectadas, concerniente mente, complicado, emocionalmente cargado e importante para procesar la información cotidiana.

Se debe caer en la cuenta de la relevancia que tiene los factores sociales, en la emocionalidad del individuo y como esa emocionalidad fluctúa generando diferentes posturas y percepciones sobre el mismo, sobre quien es, como se ve y hacia donde se proyecta; por eso el autoconcepto también se percibe como una construcción compartida entre, la mirada introspectiva que tenemos sobre sí mismos, y el concepto que tienen los demás sobre nosotros.

Turner (1987) considera que el concepto de sí mismo es el elemento cognitivo del sistema psicológico que llamamos yo. Se entiende el concepto propio como un eslabón de una cadena de representaciones mentales, las cuales permite al sujeto identificarse, al momento de hacer una introspección sobre sus convergencias y divergencias con los otros, estableciendo así unas bases psicológicas, afectivas y emocionales que lo identifican como un yo.

Se entiende como autoimagen, esa fotografía o representación mental interna y relativa sobre nuestro cuerpo y sus características físicas, que es el resultado de las comparaciones con los otros y de las creencias que tenemos sobre belleza, respecto del cual se obtiene una postura positiva o negativa; la

autoimagen explica cómo una persona se presenta a sí misma, y es un proceso evaluativo central en la construcción del autoconcepto. (Quiroz, 2015).

Los seres humanos generalmente quieren experimentar, sentir y comportarse de una manera consistente con su imagen, por lo que, entre más cerca están de su propia imagen y el yo ideal, más congruentes y compatibles son, y más valor creen tener. Carl Rogers (1959).

La representación del cuerpo que las personas crean en sus mentes, corresponde a la imagen corporal (Raich, 2000) y las experiencias que poseen de sus cuerpos (Guimón, 1999), impresiones o sentimientos sobre sí mismo, que se establece evaluando lo que cada persona realiza con sus características (Laderas, 2016).

Debido a sus dinámicas de interacción, el mundo de las redes sociales marca una tendencia intrínseca a la comparación con nosotros mismo u otros, donde se establece un punto o estándar que se debe alcanzar para encajar de la manera esperada por los demás miembros que conforman esa comunidad virtual. Creando de tal manera, una discrepancia entre lo que sé es y lo que se espera en el aspecto físico, ocasionando repercusiones en el autoconcepto y la autoimagen, debido a que estas se ven modificadas por la presión y la premeditación por agradar que maneja las generaciones contemporáneas.

En este contexto, los individuos por medio de las comparaciones sociales buscan medir sus propias ideas, creencias y sus capacidades, para confirmar la autoimagen y aumentarla en lo posible, teniendo en cuenta los aspectos que se relacionan con los demás (Neira y Ortiz, 2020). Se constituye de esta manera que el parte importante del sujeto se establece, se forma y se integra a través del otro, un otro que hace aportes que le guían o le demanda formas de ser y verse en sociedad y más donde en un espacio virtual, donde lo visual juega un papel determinante en el estatus social que se va tener.

Festinger (1954) fue el primero en hablar del concepto de comparación social, que se enfoca en estudiar la autoevaluación de los sujetos que se comparan con otros. Cuando una persona se encuentra en duda acerca de una situación, va comparándose con otros, trata de establecer categorías de creencias y conceptos positivos, para lograr una estabilidad individual, para ello el establecer unas dimensiones que tiene esta comparación para lograr ese objetivo, son:

1. **Dirección:** hace referencia hacia donde apunta la comparativa si hacía sujetos estética y psíquicamente similares o diferentes y como estos están más cerca o más lejos de los estándares en redes sociales y cómo esto afecta su percepción. "Cuando la comparativa

se realiza entre sujetos de estructuras psíquicas similares y formas de asimilar e interiorizar la información parecida. la inició esta dirección la podemos denominar estable, debido a que no modifica o cambia la autoimagen o autoconcepto que hay entre los sujetos que se comparan" (García e, al. 2021). En esos escenarios va haber una tendencia reguladora donde se ven evidencias que las posturas tienen más matices que convergen que los divergen y esto facilitara acuerdo sin violentar o movilizar la autoimagen de los sujetos, sin embargo, según Buunk & Gibbons (1997) funciona como un agente reductor de la ansiedad.

2. **Interpretación:** asimilación cognitiva que realiza el sujeto tomado como base la comparativa naciente entre la identificación y contraste de aspectos vinculantes en las representaciones subjetivas del yo que tiene el sujeto de sí mismo.
3. **Identificación:** se construye con el sujeto y el paradigma comparativo, intentando encontrar los puntos convergentes en sus conductas. (García e, al. 2021). De esta manera, se crean hábitos para ajustarse al canon estipulado e ir acortando las diferencias entre el sujeto y el sujeto idealizado.
4. **Contraste:** según (García e, al. 2021) se crea entre el sujeto y el modelo comparativo con el fin de descubrir algunas diferencias entre sus conductas. Es parte del proceso para acercarse a las acciones de bienestar del modelo comparativo en el futuro. El detectar matices generadores de brechas conductuales y estéticas crean consciencia y reconducir las conductas, hábitos y lo moviliza a la ejecución de acciones aportantes hacia el paradigma a alcanzar.

Con base a lo anterior, este trabajo pretende identificar y analizar la relación que existe con dichas variables: redes sociales, autoimagen o imagen corporal en los usuarios.

Por medio de un estudio de revisión se procederá a responder la interrogante ¿Qué relación se puede identificar entre la autoimagen o imagen corporal y redes sociales en los usuarios?

Metodología

Esta investigación es un análisis descriptivo de diferentes artículos, los cuales debían cumplir con los siguientes criterios: que hablarán sobre la autoimagen y las redes sociales, que fueran estudios en español e inglés,

aunque la mayoría se encontró en inglés, ya que es un idioma general y permite ampliar los hallazgos relacionados con la investigación, que fueran artículos que estuvieran dentro de un rango temporal no superior a 8 años, entre el 2015 y 2022. Se descartaron aquellos que no pertenecieran al campo de las ciencias sociales o ciencias humanas.

La búsqueda fue realizada en diferentes bancos de datos, como Scopus, ScienceDirect y Springer, se seleccionó estas, debido a que se encuentra más información relevante y acreditada en el campo investigado, además que conecta personas, ideas publicadas e instituciones. Se emplearon palabras claves como: *social media*, *self image*, *body self-image*, *meta-analysis*. Consideraciones éticas

Teniendo en cuenta algunas consideraciones éticas según lo estipulado en la Ley reglamentaria del quehacer en psicología, de N° 1090 del 2006, Capítulo VII, Artículos 49, 50 y 51. Ver "Artículo 49. Metodología utilizada y material utilizado en la investigación, estudio de resultados y conclusiones, y lineamientos para la difusión y correcto uso Artículo 50. Al planificar o realizar investigaciones rigurosas, los psicólogos, no solo deben proteger el bienestar y los derechos de los participantes, sino que deben estar cimentados en los principios éticos de respeto y dignidad. Siempre que sea posible, debe evitarse el uso de información incompleta u oculta.

La búsqueda inicial arrojó 836 artículos, luego de evaluar que contará con los criterios de inclusión, se pudo seleccionar 21 (ver figura 1).

En cuanto a los artículos incluidos, sus años de publicación van desde el 2015 al 2022, la mayoría sacados de Scopus y Science direct.

Se evidencia que el mayor número de documentos publicados sobre estos temas, es en Estados Unidos con un total de 33 artículos (ver figura 2), y el año donde más se generó material fue durante el periodo de pandemia en 2020 hasta el 2022.

Figura 1.

Proceso de identificación y elección de los artículos.

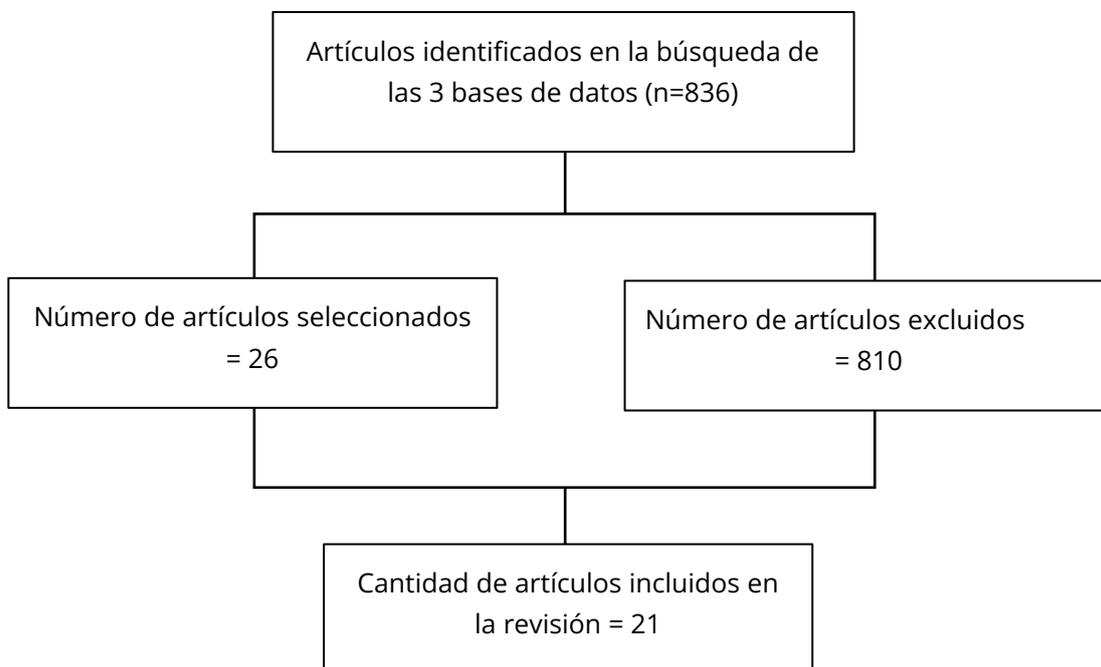


Gráfico 2.

Países con más artículos publicados sobre el tema.

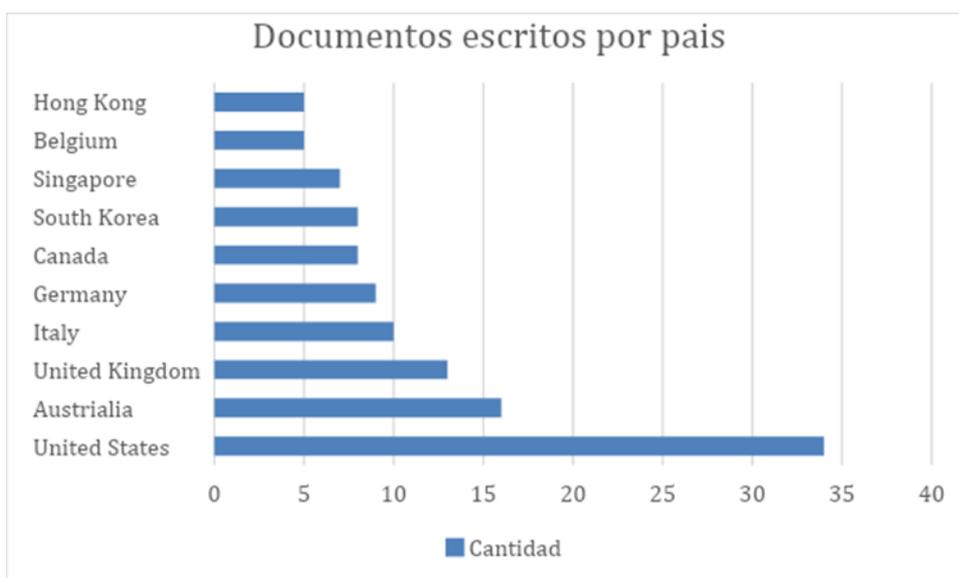


Tabla 1. *Información de artículos seleccionados.*

Autores	Año de publicación	Título del artículo	Base de datos
Vall-Roqué, H., Andrés, A., & Saldaña, C.	2021	The impact of Covid-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women	ScienceDirect
Zeeni, N., Abi Kharma, J. & Mattar, L.	2021	Social media use impacts body image and eating behavior in pregnant women	Springer
Filice, E., Raffoul, A., Meyer, S.B., Neiterman, E.	2020	The Impact of Social Media on Body Image Perceptions and Physical Practices of Gays, Bisexuals, and Other Men Who Have Sex with Men: A Critical Review of the Literature and Extending Theory	Springer
McLean, S.A., Paxton, S.J., Wertheim, E.H., Master, J.	2015	Selfies and social media: relationships between self-image editing and photo-investment and body dissatisfaction and dietary restraint	Springer
Mann, R. B., & Blumberg, F.	2022	Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery	ScienceDirect
Saiphoo, A. N., Halevi, L. D., & Vahedi, Z.	2020	Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review	ScienceDirect
Scott, G. G., Pinkosova, Z., Jardine, E., & Hand, C. J	2022	"Instagram": Image content and observer body satisfaction influence the when and where of eye movements during Instagram image viewing	ScienceDirect
Zhou, M., Cai, X., Liu, Q., & Fan, W.	2019	Examining continuance use on social network and micro-blogging sites: Different roles of self-image and peer influence	ScienceDirect
Sharp, G., Gerrard, Y.	2022	The body image "problem" on social media: Novel directions for the field	ScienceDirect
Ando, K., Giorgianni, F. E., Danthinne, E. S., & Rodgers, R. F.	2021	Beauty ideals, social media, and body positivity: A qualitative investigation of influences on body image among young women in Japan	ScienceDirect
de Valle, M. K., Gallego -García, M., Williamson, P., & Wade, T. D .	2021	Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence	ScienceDirect
Paxton, S. J., McLean, S. A., & Rodgers, R. F.	2022	"My critical filter buffers your app filter": Social media literacy as a protective factor for body image	ScienceDirect
Rodgers, R. F., & Rousseau, A	2022	Social media and body image: Modulating effects of social identities and user characteristics	ScienceDirect

Nelson, S.L., Harriger, J.A., Miller-Perrin, C., Rouse, S.V.	2022	The Effects of Body-Positive Instagram Posts on Body Image in Adult Women	Scopus
Mesce, M., Cerniglia, L., Cimino, S.	2022	Body image concerns: the impact of digital technologies and psychopathological risks in a normative sample of adolescents	Scopus
Maes, C., Vandenbosch, L.	2022	Adolescent Instagram and TikTok Use: Examining Relationships with Body Image-Related Constructs Over Time Using Cross-Delayed Random Intercept Panel Models	Scopus
Lee, M.	2022	Exploring how Instagram addiction is associated with women's body image and drive for thinness	Scopus
Bodroža, B., Obradović, V., Ivanović, S.	2022	Active and passive selfie-related behaviors: Implications for body image, self-esteem and mental health	Scopus
Di Gesto, C., Matera, C., Policardo, G.R., Nerini, A.	2022	Instagram as A digital mirror: the effects of Instagram likes and disclaimer labels on self-awareness, body dissatisfaction, and social	Scopus
Skowronski, M., Busching, R., & Krahé, B	2022	Links between exposure to sexualized Instagram images and body image concerns in girls and boys	Scopus
Almanza,K.,Garcia,S.,Zabala, D.	2021	Relación entre el nivel de riesgo de adicción a redes sociales (Facebook e Instagram) y los autoesquemas) de 30 adolescentes entre 17 y 20 años de edad de la Universidad de Antioquia	Scopus

Para seleccionar los 21 artículos que se muestran en la tabla, se identificó que cumplían con los criterios de inclusión. 20 estudios fueron identificados en inglés, mientras que solamente uno fue seleccionado en español.

Dentro de algunos de los 21 artículos seleccionados para esta revisión, se encontraron los siguientes datos:

El estudio hecho por Vall-Roqué, et al., (2021) tuvo como objetivo determinar el impacto del bloqueo de Covid-19 respecto al manejo en sitios de los medios sociales (SNS) y examinar si el manejo de SNS está relacionado con alteraciones en la imagen física y en la valoración de sí mismo. En este participó un total de 2601 mujeres que residen en España con edades entre 14 a 35 años, y completaron un cuestionario con medidas sobre el uso de redes sociales, autoestima, insatisfacción corporal e impulso por la delgadez. En la encuesta, se preguntó a los participantes sobre el manejo que hacían de las redes sociales en el momento de responder la encuesta y antes del

confinamiento. Se descubrió un aumento estadísticamente notable en la regularidad de uso de todos los SNS estudiados (Instagram, YouTube, TikTok, Twitter y Facebook) durante el confinamiento, así como en el número de mujeres que siguen cuentas de Instagram centradas en la apariencia.

McLean et al., (2015), evaluaron a un total de 101 niñas de 7 años en Australia, que completaron medidas de uso de las redes sociales e imagen corporal y trastornos alimentarios a través de un autoinforme. El fin de este análisis fue indagar la relación que hay con las actividades fotográficas de las jóvenes en los medios digitales y la sobreestimación de la figura y el peso corporal, la insatisfacción corporal y las restricciones dietéticas. Los participantes que compartieron regularmente sus imágenes en las redes sociales informaron sobre la valoración de la figura y el peso físico, insatisfacción corporal, restricciones dietéticas e ideales delgados en comparación con aquellos participantes que no compartían regularmente sus imágenes. Se descubrió que el nivel de internalización era significativamente mayor. Además, después de controlar la exposición a los medios y la internalización del ideal delgado, una mayor participación en la manipulación de las imágenes propias y una mayor inversión en las imágenes propias antes de compartirlas se asociaron con una mayor sobreestimación de la figura y el peso de los cuerpos, se asoció con insatisfacción corporal y restricciones dietéticas. Los hallazgos sugieren que las actividades en las redes sociales relacionadas con la autoimagen pueden contribuir a la insatisfacción corporal y los trastornos alimentarios e indican objetivos contemporáneos importantes para la intervención basada en las redes sociales para estos problemas.

En el estudio realizado por Ando et al., (2021), se buscó explorar cualitativamente las influencias de redes sociales y los medios en la imagen física y comportamientos asociados entre las mujeres jóvenes en Japón, con un enfoque específico en el contenido de los medios positivos para el cuerpo. Participaron un total de 29 estudiantes universitarios. En general, los hallazgos sugieren que los participantes percibieron altos niveles de presión tanto de los medios tradicionales (por ejemplo, la publicidad de las principales marcas) como de las redes sociales para perseguir ideales de apariencia poco realistas, con un enfoque particular en la delgadez.

Maes et al., (2022) realizó una investigación en Bélgica con el objetivo de llenar la literatura sobre las ramificaciones de la imagen corporal de los usos de las niñas de las redes sociales centradas en la apariencia (ASM) mediante el análisis de tres oleadas de datos sobre el uso de ASM de las niñas y las construcciones relacionadas con la imagen corporal (es decir, la internalización de los estereotipos de belleza y la autocontradicción de la imagen corporal. La muestra total consistió en 229 niñas (Medad = 15,12, SD =

1,50). Controlando el índice de masa corporal (IMC) y la edad, los RI-CLPM revelaron que ni TikTok ni Instagram predijeron aumentos o disminuciones posteriores en la internalización de los estereotipos de belleza, la imagen física y la autodiscrepancia. Las puntuaciones más bajas de la autodiscriminación de la imagen del cuerpo en W2 (es decir, querer tener un cuerpo más delgado) predijeron mayores usos de Instagram en W3. No se obtuvo evidencia de efectos entre personas. Los resultados enriquecen nuestro conocimiento sobre las implicaciones a largo plazo del uso de Instagram y TikTok por parte de las niñas para su imagen corporal. Además, subrayan la necesidad de una investigación que desenrede más específicamente el papel de las diferentes actividades relacionadas con la apariencia en las redes sociales y su peso en las construcciones en la autoimagen en niñas.

Lee, M (2022) integró la hipótesis de la objetivación y la hipótesis de la comparación social con el fin de explicar cómo la adicción a Instagram se asocia con la imagen corporal de las mujeres jóvenes y el impulso por la delgadez a través de comparaciones de apariencia y objetivación. Una muestra de 321 mujeres jóvenes coreanas que actualmente usan Instagram completaron un cuestionario en línea autoadministrado. Los resultados mostraron que la adicción a Instagram se asocia positivamente con un impulso por la delgadez y que esta relación está mediada por comparaciones de apariencia, objetivación y satisfacción corporal. Los hallazgos confirman la utilidad de la comparación social y las teorías de objetivación para explicar las asociaciones entre el uso adictivo de Instagram y las preocupaciones sobre la imagen corporal. También implica que la comparación de la apariencia y el proceso de objetivación pueden ser perjudiciales para la imagen corporal de las jóvenes coreanas.

Por su parte, Almanza et al., (2021) estableció relaciones entre los niveles del riesgo de dependencia a las redes sociales (Instagram y Facebook) y las creencias de sí mismo (autoconcepto, autoimagen, autoestima) en una agrupación de 30 jóvenes de 17 a 20 años. Estudiantes UdeA Seccional Bajo Cauca. No se encontró una correlación significativa estadísticamente entre las variables analizadas ($r= 0,074$). Los hallazgos primordiales muestran que los participantes no piensan todo el tiempo en redes sociales y tienen menos probabilidad de presentar ansiedad o preocupación cuando no ingresan a estas, ni tampoco les falta control hacia el manejo que le dan a las redes sociales que lleve a conducir a descuidar su vida por completo, pero tienen dificultad para controlar su uso de las redes sociales, porque las han usado demasiado, y no pueden controlar ni reducir el tiempo de conexión. En términos de autoesquemas, generalmente hubo niveles bajos, principalmente

la autoimagen, que fue la que puntuó más bajo, y los participantes percibieron insatisfechos su autoimagen y su cuerpo en relación con los estándares presentados en la red. El autoconcepto y la autoestima tendieron a ser ligeramente inferiores, pero no estadísticamente significativos.

Discusión

Esta investigación tenía como fin, examinar diversos estudios que abordaran las redes sociales y autoimagen o imagen física, y reconocer qué tipo de relaciones se identifican.

Se descubrió que el consumo de redes sociales puede estar asociado con la imagen corporal, teniendo una mayor inclinación por la delgadez y riesgo de trastornos alimentarios en mujeres (Vall-Roqué et al., 2021; McLean et al., 2015; Ando et al., 2021; Nelson et al., 2022; Lee, M. 2022). Esto debido en parte, por seguir cuentas centradas en la apariencia, donde la mayoría de perfiles corresponden a personas con una figura delgada, y allí se crea una insatisfacción corporal por perseguir ideales de apariencia poco realistas y hacer comparaciones con lo que ven en las redes. Una encuesta transversal en la línea con mujeres estadounidenses en Instagram los usuarios demostraron que uno mismo- la modificación de la foto tuvo una asociación positiva con la rumiación sobre la alimentación, el peso y la forma. Varias investigaciones en los últimos años han enfatizado en investigar la correlación que tiene las mujeres con los aspectos estético y psíquico los cuales cobran relevancia al momento que estos comprometen su salud mental.

Casares (2021) menciona, que las adolescentes tienen una tendencia más elevada que los hombres a ser influenciadas por cánones de bellezas idealizados en redes sociales, donde se puede apreciar como la sobre exposición de cierto tipo de contenido puede hacer mella en la conciencia de los adolescentes y de ciertos adultos jóvenes que están en una etapa evolutiva en la cual está conformado algunos esquemas fundamentales de su personalidad y de su autoconcepto.

Por otro lado Parson 2021 indica que el factor principal no radica en el género, ni en la exposición al contenido, si no en patologías sociales que pueda tener la persona como lo puede ser la ansiedad social, debido a esta se puede manifestar en disminución del afecto positivo y una creciente percepción negativa de la autoimagen, de esta manera se evidencia como una patología modifica la manera que tenemos de percibir la realidad que es una

construcción social, permeada desde nuestra subjetividad y si esta es modificada o alterada por alguna patología puede condicionar todo nuestro actuar, percepción y razonamiento por esta misma.

Diversas perspectivas teóricas sobre este tema, tienen su foco en los siguientes conceptos al momento de abordar redes sociales y autoimagen o autoconcepto que son: edad, género, exposición al contenido, figuras idealizadas y patologías sociales, en los cuales este concepto de una u otra manera tiene puntos de convergencia que es que todo desembocan en una afectación importante en la manera que las personas se perciben, aunque esto factores antes mencionados genera un impacto más significativo, por lo particular de cada uno, ya que uno está abocado a las etapas evolutivas y la maduración psíquica del individuo, el otro concepto es un contexto socio histórico donde se ha tenido cierto tipo de presiones sobre un género en particular, que este punto se complementa con el que toca Chan 2019, donde manifiesta el papel que juegan alguna personas dentro de los entorno como seres receptores, expositores y evaluadores de imágenes, algunas de ella idealiza que motivan a la comparación con las imágenes que genera otra persona.

De la presente investigación realizada sobre los 21 artículos, se puede concluir que el manejo de redes sociales puede contribuir a la inconformidad corporal, además, estas tienen altos niveles de presión por perseguir ideales de "belleza" poco realistas, enfocados más en la delgadez. Es de resaltar, que los estudios fueron más enfocados en las mujeres.

Además, es un tema que requiere de más investigación y emplear herramientas que permitan disminuir el impacto negativo en la imagen corporal que puede causar en los usuarios.

Adicionalmente, es relevante que esta era digital se continúe profundizando en temas relacionado la exposición de cierto contenido y su influencia en la autopercepción de cada sujeto que siempre está permeada en gran medida por el contenido que consume en las redes y la presión social a la cual está sometido por parte de la comparación que está causando estragos significativos en la manera visualmente de concebir.

Por último, enfatizar que la situación expuesta en este artículo, en varias partes del mundo se ha vuelto silenciosamente una complicación de salud pública, donde con el paso del tiempo su impacto está siendo relevante en las últimas generaciones como los millennials y centennials. Es necesario tomar medidas para prevenir y proteger la salud mental de esta generación a través de dispositivos digitales y comenzar una comunidad científica liderada por expertos en ciencias sociales y de la salud.

Referencias

- Alarcón, M. (2018). *"Cirugía digital", la segunda identidad de los jóvenes en Internet*. El tiempo.
- Almanza, K., Garcia, S., Sabala, D (2021). *Relación entre el nivel de riesgo de adicción a redes sociales (Facebook e Instagram) y los autoesquemas (autoimagen, autoconcepto y autoestima) de 30 jóvenes entre 17 y 20 años de edad de la Universidad de Antioquia (Seccional Bajo Cauca)*. Universidad de Antioquia.
- Ando, K., Giorgianni, F. E., Danthinne, E. S., & Rodgers, R. F. (2021). Beauty ideals, social media, and body positivity: A qualitative investigation of influences on body image among young women in Japan. *Body Image, 38*, 358–369. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.05.001>
- Boyd, D. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication: JCMC, 13*(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brea Folgar, A. L., & Silva, B. (2019). *Corporalidad online-offline Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes*. Depósito digital de documentos de la UAB.
- Buunk, B. & Gibbons, F. (1997). *Social Comparison in Health and Illness: A Historical Overview*. Psychology Press.
- Buunk, B. P., Gibbons, F. X., & Buunk, A. (2013). *Health, coping, and well-being: Perspectives from social comparison theory*. Psychology Press.
- Ortiz, J. M. C., & Toranzo, F. M. (2005). El sí mismo desde la teoría de la identidad social. *Escritos de Psicología-Psychological Writings, (7)*, 59-70. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=271020873006>
- Casares Jr, D. R., & Binkley, E. E. (2022). An unfiltered look at idealized images: A social media intervention for adolescent girls. *Journal of Creativity in Mental Health, 17*(3), 313-331. 10.1080/15401383.2021.1892556.
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body image, 29*, 90-99.
- Congreso de la República de Colombia (2006). Ley 1090 del 6 de septiembre de 2006 por la cual se reglamenta el ejercicio profesional psicológico, se

dicta el código deontológico y bioético. Bogotá D.C.: Congreso de la República de Colombia.

- de Valle, M. K., Gallego-García, M., Williamson, P., & Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image, 39*, 276–292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>
- Escalante, C. P. (2019). Autoconcepto y el uso de redes sociales en adolescentes del bachillerato de la unidad educativa Rumiñahui. Universidad Técnica de Ambato.
- Chávez, C. F. (2018). *¿ Son eficientes las redes sociales?* El Cid Editor.
- Filice, E., Raffoul, A., Meyer, S.B. et al. (2020). The Impact of Social Media on Body Image Perceptions and Bodily Practices among Gay, Bisexual, and Other Men Who Have Sex with Men: A Critical Review of the Literature and Extension of Theory. *Sex Roles 82*, 387–410 <https://doi-org.tdea.basesdedatosezproxy.com/10.1007/s11199-019-01063-7>
- García del Castillo, J. A., García-Castillo, F., Dias, P. C. & García del Castillo-López, A. (2021). La teoría de la Comparación Social como promotora de las conductas de salud: una aproximación teórica. *Health and Addictions / Salud y Drogas, 21(2)*, 149-163. <https://doi.org/10.21134/haaj.v21i2.697>
- G. y Pratkanis, A. R. (1984). The self. En R. S. Wyer y T. K. Srull (Eds). *Handbook of social cognition* (Vol 3; pp. 129-178) Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Guimón, J. (1999). *Los lugares del cuerpo*. Barcelona. Paidós.
- IEDGE Business School. (2020). Uso de Instagram en Colombia 2020
- Ladera Otones, I. (2016). *La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima*. (Trabajo Fin de Máster) Universidad Pontificada Comillas, Madrid.
- Mann, R. B., & Blumberg, F. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica, 228*(103629). <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>
- Markus, H. R. y Wurf, E. (1987). The dynamic selfconcept: A social psychological perspectives. *Annual Review of Psychology, 38*, 299-337.
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Selfies and social media: relationships between self-image editing and photo-investment and body dissatisfaction and dietary restraint. *Journal of Eating Disorders, 3*, 1-1. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-3-S1-O21>

- Parsons, C. A., Alden, L. E., & Biesanz, J. C. (2021). Influencing emotion: Social anxiety and comparisons on Instagram. *Emotion, 21*(7), 1427.
- Paxton, S. J., McLean, S. A., & Rodgers, R. F. (2022). "My critical filter buffers your app filter": Social media literacy as a protective factor for body image. *Body Image, 40*, 158–164. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.009>
- Quiroz, Yolanda. (2015). *Autopercepción de la imagen corporal en adolescentes*. Universidad Autónoma del Estado de México .
- Raich, R.M. (2000). *Imagen corporal*. Madrid. Pirámide.
- Rodgers, R. F., & Rousseau, A. (2022). Social media and body image: Modulating effects of social identities and user characteristics. *Body Image, 41*, 284–291.
- Rosgaby Medina, K. (2022, junio 21). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022*. Branch Agencia; Branch Agencia de Marketing Digital. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>
- Saiphoo, A. N., Dahoah Halevi, L., & Vahedi, Z. (2020). Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences, 153*(109639). <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109639>
- Scott, G. G., Pinkosova, Z., Jardine, E., & Hand, C. J. (2022). "Thinstagram": Image content and observer body satisfaction influence the when and where of eye movements during instagram image viewing. *Computers in Human Behavior, 138*(107464). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107464>
- Sharp, G., & Gerrard, Y. (2022). The body image "problem" on social media: Novel directions for the field. *Body Image, 41*, 267–271. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.004>
- Turner, J. C. (1987). *Rediscovering the social group: A selfcategorization theory*. Oxford: Blackwell.
- Vall-Roqué, H., Andrés, A. and Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry, 110*, 110293.
- Zeeni, N., Abi Kharma, J., & Mattar, L. (2023). Social media use impacts body image and eating behavior in pregnant women. *Current Psychology, 42*(6), 4948-4955. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01848-8>
- Zhou, M., Cai, X., Liu, Q., & Fan, W. (2019). Examining continuance use on social network and micro-blogging sites: Different roles of self-image and peer

influence. *International Journal of Information Management*, 47, 215–232.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.010>

Afectación en el autoconcepto físico por estereotipos de belleza propuestos en las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín

*Por Mariluz Cano García**

*Yina Moreno Agudelo**, Daniel Mosquera Moreno***

*Angie Manuela Lopera Quiroz**, María José Muñoz Meza***

*Mallerly Andrea Ramírez Montes**, Luisa Fernanda Molina Ramírez***

*Juliana Montoya Cardona***

Resumen

Esta investigación, tiene como finalidad identificar si existe afectación en el autoconcepto físico por los estereotipos establecidos en redes sociales, en jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín. La muestra estuvo compuesta por hombres y mujeres entre los 18 y 30 años, participaron un total de 417 personas, de estos el 72.4 % mujeres y el 26.9% hombres. Esta investigación es no experimental con un enfoque empírico analítico, los datos se tomaron a través de un cuestionario sociocultural de autoconcepto físico llamado CIAF y una escala de medición de dependencia a las redes sociales, llamada ERA-RSI, posteriormente fueron analizados estadísticamente con el software IBM SPSS Statistics versión 26. Los resultados arrojaron que los encuestados presentan un grado de afectación leve respecto al autoconcepto físico que en la mayoría de veces se ve afectado por los tópicos de belleza en redes sociales, sin embargo, mostraron que todos los encuestados presentan incidencia frente al autoconcepto físico, haciendo énfasis que entre mayor insatisfacción con el autoconcepto físico mayor es la dependencia a las redes sociales.

Palabras clave: Autoconcepto físico, estereotipos y redes sociales.

*PhD Psicología. Docente investigador. Corporación Universitaria Adventista.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: docente.mcanog@unac.edu.co

Abstract

This research aims to identify whether there is an affectation in the physical self-concept due to the stereotypes established in social networks in young university students in the city of Medellín. The sample consisted of men and women between the ages of 18 and 30., a total of 417 people participated, of these 72.4% women and 26.9% men. This research is non-experimental with an empirical analytical approach, the data was taken through a sociocultural physical self-concept questionnaire called CIAF and a scale that measures addiction to social networks, called ERA-RSI, later they were statistically analyzed with the IBM SPSS Statistics version 26 program. The results revealed that the respondents present a slight degree of affectation in relation to the physical self-concept that is most often affected by beauty stereotypes in social networks, however, they showed that all respondents have an incidence against body self-image, highlighting that the greater the dissatisfaction with the physical self-image, the greater the dependence on social networks.

Keywords: Physical self-concept, stereotypes and social networks.

Introducción

La presente investigación busca observar qué relación tiene la autoimagen física de los jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín, con los estereotipos de belleza impuestos en las redes sociales. Esto se debe a que los medios de comunicación de las últimas décadas están tratando de implantar el modelo que se debe perseguir en todos los aspectos de la vida, y la estética del cuerpo ha sido utilizado por esta industria como un producto más.

Las campañas publicitarias, fomentan cuerpos extremadamente delgados y enfermizos como ideales de belleza, las personas más afectadas con este tipo de publicidad son las adolescentes, las mujeres jóvenes y perfeccionistas, lo cual genera fatales consecuencias para la salud física y mental (García-Ochoa, 2010, p. 224).

De esta manera, se intenta determinar la injerencia de los cánones de belleza en las redes sociales sobre el autoconcepto físico en el contexto contemporáneo, ya que debido al uso estético que se les da a las redes sociales que son mayormente utilizadas como son Instagram y Facebook, genera preocupación frente a la salud mental debido a las altas demandas estéticas que se hacen en estas páginas, por los problemas psicológicos

también generados que en ocasiones causa alteración de la noción sobre el cuerpo, inseguridades sociales que repercuten en la no ingesta de alimentos y en un miedo intenso en subir de peso o por el contrario en atracones de grandes cantidades de alimento en muy poco tiempo (American Psychiatric Association, 2013).

Por lo tanto, nos planteamos la siguiente pregunta investigativa.

¿Existe afectación en el autoconcepto físico por los estereotipos de belleza propuestos por las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín?

Este estudio es relevante en la ciudad de Medellín porque los antecedentes encontrados se han realizado en torno ambientes deportivos y estéticos y este se enfoca en un ambiente educativo con jóvenes universitarios que consumen con frecuencia redes sociales, además que se viene de pasar por un periodo pandémico que aumentado el uso de las redes creando interrogantes sobre la manifestación de estas variables en esta población.

Marco de referencia

Antecedentes

Un estudio realizado en Sevilla España en el año 2021, reconoce que en consecuencia de la problemática de salud pública que vivimos a causa del covid-19, quien ha tomado mayor importancia a nivel social serían las redes sociales y el uso que se le da a estas, permitiendo un mayor alcance a la virtualidad por el hecho de estar confinados. El mal manejo de estas acarrea otra serie de problemáticas como alteraciones en la conducta alimentaria, ya que durante la cuarentena se agudizó notablemente esta problemática, por lo que dicha investigación trató de comprobar si al usar las redes sociales hay un mayor riesgo de padecer un trastorno de conducta alimenticia. (Ojeda-Martín,& et al., 2021).

Para poder comprobar esto se hicieron unas encuestas online, en las que participaron 108 jóvenes de 18 a 30 años. El instrumento utilizado fue el Eating Attitudes Test-26, los resultados obtenidos dieron cuenta que los jóvenes al tener un uso constante de las redes, y tener malas experiencias con estas, si genera un posible riesgo de sufrir un trastorno de conducta alimenticia, ya que se genera en espacio de comparaciones e idealizaciones con respecto a lo que publican las otras personas. (Ojeda-Martín& et al., 2021).

En la ciudad de Madrid, Marina Diaz Blázquez (2019) de la Universidad Pontificia Comillas, realizó una investigación que tuvo como objetivo principal dar a conocer cuál es la posible relación que hay entre las diferentes variables del término autoconcepto: social, físico, familiar, emocional y laboral, y el uso de redes sociales. La variable autoconcepto fue estudiada y se vinculó directamente con las redes sociales y el sexo; el diseño de este estudio es post-facto retrospectivo transversal y correlacional; La muestra fue conformada por personas entre los 18 y 35 años, obtuvieron 291 encuestados de los cuales 61.8% de estos eran mujeres y el 38.2% eran hombres. En los resultados se pudo evidenciar que había una relación positiva entre el autoconcepto y la utilización de las redes sociales. Se logró detectar correlaciones frente a la dimensión emocional. En la comparación de ambos sexos no se detectaron grandes diferencias en cuanto a la utilización de las redes sociales, no obstante, si en cuanto al autoconcepto, en donde los hombres son los que tuvieron una mayor puntuación. (Diaz -Blanquez, 2019).

En latino América también se han realizado estudios acerca de estas variables y su correlación, la universidad Mayor de san Andrés la Paz Bolivia realizó una investigación la cual tuvo como objetivo principal determinar la relación existente entre el autoconcepto y las redes sociales desde la adicción de este último término, en estudiantes entre 16 y 18 años del colegio La Merced en La Paz. Las variables del estudio fueron autoconcepto y redes sociales, La muestra la conformaron 40 adolescentes entre los 16 y 18 años de los cuales el 52.7% de las personas encuestadas corresponden al sexo femenino y el 47.5% al sexo masculino. La autora concluye que la relación entre el uso desmedido de redes sociales y el autoconcepto, presentan una correlación de - 0.815 negativa significativa, gracias a esto se afirma que los estudiantes de secundaria que muestran mayores niveles de Autoconcepto no tienden a presentar alto grado de Adicción a redes Sociales (Mamani, 2018).

A nivel nacional se encontraron estudios relacionados con el tema por la universidad católica del norte. La investigación tenía como fin relacionar el uso excesivo de la red social Facebook y el autoconcepto en estudiantes de Colombia. Lamentablemente, como lo menciona García Murillo & Puerta-Cortés (2020), los resultados obtenidos por el estudio dan cuenta que el uso excesivo a esta red social tiene un impacto en el autoconcepto y sus posibles extensiones de autorrealización, autonomía y emoción. Por consecuente la mayoría de los jóvenes que consumen este tipo de contenidos, generan un tipo de frustración al no poder alcanzar dichos estándares impuestos por la sociedad, lo que genera una imagen distorsionada de cómo se deben ver ellos y los demás.

Dicho estudio tenía como fin identificar cual es relación que hay entre el autoconcepto y la utilización de las redes sociales, en este caso Facebook. El desarrollo de este estudio se dio a partir de una muestra de 570 participantes los cuales en su mayoría eran adolescentes. Los resultados obtenidos fueron que el poco uso de esta red social está relacionado con una valoración alta de autoconcepto mientras que se relaciona con una mayor valoración del autoconcepto, y que por el contrario el tener un uso desmedido de Facebook se relaciona con una baja valoración de este. Las personas que tienen un constante uso de Facebook se caracterizan por tener un autoconcepto negativo, gracias a esta investigación se comprobó que es más frecuente en mujeres ya que estas tienden a seguir las tendencias que involucran los cuerpos, lo que genera una idealización y comparación constante con respecto a lo que otros comparten lo que influye en el concepto que ellas tienen de sí mismas (García Murillo & Puerta-Cortés, 2020).

En Medellín la universidad de EAFIT, realizó un estudio cualitativo sobre las representaciones sociales frente a los prototipos de belleza vistos en redes sociales y si se asocia con el autoconcepto físico, La muestra se obtuvo a partir de entrevistas a 10 mujeres entre 18 a 25 años, en donde el estudio determinó que las mujeres tienen representaciones negativas frente a las redes sociales, por lo que se afirma que el concepto de ideal de belleza se ve influenciado por el contenido que otras personas suben a sus redes sociales (Mejía Calle,2018).

Marco conceptual

Autoconcepto. El autoconcepto es la manera en la cual cada ser humano logra percibirse, evaluarse y definirse, desde su parte inconsciente como consciente a través de una cadena de conceptos y cualidades que según sus experiencias a lo largo de su vida han sido construidas, retenidas e incorporadas dentro de sí y constituyen el "Yo" (Turner,1990).

El autoconcepto es un elemento psicológico que tiene gran influencia en las diferentes situaciones que el hombre experimenta en la cotidianidad, por lo cual es un término que ha sido objeto de investigación de las ciencias sociales, una de las disciplinas de esta ciencia es la psicología, la cual lo ha hecho desde sus diferentes ramas, de allí han surgido autores con sus propias definiciones, teorías e investigaciones, en donde abarcan desde su definición en diferentes ámbitos, hasta su influencia en el ser humano a partir de su entorno y las situaciones presentes del día a día. (Luna & Molero 2013).

Para Shavelson, Hubner y Staton (1976) El autoconcepto es la apreciación que cada persona construye de sí misma y esta percepción está apoyada en la

interacción y por ende en las experiencias dadas por su entorno al igual que las reflexiones que cada uno hace frente a su comportamiento. Día a día desde la infancia el autoconcepto está en construcción, ya que es un proceso evolutivo que está caracterizado por cambios tanto cualitativos como cuantitativos que varían dependiendo de las experiencias, así mismo de la relación que se tenga con los demás y con uno mismo.

Desde el interaccionismo simbólico Herbert Blumer (1938) señala que la manera en que se comporta las personas, está determinada en gran medida por su autoconcepto y que este se va formando a través de las apreciaciones que se van realizando en cuanto se interacciona con los demás, recogiendo y desplegando un sinnúmero de información, a partir de salida y entrada de simbologías se va conformando el yo social autoconsciente, ya que no es posible la existencia del "yo" sin el otro, y el otro sin el "yo" (Gonzales, 2019).

Rogers (1951 y 1959) en su teoría fenomenológica de la personalidad define el autoconcepto como el conjunto de todos los procesos psíquicos que cada persona vive a lo largo de su existencia y por medio de estos logra construir su propia imagen, que le permite sentirse identificado y orienta su proceso de autorrealización. Para dicho autor el autoconcepto está compuesto por tres factores que se relacionan entre sí, estos son la autoimagen, la autovaloración y el Yo ideal. La imagen de sí mismo hace referencia a la importancia de darse cuenta si la autoimagen coincide o no con la realidad, permitiendo definir un autoconcepto negativo o desproporcionado. La autoestima es el valor que se tiene a sí mismo, teniendo en cuenta que este valor es permeado por las comparaciones con los demás al igual que las devoluciones de los demás ante uno mismo. Frente al Yo ideal Rogers lo define como la forma en la cual cada persona le gustaría verse y la reflexión que se realiza al pensar en lo que ve en sí mismo y lo que le gustaría ver (Lamoutte, 1993).

Viktor Frankl (2011) desde la logoterapia afirma que el hombre está condicionado de manera psicológica, biológica y mental gracias a sus herencias y el entorno en el que se desenvuelve, sin embargo, a pesar de eso, el hombre cuenta con la libertad de interiorizar posturas frente a dichos aspectos con las cuales se siente identificado y de esta manera logra darle sentido y dirección a su vida guiada siempre hacia la autorrealización.

Los humanos no son simplemente otro objeto dentro de los objetos. Las cosas se determinan unas a otras, pero los humanos finalmente se determinan a sí mismos. Lo que logra hacer debe ser construido por sí mismo, dado el realismo de sus habilidades y los límites de su entorno. (Alonso, p. 153).

Según Fernández, et al. (2015) el autoconcepto es esa percepción que se tiene de sí mismo dentro de las diferentes dimensiones del ser, gracias a esto consideran que el autoconcepto está compuesto por aspectos de orden afectivos, conductuales y cognitivos, por tanto cada ser humano afronta las diferentes situaciones de la vida apoyado en la conciencia de sí mismo, siento capaz de darle valor a sus cualidades, capacidades y dificultades de manera que según las herramientas construidas mediante este autoconcepto se permite direccionar sus conductas en concordancia con cada vivencia.

Por otro lado, para describir el autoconcepto desde el psicoanálisis, Monbourquette (2003) menciona a Freud en la descripción del desarrollo del ego, en donde se refiere a el "yo" como preso entre "el ello" y "el superyó".

Presionado por los mandatos del superyó, inspirados en los principios parentales, el yo sufre los asaltos de las fuerzas instituyas. El yo consciente está pues, en situación precaria. Debilitado por las presiones del superyó y del ello, se ve sometido a accesos de angustia. El yo (el ego) no tiene entonces más opción que recurrir a mecanismos defensivos encargados de protegerlo y de aliviar su angustia. (Monbourquette, 2003, p. 18)

En recorrido histórico de este concepto ha habido diversos autores que le han dado a este elemento psicológico significados orientados hacia diferentes perspectivas, como Shavelson, Hubner y Stanton (1976) quienes describen la autoimagen como un constructo de carácter multidimensional, definiéndolo a partir de siete características, que es organizada y multifacética, esa estructura puede ser jerárquica, y que el concepto de sí mismo general es subjetivamente estable, es un rasgo evolutivo experimental que la distingue de otras construcciones teóricamente relacionadas.. (García, Musitu. 1999).

Piaget (1975) propone que desde la niñez se cuenta con una capacidad de reflexión que permite que el hombre tenga una observación más profunda acerca de sí mismo, sin embargo, esta observación no es más que un influjo de la opinión del entorno al cual se es expuesto. Según esto, el ser humano concibe el autoconcepto como la opinión de sí mismo a partir de las percepciones que los demás tengan de él, es aquí donde gracias a sus mecanismos de reversibilidad operatoria el hombre se encuentra en constante confrontación entre la reflexión de sí mismo y lo que siente y cree que su entorno opina y espera de él. Es aquí donde podemos afirmar que el entorno permea la concepción que el hombre concibe de sí mismo, sus particularidades, cualidades, capacidades, limitaciones y perspectivas de la información que planta dentro sí, surge naturalmente desde él siendo visto desde fuera y cómo esas opiniones afectan positiva o negativamente su

capacidad de verse, pensarse y sentirse desde la realidad social. (Dörr Álamos, 2005).

Estereotipos. Murolo (2009) manifiesta que los estereotipos se interpretan como modelos de socialización y suelen utilizarse de manera despectiva. La realidad tiene simplificación y globalización, pero el estereotipo es el constructor de las relaciones sociales y la informática. Los estereotipos son necesarios como referentes para construir un camino a seguir y, sobre todo, ayudan a delimitar identidades.

Estereotipos de belleza Según Amossy y Herchberg (2020), estos estereotipos de belleza se denominan como grupos simplificados de individuos, instituciones o grupos que determinan cómo pensamos, sentimos y actuamos. Los estereotipos de belleza también se asocian con el narcisismo, muy propio de esta época. La lateralidad no es centralidad dominante, ni narcisista". "El sujeto narcisista actual percibe todo solo como su sombra. Ver al otro en la alteridad no puede. (Han, 2015, p.88).

Además, Han (2015) expresa que los estereotipos de belleza están asociados con el consumismo depredador. La experiencia estética se convierte en consumismo. Se asume una posición central frente al objeto consumidor. Esta actitud consumista destruye la alteridad del otro a favor de hacerse a un lado o retirarse.

Encontramos también que los estereotipos cambian según la época. Esta época precisamente está muy permeada por las redes sociales y el poder que tienen: Cuando hablamos de sociedad vemos que esta se encuentra inmersa en unas normas de belleza que implican el rostro y se evidencia cómo las redes sociales afectan de negativamente la autoestima y el autoconcepto (Torras, 2020). Y por ideales de belleza muy altos: "Una fórmula clave: el culto a la imagen. Se trata de una figura esbelta, altura superior a la media, apariencia deportiva sin incurrir en lo atlético ni excesivamente musculoso, piel tersa y bronceada, ojos grandes, nariz pequeña, boca grande y labios gruesos, medidas publicitarias (90 - 60 - 90), senos firmes, simétricos y sólidos, vientre liso, pelo largo, piernas largas y torneadas, natural, y, sobre todo, tener menos de treinta años. La eterna juventud se ha impuesto en la estética: la figura firme, la forma intacta y el resto de la vida por delante para cumplir los grandes sueños. Éste es el patrón del siglo XXI del que se beneficia el mercado". (Pérez parejo, 2006)

Se encontró también, que los estereotipos cambian con el tiempo. Esta vez, el impacto que tienen las redes sociales es tan generalizado. La humanidad está preocupada por los estándares de belleza, incluido el rostro, y es claro cómo las redes sociales afectan negativamente la autoestima y el

autoconcepto (Torras, 2020). Y sobre los altísimos ideales de belleza, una pauta clave: Incluye figura bien proporcionada, estatura superior a la normal, aspecto deportivo no atlético ni demasiado corpulento, piel limpia y morena, ojos grandes, nariz perfilada, labios carnosos y las medidas comerciales (90 – 60 – 90) pecho firme, tonificado y simétrico, vientre plano, cabello largo, piernas bien formadas y lo mejor de todo, menor de 30. En la estética prima el cuerpo que es visto juvenil y proporcionado: una figura tonificada, una forma intacta y el resto de tu vida para alcanzar tus grandes sueños. Este es el modelo del siglo XXI del que se beneficiará el mercado. (Pérez parejo, 2006)

Susana López Pérez (2009) establece ciertos atributos físicos como talla pequeña, labios gruesos, piernas largas y juventud entre los estereotipos de objetos femeninos. El cuerpo femenino ideal es el de piel clara, joven y esbelta, bien vestido y hermoso, libre de imperfecciones, manchas, enfermedades o defectos. Definida por tres conceptos básicos: hermosura, juventud y perfección.

Redes Sociales

Celaya, (2008) señala que una red social es una plataforma de Internet que permite a las personas, sean conocidas o desconocidas, publicar y compartir información personal con otros. Hay diferentes tipos:

Navarra (2013) afirma que las redes profesionales (LinkedIn, Xingú, Viadeo, etc.) Son redes que no tienen espacio para fotos de fiestas o contenido personal. Solo información profesional. (Archivos de Navarra, 2013)

Barrios (2017) expresa que la acción principal de las redes generalistas (MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5, etc.) es compartir y divertirse. Esto incluye Facebook, Spanish Tuenti, Hi5, Myspace, Wamba, Sonico o Netlog. Este grupo es el más relevante debido al crecimiento exponencial del número de usuarios.

Las redes especializadas satisfacen la necesidad humana inherente de formar parte de un grupo con características e intereses comunes, según la Escala de Necesidades de Maslow o Pirámide de Maslow, corresponde a la necesidad de afiliación. (Hütt, 2012)

A continuación, se presenta una breve descripción de algunas de las redes más utilizadas por la población colombiana y población de la época.

Instagram.

Instagram es una red social gratuita basada en compartir fotos, videos y comentarios entre cuentas. Originalmente solo disponible para usuarios de Apple, ha estado disponible en Android desde 2012 después de ser adquirido por Facebook. Diseñado para ejecutarse en teléfonos inteligentes, no en PC. (Rojas,2017)

Snapchat.

De naturaleza efímera, Snapchat es una aplicación de mensajería instantánea que permite a los usuarios enviar imágenes ("instantáneas") en forma de fotos o videos a otros usuarios de Snapchat en sus dispositivos móviles. Estos pueden ser "amigos" (los usuarios que se han agregado como contactos) o "seguidores" (alguien que sigue a otro usuario pero que no se ha agregado a la lista de contactos de ese otro usuario). (Torres, 2018, p.44)

Conceptos importantes de estas redes:

Filtros. Son efectos que se utilizan para mejorar las fotografías digitales y que es muy común el uso de estos para embellecer las fotografías: "Los filtros se han convertido en una forma popular de alterar fotografías, especialmente para quienes desean mantenerse al día con los estándares de belleza cada vez más altos en el mundo de las redes sociales." (Hallet, 2020). El uso compulsivo de estos ha sido asociado a problemas de autoestima y salud mental: "Instagram, planteó eliminar los filtros que marquen un estándar de belleza, dado que el uso prolongado de estos puede dañar la autoestima y salud mental de los usuarios." (Torras, 2020. P. 22)

Hashtag. Etiqueta usada en redes sociales como Twitter o Instagram para clasificar las publicaciones por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (# delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario. (Almonacid et al. 2015).

App. (Aplicación en español) es un programa que puede ser instalado en dispositivos móviles y ordenadores para que el usuario realice distintos tipos de tareas, como por ejemplo descargar archivos multimedia, retocar fotografías, etc. (Torres, 2018).

Selfie. Es un término inglés que se utiliza como sinónimo de autofoto o autorretrato. Se trata de una práctica que, aunque tiene más de un siglo de

antigüedad, ganó popularidad con la aparición de las redes sociales. (Torres, 2018).

Metodología

Enfoque metodológico

De acuerdo con los objetivos propuestos en la investigación que trabaja redes sociales y estereotipos de belleza se desarrolló a partir de un enfoque empírico analítico, porque se puso en práctica la observación en el campo y se tomaron datos a través de un cuestionario sociocultural de autoconcepto físico y de una escala que mide la adicción a las redes sociales, que luego fueron estadísticamente procesados para analizarlos.

Alcance de la investigación

Esta investigación es correlacional y explicativa porque con ella busca exponer la repercusión que tiene los estereotipos de belleza que están presentes en Facebook e Instagram y de qué manera estos influyen en el autoconcepto físico. Es correlacional porque nos permitirá conocer la relación entre dos o más variables; por otro lado, es explicativo ya que este nos permite explicar cómo su palabra lo indica, por qué ocurre un fenómeno y en cuales situaciones se presenta o porque tiene relación con dos o más variables.

Diseño

Es una investigación no experimental porque se estudia el fenómeno y los acontecimientos de la investigación en su ambiente natural para poderlo analizar, sin manipular variables ni tomar una muestra aleatoria; es de corte transversal porque los datos obtenidos se recogerán un solo momento, se analizan los diferentes datos de las variables que tienen que ver con la población y muestra.

Hipótesis

Hipótesis investigativa. Los estereotipos de belleza en las redes sociales repercuten de manera negativa en el autoconcepto físico de los estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín.

Hipótesis nula. Los estereotipos de belleza en las redes sociales no repercuten de una forma negativa en el autoconcepto físico de los estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín.

Población y muestra

La población de nuestro estudio son estudiantes universitarios, la muestra fue no probabilística por conveniencia porque es una población a la cual hay fácil acceso para la aplicación de los instrumentos, además de permitir un manejo de los parámetros de la investigación de manera flexible.

Se tomó una muestra de 417 personas jóvenes entre los 18 y 30 años pertenecientes a los estratos 1, 2, 3, 4 y 5 del área metropolitana del Valle de Aburrá, el 72.4 % de los participantes fueron mujeres, el 26.9% hombres y el .7% restante de la población no se identificó con ninguno de los dos sexos.

Criterios de inclusión

- Tener más de 18 años.
- Poder leer español.
- Vivir en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá (Antioquia).
- Ser estudiantes.
- Querer participar en el estudio y tener fácil el acceso al cuestionario.

Técnica de recolección de información

Se utilizan mediciones de autoinforme mediante una batería de instrumentos de evaluación conteniendo los siguientes instrumentos:

Un cuestionario que estuvo formado por una primera parte que mide la presión social en el autoconcepto físico por medio de cuatro subescalas: pares, familiares, de información y publicidad. Una segunda parte de un test que evalúa las actitudes socioculturales hacia la apariencia y está conformado por cinco subescalas.

Cuestionario CIAF. El Cuestionario de Influjos Socioculturales en el Autoconcepto Físico (CIAF) (González,2011), mide la presión social en el autoconcepto físico por medio de cuatro subescalas de presión social: pares, familiares, de información y publicidad, este instrumento se desglosa en 32 ítems y se califica en una escala tipo Likert entre 1 a 5 (desde nunca hasta con

mucha frecuencia) y cuenta con un coeficiente de confiabilidad de Cronbach de 0.87.

El instrumento es relevante para la investigación ya que cumple con el objetivo de identificar y analizar cómo afectan los estereotipos de belleza que están inmersos en las redes sociales a las mujeres estudiantes de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Las dimensiones que se evalúan en este instrumento son:

El poder de difusión del material sobre la autopercepción física, se presenta a manera de sensaciones como: zozobra, agobio, celos o anhelo de adquirir artículos promocionados, para lograr materializar una autoimagen que le deje mayor satisfacción o al menos, encaminar todos sus esfuerzos tanto psíquicos como comportamentales en una mejora significativa de su autopercepción física.

El influjo de la información escrita: consiste en la inclinación o la ansiedad que genera el material impreso en las personas, que hace que estas estén dispuestas a poner en práctica lo expuesto en estos tipos de medios escritos, para lograr lo que en ellos se manifiesta.

La presión de los seres cercanos: se identifica en todos estos diálogos que surgen de manera espontánea o no sobre asuntos relacionados al autoconcepto, donde manifiesta sus inquietudes, miedos, o deseos sobre la percepción física de un tercero, el cual puede ser o no influenciado por estos tipos de comentarios.

La fiabilidad del cuestionario CIAF y de sus escalas son: Cuestionario CIAF .8717, Escala de Publicidad .8968, Escala de Información .8648 y Escala de Entorno .7188.

La Escala de Riesgo de Adicción-adolescente a las Redes Sociales e Internet (ERA-RSI) es un instrumento que se desarrolló a partir de una investigación, realizada por Montserrat Peris, Carmen Maganto, & Maite Garaigordobil (2018), en donde analizaron sus propiedades psicométricas. Participaron 2417 jóvenes en edades desde 12 años a 17 años el (48% eran hombres) oriundos del país Vasco (España) el test consta de 29 preguntas que identifican la exposición a la adicción a internet integrado por cuatro dimensiones: síntomas de adicción, uso social, rasgos frikis y nomofobia. Se detalló en la forma en su confiabilidad y validez. Los resultados indicaron una consistencia interna de la escala en el alfa de cronbach de 90. Las correlaciones test retest en las preguntas del texto, oscilan entre r igual 76 y $r = 88$, indicando de esta manera un orden temporal de la prueba. Las jóvenes presentaron un rango más alto en las variables de síntomas de adicción, uso social y nomofobia respecto a los hombres. Mediante un análisis factorial

exploratorio se reconocieron cuatro factores: síntomas de adicción, uso social, rasgos frikis y nomofobia, en el 46.48% de la varianza. Se encontraron correlaciones positivas entre la adicción a redes sociales con neuroticismo, extraversión, desinhibición, narcisismo, ansiedad social y estilo de apego ansioso, así como relaciones negativas con autoconcepto y apego confiado. En síntesis, la ERA-RSI puede ser aplicada a jóvenes con una prueba de scream para detectar el riesgo de dependencia a redes sociales e internet en las dimensiones estudiadas.

Aspectos éticos

A continuación, se refieren los aspectos que cada participante en la investigación conoció y aceptó: Secreto profesional: Es una obligación de confidencialidad, que se asigna por la necesidad de que exista una absoluta confianza entre el investigador y quienes acuden a él. Es una forma de asegurar, proteger y no revelar una información que se ha obtenido a través de una relación de confianza.

Derecho a la información, devolución de resultados y rectificación: Los participantes tienen todo el derecho de pedir toda la información alusiva a la investigación en lo que corresponde a su participación, así como tiene derecho a la devolución de los resultados.

Remuneración: La investigación está hecha con fines académicos y en ese sentido, no recibirá ninguna remuneración por su participación.

Respeto a la intimidad: No se publicarán datos personales, que protegen la información personal y tendrán el cuidado debido de las bases de datos con el fin de no dar a conocer información que pueda ser sensible, regidos bajo la Ley Nacional 1581 de 2012 de protección de los datos personales.

Resultados

Los datos estadísticos fueron procesados a través del software IBM SPSS Statistics, que permite a los investigadores obtener y consultar datos, formular hipótesis, rápidamente y realizar procesos que ayudan a aclarar las relaciones que hay entre las variables e identificar tendencias.

Análisis sociodemográficos

Los resultados del estudio se realizaron mediante dos test validados en el contexto hispano, el primero llamado CIAF que evalúa el autoconcepto físico y el segundo llamado ERA-RSI, el cual mide la adicción a las redes sociales. los test fueron realizados por hombres y mujeres pertenecientes al área metropolitana del Valle de Aburrá

Sexo

El sexo que más participo en la encuesta con el 73% de respuestas fue femenino y el 27% de los participantes restantes pertenecen al sexo masculino.

Tabla 1.

Género con el que se identifican las personas encuestadas.

Sexo	Porcentaje
Femenino	73%
Masculino	27%

Tabla 2 .

Distribución de edad de las personas encuestadas.

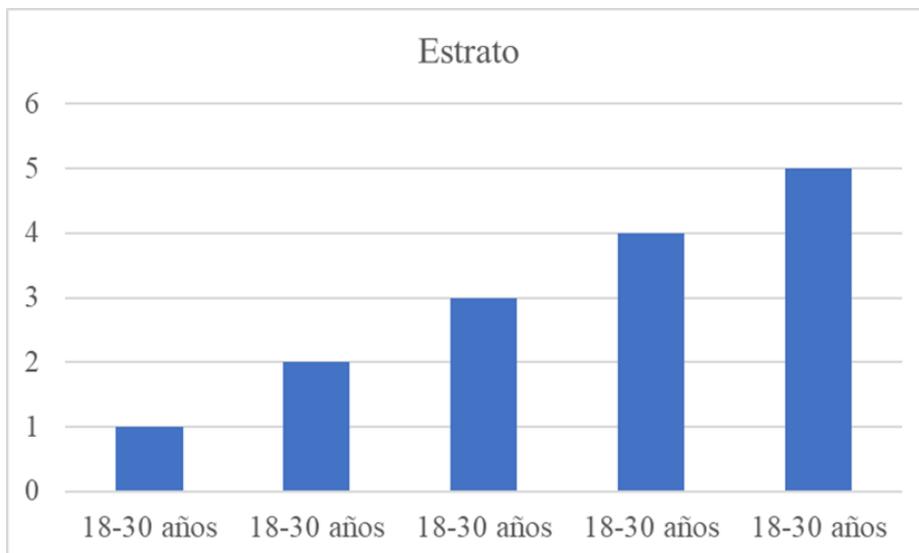
Rango de Edad	Porcentaje
18-23 años	53.8%
24-30 años	46.2%

Nota: Los porcentajes se calcularon en base al total de personas encuestadas.

De acuerdo con los datos, el 53.8% de los participantes se encontraba en el rango de edad de 18 a 23 años, mientras que el 46.2% pertenecía al rango de edad de 24 a 30 años. indicando así, que hubo una mayor representación de participantes en el rango de edad de 18 a 23 años en comparación con el rango de edad de 24 a 30 años.

Gráfico 1.

Distribución de participantes según rango de edad y estrato.



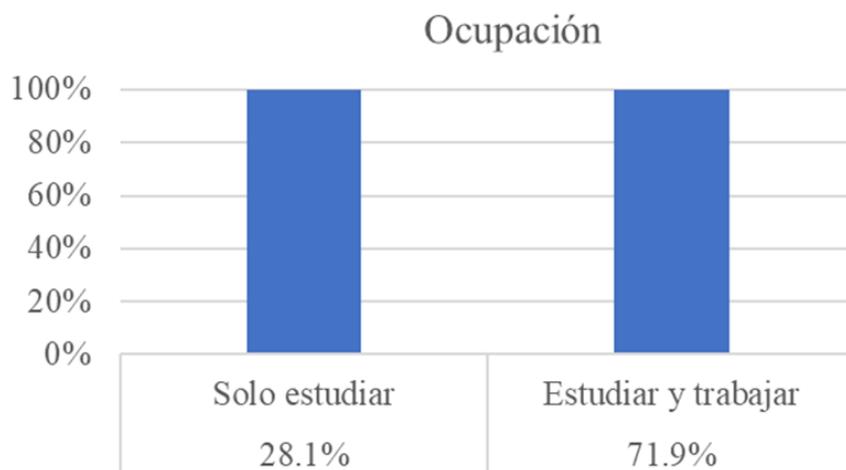
Nota: La tabla muestra la distribución de participantes según su rango de edad (18-30 años) y su estrato. Estos datos reflejan la muestra de 417 personas jóvenes pertenecientes a los estratos 1, 2, 3, 4 y 5 del área metropolitana del Valle de Aburrá.

Ocupación

La ocupación del 71.9% de los encuestados es estudiar y trabajar y 28.1% de la población solo estudia.

Gráfico 2.

Ocupación actual de las personas encuestadas.



Sector

En los resultados de la investigación, se encontró que Medellín es el sector al que más pertenece la población encuestada con un 71%, seguido del municipio de Bello con el 11% de la población encuestada por el contrario los sectores que menos participaron fueron el municipio de Barbosa con el 0.5% y Caldas con el 0.2% de la población encuestada.

Tabla 3.

Distribución del Estrato Socioeconómico de los Participantes.

Estrato Socioeconómico	Porcentaje	Acumulado
Estrato 2	48%	48%
Estrato 3	35.3%	83.3%
Estrato 1	10.3%	93.6%
Otros	6.4%	100%

Nota: Los porcentajes se calculan en base al total de participantes encuestados. El porcentaje acumulado muestra la suma acumulativa de los porcentajes hasta cada categoría.

El 48% de los participantes pertenecen al estrato socioeconómico 2, seguido del estrato 3 que ocupa 35.3% y 10.3% de los encuestados hacen parte del estrato 1.

Análisis de los test aplicados

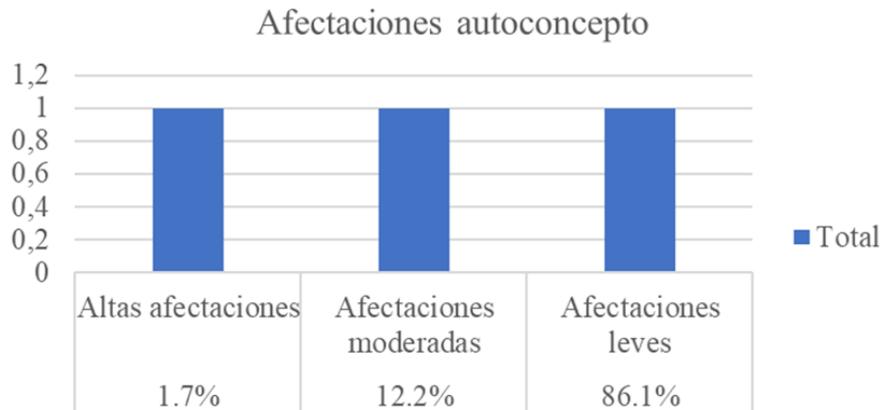
CIAF totalizado

Los resultados del cuestionario de Influencias socioculturales sobre el Autoconcepto Físico (CIAF), arrojaron que en general las personas encuestadas presentan incidencias frente al autoconcepto.

Los datos indican que el 86.1% de la población encuestada presenta afectaciones leves, seguido del 12.2% con afectaciones moderadas mientras que el 1.7% de la población presenta altas afectaciones en el autoconcepto.

Gráfico 3.

Niveles de afectaciones en el autoconcepto de la población encuestada.



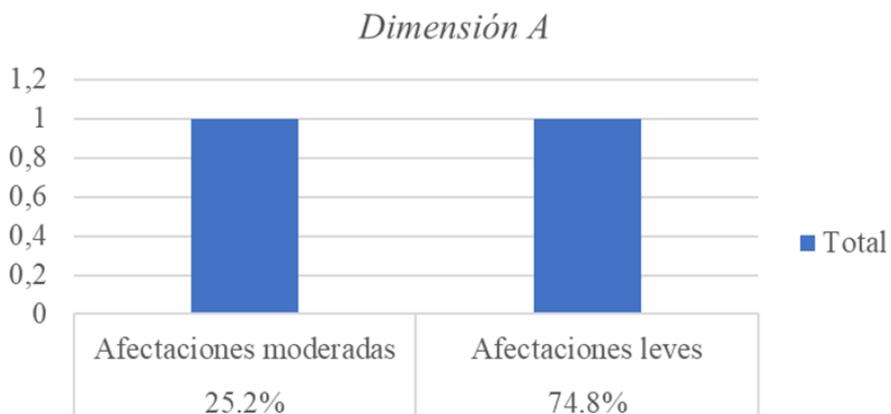
Nota: Estos resultados reflejan la distribución de los niveles de afectación en el autoconcepto en la muestra de la encuesta.

Dimensiones.

Dimensión A (atractivo publicidad). La dimensión A, está compuesta por cuatro ítems que evalúan algunos sentimientos que se pueden activar ante los modelos publicitarios, de acuerdo con la dimensión A, el 74.8 % de la población encuestada presenta afectaciones leves, seguido del 25.2% que presentan afectaciones moderadas y altas en los encuestados en la dimensión atractivo publicidad.

Gráfico 3.

Niveles de afectaciones en la dimensión A.



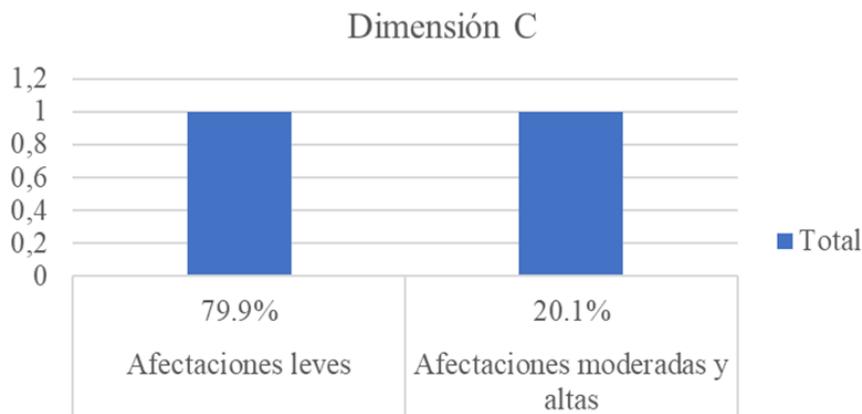
Nota: los datos reflejan la distribución de los niveles de afectación en la dimensión atractiva publicidad en la muestra de la encuesta.

Dimensión C (condición información). La dimensión C está compuesta por 7 ítems que se encargan de evaluar el nivel de atracción o de angustia producida por la información vista en revistas, libros o artículos frente a componentes de autoconcepto físico.

De acuerdo con esta dimensión, es importante destacar que el 79.9 % de la población encuestada presenta afectaciones leves y el 20.1% presenta afectaciones entre moderadas y altas de acuerdo con la dimensión condición información.

Gráfico 4.

Niveles de afectaciones en la dimensión C.

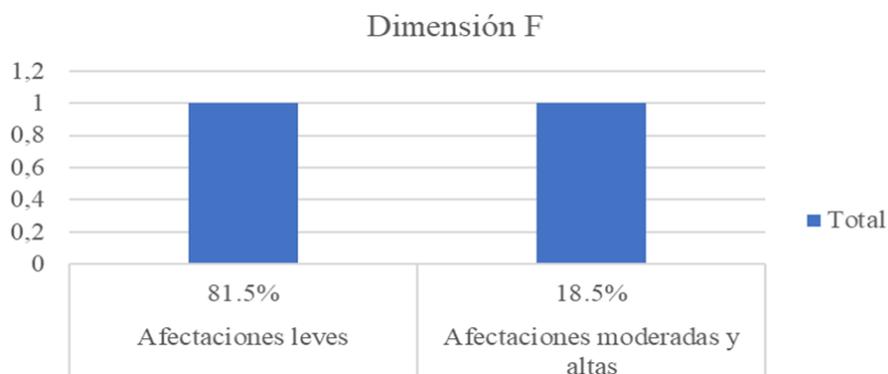


Nota: Estos datos reflejan la distribución de los niveles de afectación en la dimensión condición información en la muestra de la encuesta.

Dimensión F (Fuerza entorno). La dimensión F la componen 16 ítems, este evalúa la existencia de amigos o compañeros que están preocupados por su nivel de autoconcepto, el modelado de los padres, la atracción hacia conversación que van en relación al autoconcepto físico o comentarios negativos que suelen recibir. De acuerdo con los resultados de esta dimensión es importante resaltar que todas las personas encuestadas tienen afectaciones en dicha dimensión. El 81.5 % de la población encuestada presenta afectaciones leves. El 18.5% de la población encuestada presenta afectaciones moderadas y altas con respecto a la dimensión fuerza entorno.

Gráfico 5.

Niveles de afectaciones en la dimensión F.

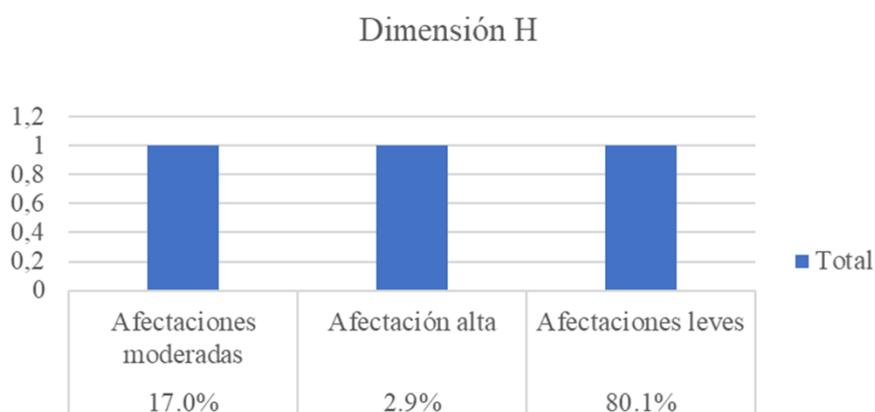


Nota: Los datos destacan la presencia de afectaciones en el entorno social en relación al autoconcepto físico en la muestra de la encuesta.

Dimensión H (Habilidad publicidad). La dimensión H la componen 5 ítems, este evalúa los sentimientos de angustia, envidia, deseo de cambios, etc. Los cuales se pueden activar ante los estímulos publicitarios, así como ante pensamientos de cómo alcanzar un mayor autoconcepto físico. De acuerdo con los resultados obtenidos en esta dimensión se puede destacar que el 80.1% de la población encuestada presenta afectaciones leves, mientras que el 17% de la población encuestada presenta afectaciones moderadas y el 2.9% afectación alta de acuerdo a la dimensión H.

Gráfico 6.

Niveles de afectaciones en la dimensión H.



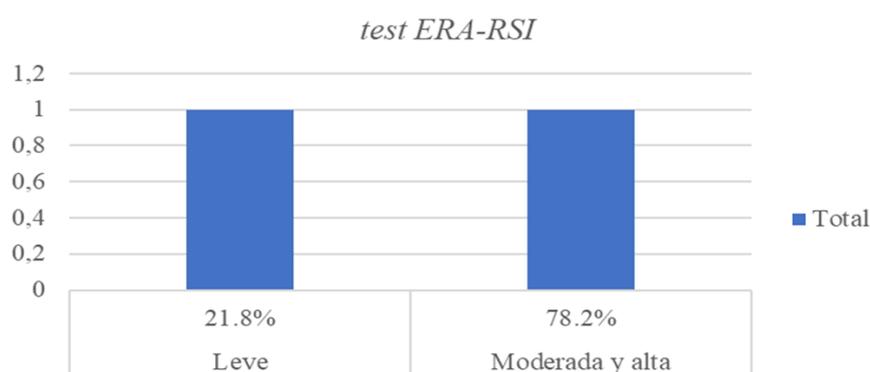
Nota: Los datos reflejan los niveles de afectación en la dimensión H en la muestra de la encuesta.

ERA-RSI totalizado

Los resultados del test ERA- RSI arrojaron que el 21.8% de la población encuestada presenta un riesgo de adicción a las redes sociales leve, seguido por el 78.2% de la población que presenta un riesgo de adicción entre moderada y alta.

Gráfico 7.

Niveles de riesgo de adicción a las redes sociales según el test ERA-RSI.



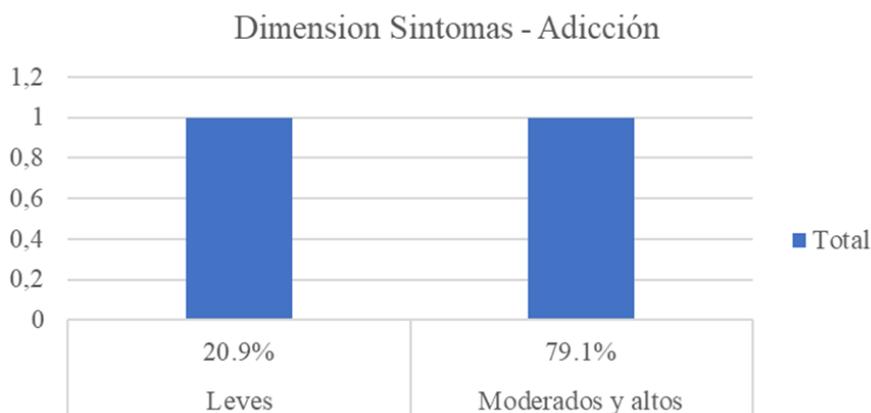
Nota: datos reflejan los niveles de riesgo de adicción a las redes sociales en la muestra de la encuesta, según los criterios evaluados por el test ERA-RSI.

Dimensiones.

Dimensión síntomas - adicción. Esta dimensión contiene 9 ítems que examinan conductas de adicción que no son tóxicas, como acceder a las RSI en cualquier lugar y hora, sentir enojo si tiene que prescindir de las RSI o perder horas de sueño por conectarse a las redes sociales, ver series o películas. Los resultados de esta dimensión, muestran que el 20.9% presenta síntomas de adicción a las redes sociales leves, seguido por el 79.1% de la población que presenta síntomas moderados y altos de adicción a las redes sociales.

Gráfico 8.

Niveles de síntomas de adicción a las redes sociales en la dimensión de conductas adictivas.

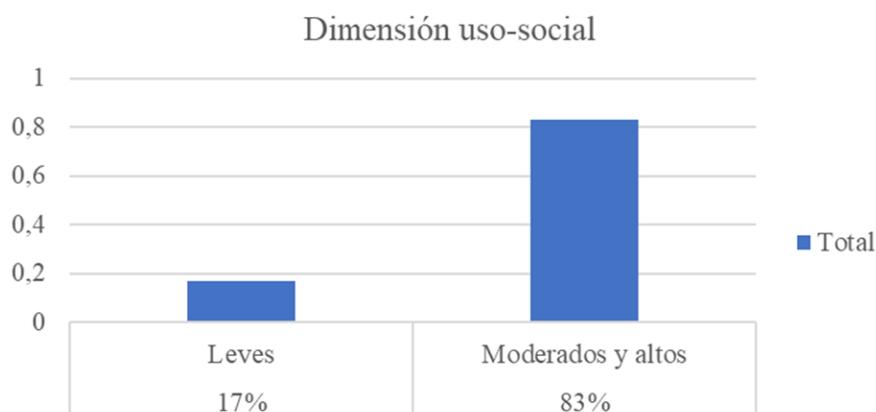


Nota: Los datos reflejan los niveles de síntomas de adicción a las redes sociales en la muestra de la encuesta.

Dimensión uso - social. La presente dimensión está compuesta por 8 ítems que evalúan comportamientos que son habituales de la socialización virtual, como ver el perfil de amigos o conocidos, usar el chat, comentar y reaccionar a publicaciones entre amigos. Los resultados de esta dimensión dicen que el 17% de los encuestados presenta síntomas leves en la dimensión uso- social, y el 83% de la población encuestada manifiesta síntomas moderados y altos en la dimensión uso- social.

Gráfico 9.

Niveles de síntomas en la dimensión uso-social en la socialización virtual.

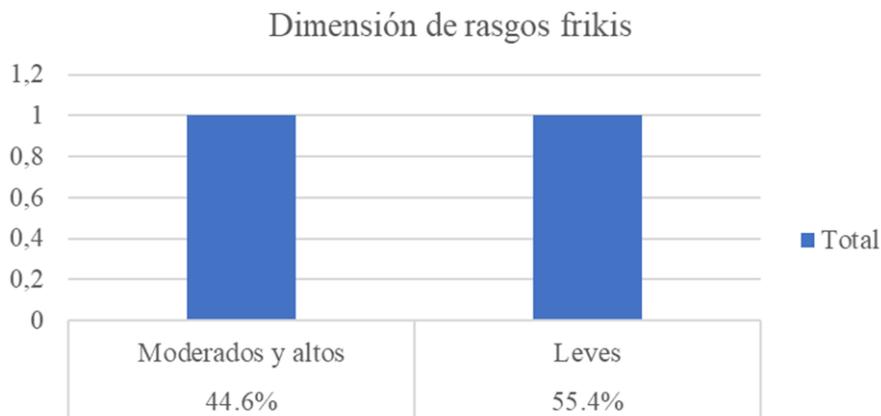


Nota: Los datos reflejan los niveles de síntomas en la dimensión uso-social relacionados con la socialización virtual en la muestra de la encuesta.

Dimensión Rasgos Frikis. La dimensión rasgos frikis está formada por 6 ítems que recogen aspectos propios como unirse a grupos con intereses específicos, jugar a juegos virtuales y de rol, así como también tener encuentros sexuales. Los resultados de esta dimensión, evidencian que el 55.4% de la población encuestada presenta rasgos frikis leves, seguido del 44.6% de la población que presenta rasgos frikis moderados y altos.

Gráfico 10.

Niveles de rasgos frikis en la dimensión de rasgos frikis.

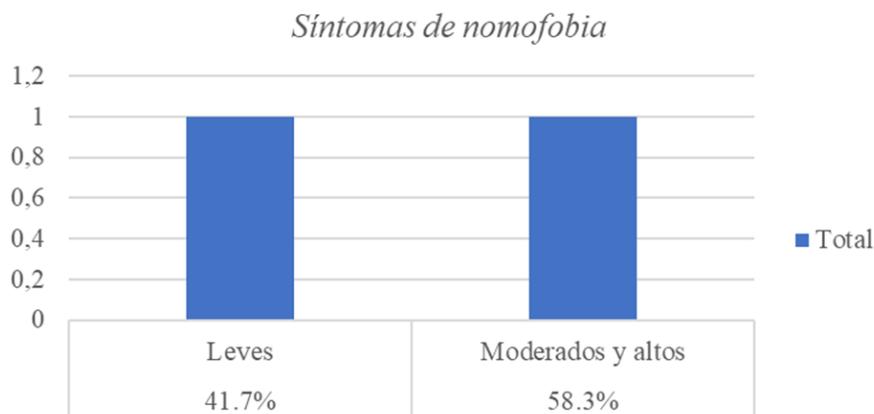


Nota: Los datos reflejan los niveles de rasgos frikis en la muestra de la encuesta.

Dimensión Nomofobia. Está agrupada por 6 ítems que se relacionan con la ansiedad y control en el uso del móvil. Los resultados de esta dimensión, arrojan que el 41.7% de la población encuestada presenta síntomas leves de nomofobia, sin embargo, el 58.3% de la población que presenta mayores síntomas de nomofobia.

Gráfico 11.

Niveles de síntomas de nomofobia en la dimensión de ansiedad y control del uso del móvil.



Nota: Los datos reflejan los niveles de síntomas de nomofobia en la muestra de la encuesta.

Análisis Correlacional

Para realizar las correlaciones se verifica inicialmente que los datos expuestos en la muestra fueran normales, los datos encontrados en el test que miden auto concepto no fueron normales, entonces se decide aplicar estadística no paramétrica.

Analizando los resultados en los candidatos con educación superior que están en un rango de edad de 18 a 25 años de la ciudad de Medellín se identifica una correlación significativa entre CIAF y el ERA-RSI de $Rho= 0.385$ y una significancia de $P= 0.00$.

Correlación de CIAF con las dimensiones del test ERA-RSI:

Analizando los resultados indican que el CIAF con la dimensión síntomas de adicción (Conducta adictivas) tiene una correlación significativa de $Rho= 0.365$ y una significancia de $P= 0.00$ esto quiere decir que a mayor insatisfacción con el auto concepto y autoimagen mayor conexión a las redes sociales y viceversa; con la dimensión uso social (Socialización virtual) tiene una correlación significativa de $Rho= 0.292$ y una significancia de $P= 0.00$ esto quiere decir que mayor insatisfacción con el auto concepto y la autoimagen mayor revisión de perfiles e interacciones con material fotográfico en redes sociales y viceversa; con la dimensión rasgos frikis (Unión a grupos de interés específico) tiene una correlación sin problema de $Rho= 0.240$ y una

significancia de $P= 0.00$ esto quiere decir que a mayor insatisfacción con el auto concepto y la autoimagen mayor incremento jugar virtualmente y de encuentros sexual por medios virtuales y viceversa; con la dimensión de nomofobia (Ansiedad y control del uso del móvil) tiene una correlación leve de $Rho= 0.337$ y una significancia de $P= 0.00$ esto quiere decir que a mayor insatisfacción con el auto concepto y la autoimagen mayor uso del dispositivo móvil.

Correlación de ERA-RSI con las dimensiones del test CIAF:

Analizando los resultados indican que él ERA-RSI con la dimensión A (Atractivo Físico) CIAF tiene una correlación leve de $Rho= 0.396$ y una significancia $P= 0.00$ a mayor adicción a las redes sociales peor percepción de la apariencia física propia seguridad y satisfacción por la propia imagen y viceversa; con la dimensión F (Fuerza) CIAF tiene una correlación leve de $Rho= 0.320$ y una significancia de $P= 0.00$ a mayor adicción a las redes sociales peor sensación de sentirse y verse fuerte y viceversa; con la dimensión C (Condición Física) CIAF tiene una correlación leve de $Rho= 0.300$ y una significancia $P= 0.00$ esto quiere decir que a mayor adicción a las redes peor forma física, resistencia y energía y viceversa; con la dimensión H (Habilidad Física) CIAF tiene una correlación leve de $Rho= 0.332$ y una significancia $P= 0.00$, esto quiere decir mayor adicción a las redes sociales peores cualidades y desenvolvimiento en la práctica de deportes y viceversa.

Análisis de los resultados

El valor de P calculado desde 0.000 y que es menor a al 0.01 ($0.00 < 0.01$) por lo que en este caso rechaza la hipótesis nula la cual alude a que los estereotipos de belleza en las redes sociales no repercuten de una forma negativa en la autoestima de las mujeres y aprueba la hipótesis alterna de que los estereotipos de belleza en las redes sociales repercuten de manera negativa en la autoestima de las mujeres. Indicando relación de las dimensiones expuestas a continuación según el grado de relación:

Tabla 4.

Dimensión A atractivo publicidad.

DIMENSIÓN	CORRELACIÓN	RHO	SIGNIFICANCIA DE P
DIMENSIÓN A ATRACTIVO PUBLICIDAD	Dimensión síntomas de adicción	0.396	0.00
	Dimensión uso social	0.289	0.00
	Dimensión rasgo frikis	0.203	0.00
	Dimensión nomofobia	0.365	0.00

Se presentan los hallazgos más relevantes de la tabla 1, como puede apreciarse, la dimensión A denominada Atractivo publicidad asociada a la dimensión Síntomas de adicción presenta una relación directa $\rho=0.396$ y significancia de $P=0.00$, mostrando una asociación leve entre cada dimensión. En ese mismo orden, la dimensión A relacionada con la dimensión uso social ($\rho=0.289$ y $P=0.00$) abordan una correlación leve y con la dimensión rasgo frikis baja ($\rho=0.203$ y $P=0.00$), así, la dimensión A, muestra en su relación con la dimensión nomofobia una asociación leve ($\rho=0.365$ y $P=0.00$).

Tabla 5.

Dimensión C condición información.

DIMENSIÓN	CORRELACIÓN	RHO	SIGNIFICANCIA DE P
DIMENSIÓN C CONDICIÓN INFORMACIÓN	Dimensión síntomas de adicción	0.250	0.00
	Dimensión uso social	0.235	0.00
	Dimensión rasgo frikis	0.233	0.00
	Dimensión nomofobia	0.240	0.00

En la dimensión C condición información todas las ρ s fueron moderadas a baja de la siguiente manera todas relacionadas con la dimensión C: la dimensión síntomas de adicción obtuvo un $\rho=0.250$ y $P=0.00$, la dimensión uso social $\rho=0.235$ y $P=0.00$, rasgo frikis $\rho=0.233$ y $P=0.00$ y la dimensión nomofobia $\rho=0.240$ y $p=0.00$.

Tabla 6.

Dimensión F fuerza entorno.

DIMENSIÓN	CORRELACIÓN	RHO	SIGNIFICANCIA DE P
DIMENSIÓN F FUERZA ENTORNO	Dimensión síntomas de adicción	0.318	0.00
	Dimensión uso social	0.222	0.00
	Dimensión rasgo frikis	0.190	0.00
	Dimensión nomofobia	0.301	0.00

Para la tabla 3 presenta las siguientes correlaciones según la relación entre la dimensión fuerza entorno y condición de información el rho más alto de 0.318 y P=0.00, así las dimensión uso social relacionada con la dimensión C generó un rho=0.222 y P=0.00. En cuanto a la dimensión Frikis rho=0.190 presentando una relación muy baja y p=0.00, la dimensión nomofobia rho=0.301 y p=0.00 ambas asociadas a la dimensión F

Tabla 7.

Habilidad publicidad.

DIMENSIÓN	CORRELACIÓN	RHO	SIGNIFICANCIA DE P
DIMENSIÓN H HABILIDAD PUBLICIDAD	Dimensión síntomas de adicción	0.297	0.00
	Dimensión uso social	0.294	0.00
	Dimensión rasgo frikis	0.209	0.00
	Dimensión nomofobia	0.281	0.00

Finalmente, para la tabla 4 las relaciones con respecto a la dimensión habilidad publicidad presentan correlaciones de rho con la dimensión síntoma de adicción 0.297 y P=0.00, con la dimensión uso social rho=0.294 y P=0.00, rasgo friki rho= 0.209 y P=0.00 Y la dimensión nomofobia rho=0.281 y P=0.00.

Las siguientes tablas establecen a continuación muestran las dimensiones del CIAF y el ERA-RSI que mayor grado de relación obtuvieron entre sí.

Tabla 8.

Correlaciones entre las dimensiones y los síntomas de adicción en el estudio.

DIMENSIÓN		rho	P
DIMENSIÓN A ATRACTIVO PUBLICIDAD	Dimensión síntomas de adicción	0.396	0.00
DIMENSIÓN C CONDICIÓN INFORMACIÓN	Dimensión síntomas de adicción	0.250	0.00
DIMENSIÓN F FUERZA ENTORNO	Dimensión síntomas de adicción	0.318	0.00
DIMENSIÓN H HABILIDAD PUBLICIDAD	Dimensión síntomas de adicción	0.297	0.00

La dimensión síntomas de adicción tuvo mayor significancia estadística con la dimensión atractivo publicitario.

Para este caso se establece que existe una relación entre las conductas adictivas que si bien no son patológicas propician emociones desagradables y puede generar afectaciones en las personas focalizadas en sentimientos e influencia de manera directa en el autoconcepto, de acuerdo a ello las personas buscan una constante de figuras de identificación afectado de manera directa de acuerdo a la etapa del ciclo vital y las interacciones en redes, las cuales se determinan por la constancia, permanencia e importancia que le establezcan al contenido que visualizan.

Tabla 9.

Correlación de la Dimensión Uso Social con otras dimensiones.

DIMENSIÓN		rho	P
DIMENSIÓN A ATRACTIVO PUBLICIDAD	Dimensión uso social	0.289	0.00
DIMENSIÓN C CONDICIÓN INFORMACIÓN	Dimensión uso social	0.235	0.00
DIMENSIÓN F FUERZA ENTORNO	Dimensión uso social	0.222	0.00
DIMENSIÓN H HABILIDAD PUBLICIDAD	Dimensión uso social	0.294	0.00

Nota: Los valores de correlación (rho) y significancia de p (P) representan la relación y la significancia estadística de la Dimensión Uso Social con las diferentes dimensiones evaluadas.

La correlación más significativa de la dimensión uso social se establece con la dimensión habilidad publicidad.

La correlaci3n de estas dos dimensiones constituye entonces el c3mo los estÍmulos publicitarios fomentan los sentimientos y comportamientos de las personas a su qu3 su vez interfiere en aspectos como la cognici3n, la socializaci3n y las nuevas interacciones y comunicaciones dentro de las cuales el lenguaje a trav3s de sÍmbolos cobra gran relevancia.

Tabla 10.

Correlaci3n de la Dimensi3n Rasgo Friki con otras.

DIMENSI3N		rho	P
DIMENSI3N A ATRACTIVO PUBLICIDAD	Dimensi3n rasgo frikis	0.203	0.00
DIMENSI3N C CONDICI3N INFORMACI3N	Dimensi3n rasgo frikis	0.233	0.00
DIMENSI3N F FUERZA ENTORNO	Dimensi3n rasgo frikis	0.190	0.00
DIMENSI3N H HABILIDAD PUBLICIDAD	Dimensi3n rasgo frikis	0.209	0.00

Nota: Los valores de correlaci3n (rho) y significancia de p (P) representan la relaci3n y la significancia estadística de la Dimensi3n Rasgo Friki con las diferentes dimensiones evaluadas.

Con respecto a la significancia, la dimensi3n condici3n informaci3n es la de mayor grado con respecto a la dimensi3n rasgo frikis. Estas dimensiones simplifican inicialmente el atrayente que implica el uso de canales de informaci3n, la autopercepci3n con aquello que se puede ver a trav3s los diferentes medios, a su vez que dentro de los aspectos físicos propios identificados con los dem3s en funci3n de "comparar", se formulan intereses e interacciones específicas que determinan la pertenencia por ejemplo a los grupos y los roles sociales en general.

Tabla 11.

Correlaci3n entre la Dimensi3n Nomofobia y otras dimensiones.

DIMENSI3N		rho	P
DIMENSI3N A ATRACTIVO PUBLICIDAD	Dimensi3n nomofobia	0.365	0.00
DIMENSI3N C CONDICI3N INFORMACI3N	Dimensi3n nomofobia	0.240	0.00
DIMENSI3N F FUERZA ENTORNO	Dimensi3n nomofobia	0.301	0.00
DIMENSI3N H HABILIDAD PUBLICIDAD	Dimensi3n nomofobia	0.281	0.00

Nota: Los valores de correlación (ρ) y significancia de p (P) representan la relación y la significancia estadística de la Dimensión Nomofobia con las diferentes dimensiones evaluadas.

Frente a la dimensión de nomofobia la relación mayor la presenta con dimensión atractiva publicidad. Estas dimensiones entonces evidencian cómo los sentimientos que generan los avisos publicitarios refuerzan emociones desagradables como la ansiedad, fomentando el uso de dispositivos como una necesidad constante y dentro de la cual se obtienen la realidad inmediata obviando quizá en entorno dentro del cual se está interactuando físicamente, lo anterior puede entonces afectar las relaciones interpersonales, generar ensimismamiento.

Discusión

El objetivo de la presente investigación fue identificar si existe afectación en el autoconcepto físico por los estereotipos físicos propuestos por las redes sociales en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín, la población de estudio estuvo constituida por 417 participantes entre mujeres y hombres. Los instrumentos utilizados para lograr los objetivos fueron el Cuestionario CIAF y La Escala de Riesgo de Adicción-adolescente a las Redes Sociales e Internet (ERA-RSI).

Para Rodríguez et al., (2021) en su estudio La imagen corporal y el autoconcepto en estudiantes universitarios, se evidenció que la cultura y la sociedad establecen lo que denominan como ideales estéticos, los cuales están estrechamente relacionado con los estándares de belleza, adoptando el concepto de belleza como "lo bueno", lo que es aceptado en mayor medida, de acuerdo a lo anterior, estos autores encontraron que la familia es una gran influenciadora de las percepciones estereotípicas de los individuos de su núcleo, dado que es a través de los diálogos, las opiniones y las verbalizaciones que se generan, las percepciones del sí mismo, acciones como los discursos negativos, generan en los niños y niñas inseguridades y se gestan actitudes y sentimientos de baja autonomía, baja autoestima y dificultades para la consecución de logros.

De acuerdo a lo anterior es así como cambios como la pubertad y variaciones en los mismos constituyen factores que propician la vulnerabilidad de los individuos, las características morfológicas que se salen de los estereotipos mayormente aceptados y que han sido opacados por las figuras

de autoridad de las familias también favorecen estos factores negativos y de auto percepción.

Con relación a los resultados del presente estudio, las dimensiones de atractivo de la publicidad y síntomas de adicción correlacionan aspectos hacia cómo la publicidad puede generar la necesidad de permanencia constante de las redes sociales, a su vez impactar en las percepciones frente al autoconcepto, de acuerdo al contenido al que se accede de manera constante. Adicionalmente, se encontró que los participantes del presente estudio son fuertemente influenciados cuando comparten espacio como los deportivos con sus pares y estos cumplen con estereotipos sociales.

Por su parte, Barreda-Parra et al., (2022) encontraron que los estereotipos focalizados hacia hombres establecen una recepción mayormente negativa que la de las mujeres, sin embargo, estas últimas reciben socialmente adjetivos calificativos que minimizan en mayor medida en comparación con los hombres. En ese orden de ideas además de los calificativos, se encontró que las conductas masculinas se encuentran orientadas hacia la agresividad y el maltrato el cual no se les permite a las mujeres dado que estas son reconocidas como sumisas y desquiciadas.

La auto percepción estereotípica de hombres y mujeres también tiene mucho que ver con el tipo de situaciones en las que se desarrolla. La mayor población participante del presente estudio son de la ciudad de Medellín, este contexto está permeado por una gran influencia de la moda y de un modelo sociocultural de mujer delgada, mayormente vanidosa, voluptuosa con un grado de feminidad evidente, las publicidad también focaliza sus puntos visuales en estas características lo que genera que constantemente se conviertan en los modelos casi únicos de mujer o de aquello que “mejor” la representa, esto influye mayormente en mujeres que no cumplen este tipo de características físicas o conductuales generando un posible malestar asociado a la disminuida compaginación con el contexto.

Lo anterior coincide con lo que expresa García-Ochoa (2010) en el cual se consideró que las campañas publicitarias generan un ideal de cómo verse, de cómo debe establecerse la forma de su cuerpo fomentando así cuerpo con extrema delgadez. En la misma linealidad el estudio de Mayo et al., (2019) en el cual buscaron conocer el acceso no regulado a internet y analizar la auto percepción de su imagen en las redes sociales en adolescentes, encontraron que de acuerdo al contexto y a la cultura existen diferencias de la auto percepción.

Por otro lado, es importante evidenciar que en los porcentajes emergentes asociados con el uso de dispositivos (nomofobia), fue de más de

la mitad de la población abordada, la relación de esta dimensión tuvo mayor correlación con la dimensión de atractivo de la publicidad, lo que sugiere la influencia directa de la publicidad con el uso y abuso de redes sociales. Sin embargo, en el estudio de Vera y Vianca (2020) en el cual determinaron la relación entre la nomofobia y el autoconcepto en estudiantes encontraron que no existe relación entre estas dos variables.

Con respecto al autoconcepto Díaz (2019) realizó en su investigación el vínculo del concepto de sí mismo con el manejo de las redes sociales en adultos, los resultados arrojaron que, aunque existe relación positiva entre autoconcepto y el manejo de redes sociales entre la dimensión familiar y social, no existen relaciones significativas a diferencia de la dimensión emocional. En esta investigación, las dimensiones que mayor valor emocional se encuentran asociadas a la dimensión de nomofobia, dimensión de usos social, las cuales se correlacionaron mayormente con dimensión a atractivo publicidad y dimensión habilidad publicidad, estas relaciones son fuertemente influyentes en las emociones de las personas y pueden establecer síntomas como la ansiedad, la frustración entre otros.

Conclusiones

En el presente estudio se concluye que, si existe afectación en el autoconcepto físico por los estereotipos establecidos en las redes sociales en estudiantes jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín, dado que el total de la población en algún momento tuvo influencia de la publicidad con respecto a su cuerpo, además de ello la cultura se convierte en una fuerte influencia que determina el cómo deben establecerse este tipo de estereotipos.

Con respecto cumplimiento del primer al primer objetivo específico el cual fue conocer el nivel de uso y adicción de las redes sociales en estudiantes universitarios se concluye que la población participante pasa más de 4 horas diarias en las redes sociales y que estas guardan fuerte influencia en la manera de interactuar con el contexto, ya que permiten la identificación de aspectos propios de cada individuo, incluso personalizando y limitando el contenido de acuerdo a las características propias y no a una generalidad. Aunque actualmente se han diversificado ampliamente los contenidos a los cuales se puede tener acceso en las redes sociales, generar una adicción a las mismas puede intervenir en emociones y sentimientos influyentes de manera positiva y/o negativa en los individuos.

Se concluye además que el uso y adicción a las redes media las diferentes esferas (trabajo, estudio, familia) además, emerge malestar sentido en caso de no poder utilizar las RSI, es decir afecta las diferentes esferas. Las familias han normalizado el uso excesivo de redes sociales, la constante interacción de estos medios se ha convertido en una necesidad, conocer personas nuevas, adquirir material de temas como la sexualidad y gustos personales, adicional de que según la población que participó de estudio las redes sociales también permite un acercamiento más inmediato.

De acuerdo al tercer objetivo el cual buscó el reconocimiento del grado de afectación del autoconcepto físico por estereotipos no está del todo definido en la población participante, dado que los porcentajes entre la información publicitaria y la aprobación de su influencia de manera negativa y/o positiva es mayormente evidente de acuerdo a otro tipo de interacciones como el de los pares y la familia y no estrechamente con lo que ven en redes, si bien este tipo de contenido influye, se muestra mayor afectación de la percepción del autoconcepto físico por las interacciones directas asociadas a espacios en los cuales los estereotipos cumplen con los establecidos por las generalidades pero con una influencia en generar cambios propios muy marcada a través de esas figuras de identificación.

Finalmente, al verificar si existe correlación entre el uso y abuso de las redes sociales y el autoconcepto físico se encontró que si existe correlación entre estas variables (dimensiones).

Referencias

- Almonacid Paredes, L. F., & Herrera Gallardo, A. A. (2015). *Estrategias de marketing digital y su influencia en el posicionamiento de la empresa MCH Grupo Inmobiliario SAC en el distrito de Trujillo 2015*. Universidad Privada Antenor Orrego. <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/1405>
- Alonso, M. S. L. (2017). Análisis del orden en el que el autoconcepto, la autoestima y la autoimagen deberían aparecer en el proceso de maduración personal para alcanzar el bienestar emocional. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 1(2), 257-264.
- American Psychiatric Association (APA) (2013). *DSM-5. Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th Ed)*. Washington, D.C.
- Amossy, R., & Pierrot, A. H. (2020). *Estereotipos y clichés*. Eudeba.

- Barreda-Parra, A., Peña-Téllez, N., Y Yana-Calla, V. (2022). Estereotipos de género: autopercepción de estudiantes universitarios. *Santiago*, (157), 271-284.
- Barrio, J. (2017). La influencia de los medios sociales en el consumo. La función prescriptiva de los medios en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid] <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42339/1/T38702.pdf>
- Celaya, J. (2008). *La empresa en la Web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Díaz Blázquez, M. (2019). Relación del autoconcepto con el uso de las redes sociales en adultos. Comillas Universidad Pontificia. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/53400>
- Dörr Álamos, A. (2005). Estudio comparativo de autoconcepto en niños de diferentes niveles socio económico. Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/105977>
- Fernández-Zabala, A., Goñi, E., Rodríguez-Fernández, A., & Goñi, A. (2015). Un nuevo cuestionario en castellano con escalas de las dimensiones del autoconcepto. *Revista Mexicana de Psicología*, 32(2), 149-159. <https://www.redalyc.org/pdf/2430/243045364005.pdf>
- García Murillo, A. C. y Puerta-Cortés, D. X. (2020). Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (59) 27-44. doi: <https://doi.org/10.35575/rvucn.n59a3>
- García, F., & Musitu, G. (1999). *Autoconcepto forma 5*. Madrid: Tea.
- García-Ochoa, Y. C. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Icono* 14, 8(3), 11. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3733419>
- Gonzales, D. L. (2019). Autoconcepto, una revisión del constructo. *Scientia et Fide*, 1(1), 29-33. <https://usel.edu.pe/revistas/index.php/ojsusel/article/view/6/5>
- González, F. O. (2011). *La presión sociocultural percibida sobre el autoconcepto físico: naturaleza, medida y variabilidad*. Editorial de la Universidad del país Vasco.
- Hallet, E. (2020). Filtros de instgram: “necesitamos ver más piel real” la modelo que hace campaña para limitar embellecedores de fotos, BBC <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54082424>

- Han, B. C. (2015). *La salvación de lo bello*. Herder Editorial.
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Rev. Reflexiones*, 91(2), 121-128.
- Lamoutte, E. M. C. (1993). El desarrollo del concepto de sí mismo en la teoría fenomenológica de la personalidad de Carl Rogers. *Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 46(2), 177-186.
- López, S. (2009). "Publicidad e identidades: cuando la publicidad favorece la igualdad de género". En: La representación de género a la publicidad del siglo XXI. http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/comunicacions/pdf/09_Publicidad_e_identidades_Cuando_publicidad_favorece_igualdad_de_genero.pdf
- Luna, N. C., & Molero, D. (2013). Revisión teórica sobre el autoconcepto y su importancia en la adolescencia. *Revista Electrónica De Investigación Y Docencia (REID)*, (10). Recuperado a partir de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/reid/article/view/991>
- Mamani Andrade, L. (2018). *Autoconcepto y adicción a las redes sociales en los estudiantes de 16 a 18 años del colegio La Merced*. Repositorio Institucional Universidad Mayor de San Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/6533/browse?value=Mamani+Andrade%2C+Ximena+Lizeth&type=author>
- Mayo, I. C., Gago, A. R. A., y Pinto, A. R. (2019). Acceso no regulado a internet y autopercepción de su imagen en las redes sociales. *Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, 19(1), 174-209. <https://doi.org/10.30827/eticanet.v19i1.11866>
- Mejía Calle, D. (2018). *Representaciones sociales sobre ideales de belleza en redes sociales y su relación con el autoconcepto físico: estudio de caso con jóvenes universitarias de la ciudad de Medellín* (Bachelor's thesis, Psicología). <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/13816>
- Monbourquette, J. (2008). Autoestima y cuidado del alma De la estima de Sí a la estima de Sí. 4to ed. Bunum.
- Monserrat, P. et al (2018). 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*, 5(2), 30-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6399729>

- Murolo, L. (2009). Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuestos por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad. *Question*, 1(22). <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/764/666>
- Navarra Archivos. (2013). Redes profesionales, Sección de orientación, Navarra. <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/7BEB04BC-B3A4-4DF3-911A-D665756A4B22/258302/LasRedesprofesionales.pdf>
- Ojeda-Martín, Á., López-Morales, M., Jáuregui-Lobera, I., & Herrero-Martín, G. (2021). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of negative and no positive results*, 6(10), 1289-1307. <https://dx.doi.org/10.19230/jonnpr.4322>.
- Parejo, R. P. (2006). El canon de belleza a través de la Historia: un método de descripción de personas para alumnos de E/LE. *Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid*.
- Acosta Rodríguez, D. E., Ramírez Cuasapud, A., & Ortiz Patiño, J. (2021). *La imagen corporal y el autoconcepto en estudiantes universitarios de la Universidad Cooperativa de Colombia-sede Santiago de Cali*. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/items/c3c4ffa8-a5ae-42e9-ac39-d2a8cbfe142e>
- Rojas-Torrijos, J. L., & Panal Prior, A. (2017). El uso de Instagram en los medios de comunicación deportivos. Análisis comparado de Bleacher Report, L'équipe y Marca. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 38, 1-19. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16853353005>
- Torras Ferrando, L. (2021). Filtros de Instagram ¿Cómo afectan en la autoestima de los jóvenes? (Trabajo de grado, Universidad Autónoma de Barcelona). <https://ddd.uab.cat/record/248711>
- Torres, A. (2018). Ideal de belleza femenino en instagram: una reflexión personal desde la ilustración. *Para optar por el grado en Bellas Artes. Universidad Politécnica de Valencia*.
- Turner, J. C. (1990). *Redescubrir el grupo social: una teoría de la categorización del yo*. Ediciones Morata.
- Vera, P., y Vianca, Luisa. (2020). Nomofobia y autoconcepto en estudiantes de Ingeniería de una Universidad Privada de la Ciudad de Huancayo-2020. Universidad Peruana Los Andes. <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/1940>

Redes sociales, adicción al internet y su relación con la modificación de la atención sostenida en estudiantes del Tecnológico de Antioquia

Por Mariluz Cano García,
Daniel Castaño Bermúdez**, Daniel Felipe Montoya Giraldo**,
Isabel Cristina Restrepo Ramírez***

Resumen

En este artículo se buscó una correlación entre el uso adictivo de las redes sociales y la modificación de la atención sostenida. La población de esta investigación es estudiantes del Tecnológico de Antioquia. Se obtuvo una muestra de 40 hombres y 60 mujeres (39,2% y 58,8%), edad $M=21$ $DE=2.8$). Se busca identificar la relación que se presenta entre el consumo abusivo de las redes sociales y la disminución o modificación de la atención sostenida en población estudiantil activa del TdeA. Se emplean mediciones de auto informe mediante una batería de instrumentos de evaluación empleando los siguientes: Un cuestionario que estuvo formado por una primera parte de carácter sociodemográfico y de clasificación de población; en una segunda parte se ejecutó una prueba llamada test de atención D2, posterior entonces al "test social media addiction scale-student form(smas-sf)" los cuales se aplicaron de manera masiva; luego se tomaron los resultados los cuales fueron analizados por un software de evaluación estadístico SPSS versión 26. Los resultados que se obtuvieron dos coeficientes de correlación significativos $-.231^*(TOT)$ y $-.247(CON)^*$ entre los resultados del test smas-sf y el test D2, Esto presenta la existencia de una correlación entre ambos resultados.

Palabras clave: Atención, adicción, redes sociales.

*PhD Psicología. Docente investigador. Tecnológico de Antioquia.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: mariluz.cano@tdea.edu.co

Abstract

This article aimed to find a correlation between addictive use of social media and the modification of sustained attention. The population of this research consisted of students from the Technological University of Antioquia. A sample of 40 men and 60 women was obtained (39.2% and 58.8% respectively), with a mean age of 21 and a standard deviation of 2.8. The objective was to identify the relationship between abusive use of social media and the decrease or modification of sustained attention among the active student population of TdeA. Self-report measurements were used through an evaluation instrument battery, including the following: a questionnaire consisting of a first part focused on sociodemographic characteristics and population classification; in a second part, a test called the D2 attention test was performed, followed by the "social media addiction scale-student form (smas-sf)" test, which were applied extensively. The results were then collected and analyzed using the statistical evaluation software SPSS version 26. The obtained results showed two significant correlation coefficients, $-0.231^*(TOT)$ and $-0.247(CON)$, between the results of the smas-sf test and the D2 test. This indicates the existence of a correlation between both sets of results.

Key words: Attention; addiction; social media platforms.

Introducción

En el presente artículo se busca evidenciar las repercusiones que tienen las redes sociales y develar si se presentan afecciones a nivel cognitivo en las capacidades atencionales de las personas. Se ha hecho una revisión en la cual se ha podido verificar que la población adolescente es más propensa a desarrollar patologías tales como dificultades de salud mental y déficits atencionales, problemas de conducta y desarrollo anormal de la personalidad por el uso y abuso de estas herramientas tecnológicas (Carr., 2011).

Giraldo et al., (2021) mencionan que la sobreproducción de dopamina a través de la estimulación propia de la exposición a las redes, hace que se genere una dependencia ya que esta estimulación prolongada hace que esta área cerebral necesite aún más estimulación para la satisfacción de dopamina, desarrollando además de la dependencia se puede presentar sintomatología relacionada al síndrome de abstinencia, pérdida de control, ansiedad y procrastinación en personas adictas a internet (p.p 60-61)

Otros estudios refieren que la exposición prolongada a las pantallas tiende a afectar, sus funciones cognitivas tales como la atención y la memoria que les proporcionan o más bien, les bombardean excesos de información de temáticas diversas. Un ejemplo de esto son los estudios realizados acerca de los efectos nocivos de las pantallas digitales (LED y tubos de rayos catódicos) a los ritmos normales de sueño, esto debido a la sobre estimulación a la que se expone el cerebro, así, a mayor exposición, mayor afectación (Soto Torres & et al., 2021).

De la Iglesia et al. (2020) hicieron un estudio en Galicia con el fin de identificar qué uso le daban los jóvenes a las redes sociales y herramientas TIC, el cual señaló que el uso más común entre dichas aplicaciones era para estar conectados en las redes sociales más que para el uso académico. Dicho estudio también menciona un posible riesgo a que los mismos alumnos pueden generar una dependencia a las redes sociales.

En 2018 La Universidad Nacional Autónoma de México hizo una investigación donde se evidenció que cerca de un 89.2% de los estudiantes consumen internet sin provocar perjuicios en ellos, cerca de un 10.9% suelen tener un consumo adictivo perjudicial y cerca de un 2% tiene un problema significativo de adicción a internet. Estos valores coinciden con que cerca del 11% tienen conductas desadaptativas que llegan a afectar sus relaciones interpersonales (Bernal & et al, 2018, p. 50).

Schou, et al, (2018) identificaron que la adicción a plataformas de redes sociales o medios de comunicación electrónicos y a videojuegos se encuentran relacionados a síntomas asociados a trastornos psiquiátricos. El uso obsesivo o adictivo de las redes sociales fue positivamente asociado con características tal como pertenecer al sexo femenino, estar soltera y ser joven, con sintomatología o diagnóstico de TDAH y TOC, ansiedad y niveles bajos de depresión; de igual manera, se asoció el abuso y la adicción de videojuegos con características como ser del sexo masculino, ser soltero, joven, a las condiciones como son el TDAH, TOC y depresión. Esto también está inversamente relacionado con la presencia de sintomatología de ansiedad. Esto nos abre a la posibilidad de que los adolescentes y adultos jóvenes con una o múltiples de estos rasgos podrían ser el objetivo con el fin de prevenir la adicción por consumo de contenido online y agudizar los síntomas de otras patologías como TDAH, TOC y depresión (p. 18).

Odriozola (2012) en su investigación menciona los diversos factores nocivos y beneficiosos que tiene la exposición a las redes y al internet como tal. Abarca temas como las señales de alerta para la dictaminación de la adicción a las redes tales como la privación o la nulidad del sueño por estar conectados a la red, las características de la personalidad como la

impulsividad o la búsqueda de estímulos y la flaqueza emocional entendida como la disforia anímica o la carencia de afecto en un entorno cercano (p. 440). Se concluye que es probable que el uso excesivo al internet y las redes sociales puede considerarse como presencia de otra adicción o de otras patologías tales como el TDA, TDAH, fobia social o TOC (p.444).

Metodología

La población de nuestro estudio son estudiantes del Tecnológico de Antioquia. Se les ejecutaron los test a 192 personas, de las cuales se escogieron 100 y se descartaron 92 personas por criterios de selección. El tipo de muestra fue no probabilístico por conveniencia, gracias a la facilidad de acceso a la población por trabajo previo con esta institución. La población participante se dividió en 60 mujeres y 40 hombres. Entre las personas participantes se obtuvo un rango de edades compuesto entre los 18 a los 30 años.

Se busca obtener datos para establecer la correlación que se presenta entre las variables de adicción a las redes sociales y el nivel de la atención sostenida y alternante en los estudiantes activos del TdeA. Se emplean mediciones de autoinforme mediante una batería de instrumentos de evaluación empleando los siguientes:

Un cuestionario que estuvo conformado por una primera parte de carácter sociodemográfico y de clasificación de población; en una segunda parte se ejecutó una prueba llamada test de atención D2, posterior entonces al el "test social media addiction scale-student form"(Smas-sf) los cuales se aplicaron de manera masiva; luego se tomarán los resultados los cuales serán evaluados por un software de evaluación estadístico (SPSS) 26.

El test D2, es un test de tiempo controlado que mide la atención selectiva y alternante, mediante la actividad de cancelación; con este test también logramos medir la velocidad del procesamiento, la adaptación a seguir instrucciones y la manera en que se realiza una tarea de estímulos visuales similares. Cuenta con 14 filas con 64 caracteres dando un total de 658 ítems.

Este test requiere de un tiempo de ejecución de 8 a 10 minutos aproximadamente, Se puede aplicar a personas en las etapas de la infancia a partir de los 8 años, adolescencia y adultos. El test D2 obtiene resultados en el coeficiente del alfa de Cronbach y de fiabilidad de test-retest con el rango de 0.90 a 0.97.(Pawlowski. 2020)

El test "Social Media Addiction Scale-Student Form" (SMAS-SF), elaborada por Sahin (2018) y adaptado al contexto latinoamericano, concretamente al mexicano (Cabero-Almenara, J. & et al, 2020), consta de 29 ítems que indagan acerca de la necesidad de estar conectados en redes, de la percepción de terceros acerca del consumo propio de contenido de redes y otras situaciones que se derivan del mismo. Se califica de la siguiente manera:

- S = Satisfacción por estar conectado a las redes sociales
- P = Problemas
- O = Obsesión por estar informado
- N = Necesidad/Obsesión de estar conectado

El coeficiente interno de consistencia (coeficiente alfa de Cronbach es de 0.93 para toda la escala y en valores que regían entre 0.81 a 0.86 para los sub-factores (Sahin, 2018).

Este test ha sido utilizado por diversas investigaciones tales como trabajos referentes al uso redes sociales, tal como el estudio de Cabero et al (2020) e investigaciones de adicción relacionadas a la dependencia redes sociales como el estudio de Cabero et al (2020).

Aspectos éticos

En esta investigación se hará que los participantes firmen un consentimiento informado, al ser firmado este permitirá el uso de los datos obtenidos durante la investigación los cuales serán usados de manera privada, y como equipo investigativo se mantendrá el secreto profesional, ya como una obligación de confidencialidad, por la cual se sostendrá tal como éste impone, un grado de integridad ante la ante los practicantes, estos buscaran el acto de proteger la información y no revelar datos de carácter privado (ley 1090, 2006).

Los participantes conscientes de que serán voluntarios para brindar y participar en los medios de recolección de información, tendrán total derecho a decidir en cualquier momento no participar en las pruebas o en casos particulares, dejar de hacer parte de la investigación como tal; estos no recibirán remuneración alguna por parte del equipo investigativo del Tecnológico de Antioquia.

Los miembros de este equipo parten del acompañamiento de una docente de psicología encargada del proceso de trabajo de grado y otra docente encargada de guiar la práctica profesional; en cualquier momento se les brindará la información y datos personales de las personas involucradas

tal como es planteado en la ley Nacional 1581 de 2012 de protección de los datos personales.

Resultados

Información sociodemográfica

Con respecto a la facultad del Tecnológico de Antioquia a que pertenecen, se puede evidenciar que la facultad con mayor cantidad de participantes es la facultad de ciencias sociales y educación con 50 participantes (49,0%), seguida por la facultad de ingeniería con 24 participantes (23,5%), la facultad de ciencias administrativas y económicas con 18 participantes (17,6%) y la facultad de derecho y ciencias forenses con 8 participantes (7.8%).

Tabla 1.

Distribución de participantes por facultad - Tecnológico de Antioquia.

Facultad	Cantidad	Porcentaje	Acumulado (%)
Ciencias Sociales y Educación	50	49%	49%
Ingeniería	24	23,5%	72,5%
Ciencias Administrativas y Económicas	18	17,6%	90,1%
Derecho y Ciencias Forenses	8	7,8%	97,9%
Otras Facultades	2	2%	100%

Tabla 2.

Distribución de participantes por género.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Hombres	40	39,20%
Mujeres	60	58,80%
Otro/No especificado	2	2,00%
Total	102	100,00%

La tabla muestra la distribución de participantes según su género. Se encuestaron un total de 102 personas, de las cuales 40 son hombres, representando el 39,20% de la muestra. Por otro lado, se contabilizaron 60 mujeres, lo que equivale al 58,80% de la muestra. Además, hay 2 participantes que no se especificaron en términos de género u otra categoría, lo que representa el 2% restante.

Tabla 3.

Distribución de participantes por estrato.

Estrato	Cantidad	Porcentaje	Acumulado (%)
1	16	15,7%	15,7%
2	38	37,3%	53%
3	43	42,2%	95,2%
4	3	2,9%	98,1%
5	1	0,5%	98,6%
Otros	1	1,4%	100%

Entre los estudiantes activos a los que se le realizó los test y encuesta de caracterización se presenta estratos de 1 a 5 se observó que el 15,7%, el 37,3%, 42,2%, 2,9% y el 0,5% (M=2, Ds=0,77) estos siendo individuos

pertenecientes a los estratos 1, 2, 3, 4, 5; la cantidad de mujeres que participaron en el estudio es de 60 y de 40 hombres siendo estos el 58,8% y 39,2% de la población correspondientemente.

En la media, en los resultados del test D2 TOT, CON y VAR los cuales fueron 450,470; 165,290; 17,800 respectivamente estos en comparación con los baremos establecidos por el manual del test D2 de población de personas adultas de 18 a 88 el valor de la media de TOT equivale al PC 55, el de CON es relacionable con el PC 45 y VAR equivale al percentil 75 todos los tres valores equivalen al valor promedio de la población. tal como se puede ver en la tabla 4.

Tabla 4.

Resultados de puntaje test de adicción a redes y test de atención.

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
SMAS-SF	100	64,00	136,00	78,8000	13,18018
TOT	100	176,0	626,0	450,470	96,5139
CON	100	33,0	282,0	165,290	54,8224
VAR	100	4,0	47,0	17,800	9,2518
N válido (según lista)	100				

En la tabla 5 demuestra que al realizar una evaluación correlacional a partir del sistema de correlación no paramétrica RHO de Spearman por medio del software estadístico SPSS 26 entre los resultados del test de adicción de SMAS-SF y los resultados de la variable TOT y CON del test de atención D2. Tal como se observa en la tabla 1.2 se puede observar la presencia de un coeficiente de correlación significativa, estos siendo respectivamente $-0,231^*$ (TOT) y $-0,247^*$ (CON)*, al ser estos coeficientes negativos presentan una caracterización en la cual se encuentra que ambos aumentan de manera inversamente proporcional a los resultados del test smas-sf.

El valor de la media del test de adicción fue de 78,8000 está siendo una prueba Likert se puede considerar que la media se presenta dentro de los valores altos del grado de adicción. En el Test de atención D2 en el valor de TOT se pudo identificar que con respecto a los baremos de la guía: el 12% de

la población tuvo un rendimiento muy bajo con respecto a los valores promedio, 13% tuvo un rendimiento bajo, El 37% tuvo un rendimiento dentro de los valores promedios y el 26% de la población presentó valores altos y un 12% puntajes muy altos un valor por encima de los valores promedio. En los valores CON la población tuvo los siguientes resultados: el 11% tuvo un puntaje muy por debajo de los valores promedio, 16% obtuvo puntajes bajos, un 33% tuvieron un valor dentro de los valores promedio y el 16% de la población obtuvieron un valor más alto a los valores promedio y un 10% presentaron puntajes muy altos. En los resultados del coeficiente VAR se evidencio que: el 8% obtuvo resultados muy bajos, el 14% valores bajos, 26% puntajes dentro del promedio, 34% puntajes altos, y 18%. En el Test de Adicción a Redes Sociales la población encuestada obtuvo los siguientes resultados: El 46% obtuvieron valores bajos, el 52% obtuvieron valores promedio y solo el 2% de la población tuvieron valores altos o muy altos.

Tabla 5.

Correlaciones adicción a redes y atención.

Estadístico de correlación	Nombre del test	SMAS-SF	TOT	CON	VAR	
Rho de Spearman	SMAS-SF	Coeficiente de correlación	1	-,231*	-,247*	0
		Sig. (bilateral)	.	0,021	0,013	0,997
		N	100	100	100	100
	TOT	Coeficiente de correlación	-,231*	1	,928**	-,235*
		Sig. (bilateral)	0,021	.	0	0,018
		N	100	100	100	100
	CON	Coeficiente de correlación	-,247*	,928**	1	-,213*
		Sig. (bilateral)	0,013	0	.	0,033
		N	100	100	100	100
	VAR	Coeficiente de correlación	0	-,235*	-,213*	1
		Sig. (bilateral)	0,997	0,018	0,033	.
		N	100	100	100	100

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral). **. La correlación es significativa al nivel 0,00 (bilateral).

Discusión y Conclusiones

Con el desarrollo de este estudio correlacional se buscaba observar por medio de una medición estadística la presencia o ausencia de una relación entre los resultados bajos de atención contra la presencia de altos niveles de dependencia a redes sociales presentes en estudiantes. Con la información obtenida, es posible evidenciar la existencia de una correlación significativa, según los resultados del software estadístico SPSS 26 con la matriz de análisis correlacional no paramétrico de Rho Spearman.

Los resultados del test de adicción a redes sociales (smas-sf), arrojaron unos resultados altos en el uso excesivo de redes sociales, tales como que la red social más usada es WhatsApp con un porcentaje del 92,7%, le sigue Instagram con un 83,9%, Facebook con un 81,8%, YouTube con un 69,3%, Tik Tok con 43,8%, Twitter con 25,5% y Discord con un 1,5%. Al comparar esto con estadísticas a nivel nacional tal como fueron reportadas por la agencia de marketing digital Branch (Medina, 2022) se pudo comprobar que los resultados obtenidos con este trabajo, los cuales tuvieron similitudes en cuanto a los valores de las redes sociales que son más utilizadas; tal como WhatsApp que arrojó un valor de 94%, Facebook de 91%, Instagram con un valor del 84,4%, Tik Tok de 69,5%, seguida por Twitter con el 50,8%. Se observa también que los participantes señalan que usan principalmente las redes sociales cuando están solos (40,1%) y para mantenerse informados de las noticias nacionales (58,9%), grupos de estudio (44,8%) y de sus familiares (50%); se evidencia que las características de uso de estas, se da desde la primera hora del día, debido a que el 64,6% de los encuestados manifiestan que lo primero que hacen al levantarse es acudir a las redes sociales.

El estudio de Mosquera et al. (2016) se trata de profundizar en la percepción de los estudiantes sobre el uso de medios electrónicos en las aulas, basados en la razón del uso de los mismos, con la indagatoria de qué ventajas e inconvenientes se derivan de tal uso. Se hizo una entrevista a 145 estudiantes de comunicación y derivados, los cual dio un resultado descrito de la siguiente manera: el 57% de los encuestados aseguró usar algún tipo de dispositivo en el aula y la razón más habitual que da para esto el 87% es tomar apuntes y hacer consultas rápidas acerca de algún contenido de las clases y el 20% restante afirma que los usa en clase para distraerse de alguna temática aburrida.

Se pudo percibir que parte de la población tuvo dificultad para captar y entender claramente la instrucción referente a la ejecución del test D2, debido a que estos al momento de escuchar demostraron una preferencia a hablar entre los participantes o mirar su celular lo cual, en muchos eventos, se vio la

necesidad de explicar especialmente a uno o más individuos con el fin de continuar con el desarrollo de los test.

Una manera de mejorar la evaluación de esta presente correlación sería enfocar el objetivo del estudio a una población específica, en la cual se pueda medir altos niveles de adicción a las redes sociales, porque ante la presencia de diversas variables distractoras que afectan a la población en general ocasiona que se presenten alto grado de variabilidad en los resultados. Se observó el cambio en relación a la existencia de un resultado que presento la existencia de una correlación estadística entre los resultados del test Smas-Sf y la variable CON del test D2 el cual originalmente se obtuvo como $-.242^*$ y después como -0.030 por lo cual sería posible un desarrollo positivo, si se lograra aislar cuales fueron los posibles alterantes de los últimos 92 estudiantes excluidos de la muestra esto relacionado al estudio, o analizar cuáles posibles resultados fueron ocasionantes del cambio del coeficiente de correlación. Esto puede que se haya ocasionado por la presencia de sujetos los cuales realizaron los presuntos test de manera fraudulenta, por razones como poco deseo de participación.

Se encontró una correlación inversamente proporcional poco significativa entre los resultados de CON y TOT con la sumatoria de los resultados de adicción por lo que es posible decir que un individuo el cual es adicto a las redes sociales puede llegar a presentar un nivel muy bajo de capacidad de concentración o de atención sostenida Dependiendo del caso a caso es posible que si se presenta una situación en la cual esta hipótesis sea inválida pero se debería de analizar según el análisis de un profesional.

En conclusión es necesario que continuar trabajando, en las ramificaciones que se pueden presentar cuando se habla de las redes sociales sobre un individuo, ya que ante el avance de las redes sociales, la tecnología y la dependencia a estas, ya que muchos aspectos de la sociedad dependen de estas para funcionar, es difícil desde los menús de un restaurante a los códigos QR que se usan en la publicidad llegan a generar una asociación constante a estas plataformas cibernéticas, y el estudio de estos efectos permiten la actualización y desarrollo de medidas a futuro.

Limitaciones

Los valores de los test aplicados se pudieron ver afectados por la locación de la aplicación de los mismos, debido a que, por la búsqueda de una ambiente óptimo se hizo la mayoría en la biblioteca y algunas otras en grupos pequeños dentro de salones de clase, este tipo de ambiente como tal presenta una alta cantidad de estímulos distractores tal como son los

comentarios de personas en el entorno o por estímulos ajenos a la prueba como sonidos de otros participantes (quejas, comentarios) o sonidos de notificaciones de aplicaciones provenientes de los teléfonos móviles, lo cual tal como establece Tello (2015) ante factores distractores como el ruido ambiental, puede afectar el proceso atencional de un individuo porque el estudiante posee cortos periodos de atención los cuales pueden ser perdidos ante distracciones sonoras. La muestra del test debido a que las personas que usan la biblioteca son pocas en comparación al resto de la comunidad universitaria, muestran un resultado más orientado a esa población que a la población en general de la institución.

En algunas de las pruebas se pudo identificar que las personas solían cometer errores al inicio de la prueba, aun cuando se les dio una explicación en relación los ítems que estos debían de buscar en las 14 filas. Un posible factor que interfiere en los resultados de los participantes está relacionado con el hecho de que se propició un ambiente de competencia, esto asociado al hecho de que la población a la que se aproximó fueron en su mayoría grupos de personas de 2 hasta 5 integrantes, las cuales por su grado de relación social tendían a observar y comparar sus resultados con los demás presentes, participando en la ejecución del test de manera similar a un juego. Otra situación a considerar es que cerca de la mitad de la prueba o al final algunas personas solían confundir los ítems "d" con "a" lo cual se puede correlacionar a la presencia de la dificultad de discriminación visual referente a la tipografía presente; esto, como se observó en el estudio Lozano et al (2015) en el cual se presenta que el test D2 presenta un alto grado de dificultad en comparación a otros test de enfoque atencional referente a la capacidad de discernir claramente los ítems lo cual ocasiona que estos percibieran de manera errónea las letras "d" como "a".

Referencias

- Alonso Mosquera, M. H., González Vallés, J. E., & Muñoz de Luna, Ángel B. (2016). Ventajas e inconvenientes del uso de dispositivos electrónicos en el aula: percepción de los estudiantes de grados en comunicación / Advantages and disadvantages of using electronic devices in the classroom. *Revista De Comunicación De La SEECI*, (41), 136–154. <https://doi.org/10.15198/seeci.2016.41.136-154>
- Arones Álvarez, D. D. & Barzola Chumbile, L. N. (2018). *Adicción a redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología de la Universidad "Alas Peruanas"*. Ayacucho, 2018 [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo.

- Bernal, S. M. B., Rodríguez, Y. D. L. C. H., Quizhpi, O. S. V., Armijos, M. D. L. C., Maldonado, H. A., & Guerrero, J. A. C. (2018). Adolescentes de básica superior con adicción a internet y redes sociales y relaciones interpersonales. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 20(3), 42-68.
- Cabero Almenara J., Martínez Pérez S., Valencia Ortiz R., Leiva Nuñez J. P., Orellana Hernández M. L. y Harvey López I. (2020). La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano. *Revista Complutense de Educación*, 31(1), 1-12. <https://doi.org/10.5209/rced.61722>
- Cabero-Almenara, Julio, Pérez-Díez de los Ríos, José Luis, & Valencia-Ortiz, Rubicelia. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia*, 27, e11834. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>
- Carr, N. (2011). *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*. Taurus.
- De la Iglesia, J. C. F., Otero, L. C., Morante, M. C. F., y Cebreiro, B. (2020). Actitudes y uso de Internet y redes sociales en estudiantes universitarios/as de Galicia: implicaciones personales y sociales. *Revista Prisma Social*, (28), 145-160.
- Engs, R. C. (2014, 25 mayo). *What are addictive behaviors?* Alcohol Research and Health History Webpage: Indiana University, Bloomington, IN. Retrieved from IUScholarWorks. <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/17620>
- Giraldo Giraldo, Y., Moreno Montoya, J. F., Madrigal Zuluaga, N., Alzate Echavarría, M., Torres Zapata, C., Hincapié Aguirre, N., Pérez Palacio, A. A., Salgado Pérez, A. G., & Morales Betancur, J. D. (2021). Relación entre el uso de redes sociales y las funciones ejecutivas. *Poiésis*, (40), 57-72. <https://doi.org/10.21501/16920945.4054>
- Ley 1090 del 6 de septiembre de 2006 – diario oficial edición no. 46383.
- Lozano, J. H., Capote, E., & Fernández, M. P. (2015). Convergent validity of the measures of attention and impulsivity in the Trees: Simple Visual Discrimination Test (DiViSA-UAM). *Anales de Psicología*, 31(1), 74-83.
- Medina, K. Rosgaby, (2022). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022. [https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/#:~:text=En%20un%20a%C3%B1o%20\(del%202021,se%20crearon%202.8%20millones%20perfiles](https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/#:~:text=En%20un%20a%C3%B1o%20(del%202021,se%20crearon%202.8%20millones%20perfiles)

- Odriozola, E. E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista española de drogodependencias*, 37(4), 435-448.
- Pawlowski, Josiane. (2020). Test de Atención D2: Consistencia interna, estabilidad temporal y evidencias de validez. *Revista Costarricense de Psicología*, 39(2), 145-165. <https://dx.doi.org/10.22544/rcps.v39i02.02>
- Rolf B. (2012). *D2, test de atención 4ta edición revisada editorial*, Madrid: TEA ediciones.
- Sahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 17 (1), 169-182.
- Schou, C., Billieux, J., Griffiths, M., Kuss, D., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2018). La relación entre el uso adictivo de las redes sociales y los videojuegos y síntomas de trastornos psiquiátricos: un estudio transversal a gran escala. *Revista de Toxicomanías*.
- Soto Torres, R., Escalona-Ramírez, B., Torres-Hernández, L., Pardo-Caballero, D., & Caballero-Laguna, A. (2021). Efecto de las pantallas digitales sobre el sistema nervioso del adolescente. *Revista EsTuSalud*, 2(2). <http://revestusalud.sld.cu/index.php/estusalud/article/view/17/27>
- Tello Ochoa, C. I. (2015). *Análisis de distractores en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la materia de química de los estudiantes del segundo año de bachillerato del Colegio de Bachillerato "Gualaquiza", año lectivo 2014-2015* (Bachelor's thesis). Universidad Politécnica Salesiana.

Impacto de las redes sociales en las relaciones interpersonales

*Por Mariluz Cano García**

*Paola Andrea Jaramillo Jaramillo**, Marcela Restrepo Londoño***

Resumen

En la actualidad, las redes sociales han dejado una gran huella en las relaciones de los adultos jóvenes, este impacto sugiere afectaciones positivas y negativas a nivel bio-psico-social. Gracias a la literatura, fue posible conocer que, en la mayoría de los casos, en las situaciones donde se evidencia una correlación característica, existe el factor de riesgo a desarrollar una posible adicción, fundamentada en la funcionalidad y la sencillez de acceso a la red, además de las temáticas y la comodidad que brindan, sin ninguna necesidad de realizar algún esfuerzo por conseguirlas.

Propósito: De esta manera, el fin de este estudio fue delimitar la relación en medio de las variables “redes sociales y habilidades sociales” y especificar si la afectación es significativa, o si por el contrario esta relación impulsa la creación de vínculos y desarrolla destrezas que estén enfocadas en la comunicación y el asertividad que se dan en los lazos afectivos.

Metodología: El estudio se realizó por medio de dos pruebas que miden la nivelación de adicción a redes y habilidades sociales, para el análisis, se contó con la implicación de 323 adultos jóvenes de la ciudad de Medellín, Colombia. El producto de esta investigación arrojó una correlación negativa de $Rho P = -0,152$, lo que indica que, a mayor abuso de la red social, menor desarrollo de las habilidades sociales.

Palabras clave: Redes sociales, habilidades sociales, adicción y relaciones interpersonales.

*PhD Psicología. Docente investigador. Corporación Universitaria Adventista.

**Psicología. Tecnológico de Antioquia.

Correo de correspondencia: docente.mcanog@unac.edu.co

Abstract

Currently, social media has left a significant impact on the relationships of young adults. This impact suggests both positive and negative effects at a bio-psycho-social level. Thanks to the literature, it was possible to understand that in most cases, situations showing a characteristic correlation also present a risk factor for developing possible addiction. This addiction is based on the functionality and easy access to the internet, as well as the topics and convenience they provide without the need for any effort to obtain them.

Purpose: Thus, the aim of this study was to examine the relationship between "social media and social skills" and determine whether the impact is significant or if, on the contrary, this relationship promotes the creation of connections and develops skills focused on communication and assertiveness in emotional bonds.

Methodology: The study was conducted using two tests that measured the level of social media addiction and social skills. For the analysis, 323 young adults from the city of Medellín, Colombia, were involved. The results of this research revealed a negative correlation of $Rho P = -0.152$, indicating that a higher level of social media abuse is associated with a lower development of social skills.

Keywords: Social media, social skills, addiction, and interpersonal relationships.

Introducción

Al iniciar la vida académica, los jóvenes ponen en evidencia ante el nuevo contexto su forma de ser, pensar y ver el mundo; están expuestos a recibir aprendizajes y conocimientos, pero al mismo tiempo, críticas, burlas y en algunas ocasiones rechazo por parte de sus semejantes. Para tener un correcto desenvolvimiento en el entorno, el joven debe desplegar en el transcurso del contacto, habilidades sociales que son requeridas para establecer la estabilidad de este; habilidades que en muchas ocasiones no están desarrolladas, están en crecimiento o ya se encuentran definidas. Cuando la destreza en cuestión carece de desenvolvimiento, el proceso de sociabilidad se puede ver altamente afectado por motivos de acoplamiento, provocando así dificultades para formalizar relaciones interpersonales significativas, además de problemas de autoestima y respectivas

consecuencias de ella como aislamiento, timidez, y retraimiento social o insociabilidad. El retraimiento social se emplea para definir aquellos comportamientos de hermetismo de los jóvenes en relación con su círculo social, que se ve evidenciado en diferentes circunstancias y etapas, y que se manifiesta en apariencia de esos pares, sean familiares o no (Ribeiro, et al. 2015).

Actualmente y en los últimos años, la vida social ha sido permeada significativamente por el internet y las redes sociales, adquiriendo esta tal importancia que, para algunos jóvenes, su red de apoyo y amistades están o se desarrollan a partir de una pantalla. En esta investigación, las variables de retraimiento social y redes sociales se ven directamente proporcionales cuando se trata de analizar, la

influencia que esta vida social digital puede tener en el desarrollo de los adolescentes a la hora de socializar en el ambiente y entornos comunes, ya que para muchos de ellos la red social brinda la seguridad de crear vínculos que se dan a través del anonimato, pudiendo omitir el contacto físico y la comunicación verbal, evitando así la posibilidad de que haya rechazo y burlas. El objetivo de esta investigación está encaminado a ofrecer de manera general, respuestas sobre la existencia o no de influjo positivo o negativo de las redes sociales en la población muestral elegida, para así direccionar e indicar el correcto proceder al hacer uso de ellas, y se puedan generar estrategias de afrontamiento cuando no haya control de la situación, o en su defecto cuando no se le dé el debido manejo, y que esto se manifieste con dificultades para tener relaciones interpersonales en la vida social del individuo.

Planteamiento del problema y justificación

La presente investigación está inmersa en las temáticas de relaciones interpersonales y redes sociales. Celaya (2008), afirma que las redes sociales se conocen como espacios en la internet donde las personas comunican todo tipo de información, sea personal o profesional, con distinguidos y desconocidos.

Por su parte, las relaciones interpersonales pueden definirse como aquel vínculo que existe entre dos o más personas, puede basarse en emociones, sentimientos, intereses o metas en común, etc. Desde la psicología se define como "toda conducta que está relacionada, sea consciente, ética o metafóricamente con otro ser humano real, grupo o imaginado" (Leary, 1957, como se citó en Cornejo & Tapia, 2011).

La investigación se realizó con el interés de describir el grado de afectación que existe debido a la conmoción generada por parte de las redes sociales en el contexto actual, respecto a las relaciones interpersonales; en cuanto a la dinámica social y familiar de las personas; Por esto, se decidió traer a colación la problemática ¿Cuál es el grado de influjo de las redes sociales en las relaciones interpersonales en el entorno colombiano? Se llevará a cabo en una población de adultos jóvenes entre 18 a 38 años residentes de la ciudad de Medellín, Colombia.

La comunicación entre humanos es digitalizada y procesada por medio de las diferentes plataformas tecnológicas; donde la información al ser recibida se puede manipular y de esta misma forma facilitar la comunicación entre los individuos.

La tecnología hace parte de una de las maneras de establecer una comunicación más rápida y estable como por ejemplo las redes sociales, donde la presencia física ya no es necesaria y genera comodidad para la mayoría de los individuos.

Uno de los aspectos importantes de la internet es que permiten la comunicación para las personas con ansiedad social, ya que logran contactar a los demás de una manera más rápida y, al mismo tiempo, potencializan el desarrollo de las habilidades en los usuarios López & Cárdenas, (2014).

En el momento en que el ser humano accede a las redes sociales, permite que su vida cotidiana sea exhibida con otras personas que pueden estar a muchos kilómetros de distancia y con los cuales, no ha interactuado de manera que impacte en su vida real. Sin embargo, los límites que se establecen en una relación cotidiana y física entre dos personas, parecen carecer de importancia al momento de reemplazar lo físico por lo virtual, el estar frente a una pantalla ofrece cierta protección al individuo y le hace sentir que cuenta con una libertad de expresión de la cual se cohibe en su vida cotidiana. Se hace importante analizar los resultados de aquella interacción individuo/redes sociales para así determinar el impacto negativo o positivo generado en la destreza de las habilidades sociales. Desde la psicología, es pertinente tener presente cada una de las hipótesis debido a que el contexto a estudiar es dinámico, cada persona hace un uso diferente de sus redes sociales, conciben su importancia de manera diversa, lo cual puede resultar positivo, negativo o indiferente al momento de establecer relaciones sociales físicas con su entorno más cercano.

Efectos negativos de las redes sociales en las relaciones interpersonales

Una encuesta realizada en el año 2001 por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) determinó que “sólo un 9.5% de las personas caracterizadas frecuenta la red con propósitos especialmente académicos. De resto, un 39.1% la emplean con objeto profesional o laboral, y un 50.2% lo hace con fines propios” (Vergara y Carranza, 2016). Esto determina el gran atractivo que estas nuevas modalidades de comunicación representan en la población, para conectar emocionalmente en especial en adolescentes o adultos jóvenes.

Otros estudios revisados con anterioridad demuestran los efectos negativos que causan las redes sociales cuando los usuarios dedican mucho tiempo a ellas, lo cual provoca descuido a nivel social del empleo, la educación, la familia y las relaciones personales físicas, deteriorando así las relaciones interpersonales. A nivel de salud, se encuentran problemas para conciliar el sueño, insomnio y síntomas depresivos.

Arab y Díaz (2015) exponen las problemáticas anteriormente mencionadas con mayor exactitud. Por medio de estudios se reveló que las personas adictas a juegos online presentan mayor dificultad para la toma de decisiones. Esto debido a que los adolescentes que se exponen por mucho tiempo a los juegos online no tienen presente el *Feedback* al momento de tomar una decisión. Las investigaciones también arrojaron situaciones en donde los adolescentes presentaban deficiencias en el desarrollo de los aprendizajes. Los autores afirman que, a mayor agravante de la identidad, mayor es el riesgo de adicción, como ocurre en las personas que padecen el trastorno límite de la personalidad, el cual aumenta el riesgo de ciberadicción.

El acceso y la funcionalidad que ofrecen las redes sociales generan en los jóvenes la atracción de explorar el medio, y debido a que estas facilitan millones de temáticas y contenidos a solo un *click* mientras realizan sus deberes, ya sean educativos o laborales, el estudiante genera apreciaciones y sensaciones de placer, comodidad y privilegios sin necesidad de realizar un esfuerzo adicional, de esta manera se generan cambios conductuales y emocionales, lo que puede dar paso a una adicción si no se tiene control de la situación (Vergara y Carranza, 2016).

A nivel social, se encuentran situaciones colectivas de alta peligrosidad para cada persona, ya que las redes sociales pueden utilizarse de forma anónima, lo que brinda la posibilidad de crear identidades falsas lo que puede desencadenar situaciones de engaño, suplantación de identidad, robo, exhibicionismo, entre otros.

Todas estas circunstancias impactan de manera relevante en el desarrollo neuropsicológico de cada individuo, de esta manera, el presente estudio se enfoca en evaluar si las redes sociales aportan al progreso de las relaciones interpersonales o si por el contrario inhiben su desarrollo armónico.

Efectos positivos de las redes sociales en las relaciones interpersonales

Gárrigos et al (2010, p. 531 - 534), en una revisión bibliográfica, encontraron que en el contexto educativo, los estudiantes se pueden apoyar de las redes sociales ya que son apropiadas para el aprendizaje no presencial, en donde se conserva la comunicación alumno/docente. De igual manera, impulsan la participación de los estudiantes ya que les permite compartir de forma momentánea toda clase de información relevante para su proceso educativo.

De este modo se derriban fronteras en la comunicación y se logra un mayor acceso a la población global; las redes sociales, toman cada día más fluidez y aparición en el ambiente educativo, lo que impulsa transformación en los ideales educativos, aproximación a la educación y nuevos tipos de aprendizaje; convirtiéndose así en un aliado reformador, como lo mencionan Cornejo y Parra (2016, citado en Limas y Vargas, 2016), en donde se refieren a la habilidad de mejorar la evolución de la educación y aprendizaje en la calidad de la educación por medio de las redes sociales.

Además, es importante mencionar otro beneficio del uso de redes sociales y es la inclusión, este medio permite concientizar a un gran grupo de población y masificar el mensaje, por esto es importante utilizar este medio como coeducativo donde el empleo compartido de las redes sociales proporciona la implementación de los procesos educativos en los contextos sociales en donde deban ser aplicados.

Se puede concluir que, estas experiencias basadas en situaciones cotidianas son las que producen un aprendizaje sólido y elocuente. Así mismo, se puede compartir la información con mayor facilidad, creación de campañas y proyectos en pro del bienestar colectivo (Limas y Vargas, 2020).

Redes sociales

Según Tiryakioglu y Erzurum (2011), las redes sociales son un servicio establecido a través de plataformas virtuales donde las personas pueden tener una comunicación constante desde cualquier lugar del mundo y

relaciones sociales de amistad, familia, amorosas, entre otras, así mismo pueden intercambiar información sobre sus vidas personales, gustos y preferencias.

Las redes sociales han dejado una gran huella, sobre todo en las generaciones presentes, ya que, debido a la presencia de estas, el contacto físico ha disminuido o las personas lo ven en muchas ocasiones más que innecesario. (Gómez & Marín, 2017).

Los adolescentes han sido los que más se han excedido con el uso de las redes sociales, lo que ha hecho que las formas de comunicación tradicionales se quebranten y solamente se enfoquen en mantener una comunicación activa basada en las redes sociales. Si bien los adolescentes han nacido en una época moderna, donde el uso de la tecnología ha predominado en la vida cotidiana; las redes sociales pueden tener muchas ventajas en cuanto a mantener una comunicación más abierta entre las personas, también se ha utilizado para generar ingresos; pero no se le da la suficiente importancia a las consecuencias que estas pueden tener. Uno de los factores motivacionales para que los adolescentes prefieran mantener sus relaciones sociales basadas en el internet es que pueden manejar un perfil diferente al que tienen en la realidad; incluso utilizar fotos e información de otras personas (Bernal, et, al., 2018).

Adicción

El término adicción, en la mayoría de casos es directamente proporcional o se asume al uso de sustancias psicoactivas; sin embargo, las definiciones que indican lo que significa padecer una adicción, dan cuenta de que para que esta se desarrolle, en cualquier caso, existen un patrón de comportamientos y conductas que potencian el crecimiento de ella a través de la práctica de la actividad. De esta manera, la persona adicta en cuestión se centra en los efectos inmediatos del estímulo, dejando de lado el hacer consciente las consecuencias que en el futuro se pueden desplegar, consecuencias que en su mayoría son negativas (Huaytalla, Vega y Soncco, 2016, p. 10).

Las adicciones tecnológicas o adicciones a redes sociales, involucran relaciones no palpables, es decir, vínculo hombre-máquina, y considerando que muchos de los individuos que las usan no poseen las herramientas necesarias para hacer buen uso de ellas, esta relación puede desplegarse a través del tiempo como dependiente. La dependencia se puede observar en el individuo por medio de conductas, sentimientos y pensamientos que indican su escaso autocontrol al utilizarlas, siendo normal para ellos invertir en altas

concentraciones el tiempo, tanto en el día como en la noche (Huaytalla, Vega y Soncco, 2016, p. 10).

De igual forma, según los autores (Sgalla & Giannini, 2018) el intercambio de información como imágenes y videos compartidos detrás de una pantalla genera una privación o carencia del contacto humano directo, lo que genera según el autor ausencia de empatía, desconexión moral y deshumanización.

De acuerdo a Malo-Cerrato, et al., (2018) el uso en exceso de las redes sociales se puede asociar a problemas psicológicos de gravedad, además de nivel de baja autoestima; pues constantemente los individuos se ven indefensos en cuanto a críticas y en lo que corresponde al aspecto físico; el ciberacoso, y pueden desplegarse dificultades en las habilidades sociales, lo que por consecuencia debilita las relaciones interpersonales (p. 102).

Relaciones interpersonales

Las relaciones interpersonales se entienden como la asociación entre dos o más personas en diferentes contextos sociales; ya sea académico, familiar y laboral. Este tipo de interacción tiene un impacto importante en el grado de satisfacción que experimenta el individuo (Ramírez, 2019).

Relaciones interpersonales y redes sociales

Al analizar de manera exhaustiva las variables redes sociales y relaciones interpersonales, se encontraron múltiples antecedentes positivos (buen uso de las redes sociales para la innovación y el emprendimiento a través de círculos colectivos estructurados sólidamente) y negativos (adicción a redes sociales, bajo rendimiento académico, dificultades para solucionar conflictos, entre otros), que constituyen las bases fundamentales para el artículo en cuestión.

Consecuencias positivas en las relaciones interpersonales por uso de redes sociales

Haciendo énfasis en los aspectos positivos, se afirma que, en los jóvenes modernos, el uso de las redes sociales puede considerarse una conducta normal (Andreassen, 2015). Además, la necesidad de compartir momentos, experiencias, diversión, metas e intimidad con las amistades; algo innato en la adolescencia, recoge sentido en el mundo virtual debido a que, en él, no hay barreras ni fronteras que los imposibilite a realizar de manera eficaz su

contacto, permitiendo el fortalecimiento de ellas de manera versátil y sagaz; facultando así su enorme aceptación en la etapa juvenil (Plaza, 2016, p. 54).

La población anteriormente mencionada no tuvo una época en donde la información y el conocimiento se pudieran obtener de manera tan sencilla como lo es actualmente, a raíz de esto; toda persona con ciertos criterios de búsqueda y los recursos necesarios tecnológicos; puede autoformarse. (Heredia; García. 2017).

Así mismo las redes sociales pueden tener beneficios en las personas, fortalecer sus habilidades de comunicación, la participación constante y su entorno social puede reforzarse. (Tiryakioglu y Erzurum, 2011, p.2)

Consecuencias negativas en las relaciones interpersonales por uso de redes sociales

Algunos autores mencionan algunas características no tan positivas del uso de las redes sociales, se encontró por medio de una investigación realizada por Emilia Huaman (2021), la problemática que afecta a los jóvenes estudiantes a causa del uso obsesivo de las redes sociales. Por medio de la prueba Rho de Spearman, se indicó que mientras mayor sea la obsesión por la red social, menor será el nivel de comunicación del estudiante, mientras mayor sea la falta de dominio de las redes sociales, menor será el control de las emociones y se acepta la relación negativa que indica que mientras mayor sea el uso excesivo de las redes sociales, menor será la manifestación de comportamientos cooperantes entre los adolescentes.

Cervantes (2017) deduce que el uso desmedido de las redes sociales afecta negativamente en los estudios, comportamientos y la educación de los jóvenes, además, influye en las reacciones que toman los padres frente a estas situaciones.

Por lo que se refiere a la poca privacidad, la falta de autocontrol, la sustitución de actividades enfocadas a trabajo y metas por tiempo de ocio, la dependencia y la atención que se le emplea a estos medios de comunicación son también referentes negativos, haciendo énfasis en que por estos motivos, el adolescente puede perder motivación para realizar sus deberes y actividades diarias, generar estrés debido al incumplimiento de estas actividades, y desarrollar una ansiedad que está ligada al tiempo en el que no hace uso de la red social. Entre los factores de riesgo relacionados a los factores expuestos anteriormente, se encuentran la necesidad de conseguir aprobación o popularidad, el pleno desarrollo de la personalidad, la prioridad que existe en la juventud de desarrollar conexiones sociales significativas para

su propio despliegue en la sociedad; y factores de la identidad latente, como el miedo al fracaso, la desaprobación y la burla (Gómez y Marín, 2017, p. 9).

Además, uno de los ejemplos claves para hablar de los aspectos no positivos de las redes sociales, es el contexto actual post pandemia ya que por estos medios masivos se difundió mucha información errónea que provocó pánico y conmoción, así mismo “dirigida a provocar pánico y difundir fórmulas y medicamentos no probados e inclusive sucesos falsos hacen parte de la realidad, y estos descubrimientos dan cuenta de aspectos negativos que deben ser examinados a profundidad... con el agravante de la condición de crisis en la que se hallaba la población” (L,Vela, 2020, p 1).

Metodología

Enfoque: La presente investigación se basa en un enfoque cuantitativo caracterizado por el uso de técnicas de recolección de información a través de una revisión de literatura y de datos estadísticos obtenidos de la aplicación de test y encuestas.

Alcance: Es de tipo descriptivo y correlacional ya que se busca describir las variables y determinar la relación negativa o positiva de las redes sociales en las relaciones interpersonales de los estudiantes femeninos y masculinos de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia.

Diseño: No experimental debido a que se establece una problemática ya existente, se analizan los datos obtenidos mediante los test y encuestas y las variables no se manipulan.

Corte: Transversal, debido a que se realiza en tiempo presente, se recogen las variables en tiempo real, y el estudio se realizará una sola vez.

Hipótesis investigativa

Las personas que tienen adicción a las redes sociales tienen más posibilidad de tener dificultades en las habilidades sociales.

Hipótesis Nula (H0)

Las redes sociales no generan impacto en las relaciones interpersonales.

Hipótesis alternativa (H1)

Las personas que tienen adicción a las redes sociales tienen más propensión a tener relaciones interpersonales más significativas.

Población

Adultos jóvenes, en donde su edad oscila entre los 18 y 38 años, habitantes de la ciudad de Medellín, Colombia.

Muestra

No probabilística por conveniencia, debido al fácil acceso que se tiene para realizar la investigación y teniendo en cuenta que la población muestral se adecua a las variables en cuestión.

Descripción sociodemográfica

Adultos jóvenes de la ciudad de Medellín, Colombia. Entre los 18 y 38 años de edad, de ambos sexos.

Criterios de inclusión

Ser mayor de edad y encontrarse en el rango de 18-38 años, saber leer, ser habitante de la ciudad de Medellín y que quiera hacer parte de la población encuestada.

Técnica de recolección de datos

- Encuesta perfil sociodemográfico: Inicialmente se realiza una encuesta previa al estudio con el fin de conocer la población que participa en la investigación. La encuesta cuenta con 5 preguntas de selección múltiple y 2 abiertas, está diseñada para responderse en aproximadamente 10 minutos, se realiza mediante la plataforma Forms, lo cual facilita la síntesis de la recolección de datos.
- “CUESTIONARIO DE HABILIDADES SOCIALES (CHASO) (Caballo, Salazar, Irurtia y Equipo de Investigación CISO-A, 2016)”: Se realiza una encuesta que evalúa las habilidades sociales, está constituido por 40 ítems y 10 habilidades, como lo son: “interactuar con personas que me atraen, defender los propios derechos, hablar en público/Interactuar con personas de autoridad, mantener la calma en situaciones embarazosas, pedir disculpas, interactuar con desconocidos, expresar sentimientos positivos, afrontar situaciones de hacer el ridículo, rechazar peticiones, y afrontar las críticas”. La interpretación del cuestionario se da a partir de la escala Likert, puntuando 1 (muy poco característico de mi), 2 (poco), 3 (moderadamente), 4 (bastante) y 5 (Muy característico de mi).
- “Cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) Ecurra Mayaute, Miguel, & Salas Blas, Edwin (2014)”: Se realizará este cuestionario previamente validado en anteriores investigaciones, conformado por 24 ítems y 3 factores o dimensiones latentes: A) Obsesión por

las redes sociales. B) Falta de control personal en el uso de las redes sociales. C) Uso excesivo de las redes sociales.

Tabla 1.

Distribución de las edades por frecuencia.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 – 27 años y menores de 18 años	272	84,2%
28 – 37 años	33	10,2%
38 – 47 años	10	3,1%

Nota: Los valores presentados en la tabla representan el número y el porcentaje correspondiente de individuos en cada grupo de edad.

Tabla 2.

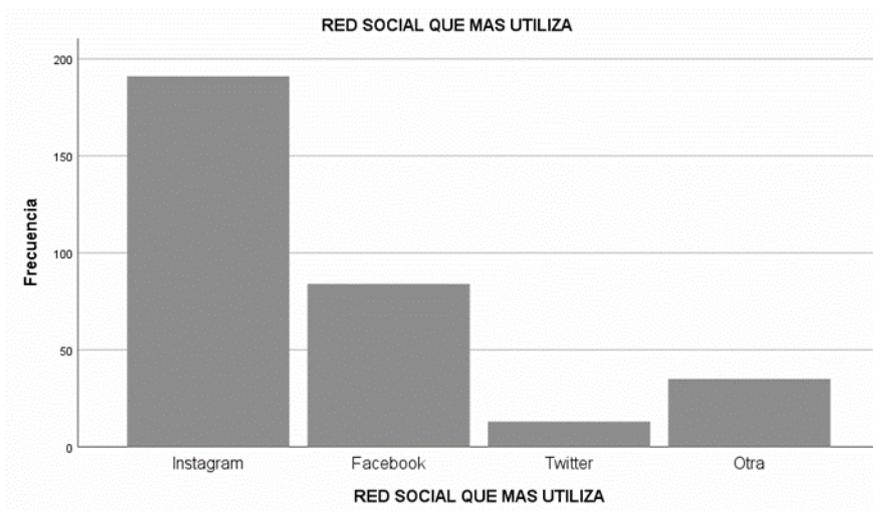
Distribución de género por frecuencia.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	213	65,9%
Masculino	108	33,4%

Nota: Los valores presentados en la tabla representan el número y el porcentaje correspondiente de individuos en cada categoría de género.

Para analizar estos datos estadísticos arrojados en el cuestionario aplicado, se utilizó el programa IBM-SPSS Statistic Visor versión 26, obteniendo de esta manera la siguiente información; en la encuesta sociodemográfica se obtuvo que la edad que más prevaleció fue entre los 18 a los 27 años, con un porcentaje de 84,2% de la muestra, siendo esta la media de la edad. En cuanto al género, la muestra que predominó fue el género femenino, con un porcentaje del 65,9%. Para establecer el estrato socioeconómico, se dedujo que el 49,5% de personas que participaron en la encuesta, pertenecen al estrato 3. Con respecto a la ocupación, se encontró un 43,7% de participación en personas que solo estudiaban.

Gráfico 1.

Red social que más utiliza.

Para calificar el test de Adicción a Redes Sociales (ARS), se tuvo en cuenta que la puntuación máxima era de 120 puntos, sin embargo, los participantes de la encuesta obtuvieron una calificación máxima de 112 puntos.

Siendo así: 97-120 - muy alta adicción a redes, 73-96 - alta adicción a redes, 48-72 - moderada adicción a redes, 25-47 - poca adicción a redes, 0-24 - muy poca adicción a redes.

De esta manera, se encontró que el 0,3% de los implicados en la encuesta presentó muy poca adicción a redes, el 20,4% mostró poca adicción a redes, el 59,5% de los participantes evidenció moderada adicción a redes, el 38,6% manifestó alta adicción a redes, y finalmente, el 61,4%, evidenció una alta necesidad de utilizar las redes sociales.

Asimismo, para la calificación del Test de Habilidades Sociales (CHASO), se hizo énfasis primeramente en el total de la valoración del test, para posteriormente realizar el análisis de cada dimensión propuesta por los autores. Se tuvo en cuenta que, ningún participante se ubicó en el rango de muy poca habilidad social.

Puntuación total: 161-200 - muy alta habilidad social, 121-160 - alta habilidad social, 81-120 - moderada habilidad social, 41-80 - poca habilidad social, 0-40 - muy poca habilidad social.

El análisis inició a partir de la frecuencia se obtuvo una media igual a 72, por lo cual ningún participante presenta muy poca habilidad social; de manera que el 0,9% de los participantes, tiene poca habilidad social; el 31,3%

evidenció moderada habilidad social, el 64,7% presentó alta habilidad social y el 35,3% mostró muy alta habilidad social.

Los criterios de evaluación del CHASO indican dividir los ítems por diez dimensiones, de esta manera se especificó por cada una, así: 17-20 - muy alta habilidad social, 13-16 - alta habilidad social, 9-12 - moderada habilidad social, 5-8 - poca habilidad social, 0-4 - muy poca habilidad social.

Correlación

Por medio del programa IBM SPSS Statistics versión 26 encontramos, por medio del estadístico de Pearson, que $RHO = -0,152$ con una significancia $p=0,01$. El resultado es la correlación negativa entre redes y habilidades sociales. En conclusión, cuanto más uso se dé a las redes sociales, se obtendrán menores habilidades sociales. Impactando negativamente las dinámicas relacionales de los jóvenes de Medellín.

De igual manera, se encontró una correlación negativa con las habilidades; "rechazar peticiones" $RHO = -,175$, "defender derechos" $RHO = -,142$ y "mantener la calma" $RHO = -.269$.

Discusión

Una vez obtenido los resultados, donde se obtuvo información significativa según la muestra, por medio de los instrumentos empleados en este estudio, se continúa con la comparación de los mismos y la teoría relacionada en el marco teórico.

La muestra final contó con un total de 323 participantes entre jóvenes y estudiantes de la ciudad de Medellín, de los cuáles la mayoría hacían parte del estrato socioeconómico 3 con un porcentaje del 49,5%. Predominó la participación del género femenino. El principal resultado arrojó que las redes sociales afectan el desarrollo de vínculos que convergen en relaciones interpersonales significativas y sanas, tal como se mencionó en el estudio realizado por Emilia Huaman (2021), en donde se indicó en cuanto sea mayor la obsesión por las redes sociales, disminuirá el nivel de comunicación del estudiante y que además, esto incluye áreas donde el relacionarse es fundamental para establecer este tipo de vínculos, es decir, escuela, espacios sociales y universidad. De esta manera, es posible expresar que existe una relación importante entre la adicción a las redes sociales y las habilidades

sociales en los estudiantes. Todo esto confirma, que a medida que el uso de las redes sociales aumenta, el nivel de habilidades sociales disminuye. Se comprueba la relación negativa que indica que al hacer uso excesivo de las redes, menor será la manifestación de comportamientos cooperantes entre los adolescentes. (Emilia Huaman, 2021).

Al respecto conviene decir que, se acertó en la hipótesis investigativa que planteaba que el generar una adicción por las redes sociales, puede influir negativamente en cómo evolucionan los vínculos afectivos de los jóvenes en cuestión. Cabe mencionar que el coeficiente de correlación es leve debido a la dicotomía encontrada en la investigación, ya que en la mayor parte de la población se evidenció afectación al entablar relaciones, pero, en consecuencia, se encontró que a una cantidad de la muestra la relación red social y habilidad social, le favorece al entablar vínculos.

Al evidenciarse también, correlación negativa entre la red social y las habilidades sociales que se refieren a mantener la calma, rechazar peticiones y defender los derechos, se puede influir que la exposición constante a este tipo de comunicación internauta, puede inducir a la poca praxis de destrezas que son fundamentales para aplicar en la vida real, tales como la tolerancia a la frustración, la inteligencia emocional y el control de impulsos. Al darse estas acciones por medio de una pantalla, los límites no se identifican y de esta manera se desencadenan comportamientos propios de defensa de derechos y falta de control.

Conclusiones

Las relaciones interpersonales de los individuos van mediadas siempre, por la comunicación asertiva desde el inicio en que se establecen los vínculos; aun así y teniendo en cuenta la actualidad y los medios tecnológicos, la red social se ha vuelto un indicativo que evidencia que no siempre el entablar relaciones tiene un impacto positivo en las personas, esta se puede prestar para generar inseguridades, deficiencia de habilidades y estancamiento de la vida social al no tener un contacto físico donde se pueda constatar el lenguaje corporal, las intenciones iniciales del individuo y su forma de ver las cosas.

Las dimensiones en las habilidades sociales propias del autocontrol al momento de recibir críticas o ser juzgados por las demás personas, no se ven afectadas cuando el medio de interacción directo es a través de las redes sociales. Debido a que los comentarios se realizan por medio de una pantalla, de forma anónima y con un alto impacto por su nivel de difusión, se puede

demostrar que esto no afecta las herramientas de las personas para hacerle frente a las críticas y, por ende, no impacta negativamente en sus habilidades sociales o en sus relaciones interpersonales.

Del mismo modo, la herramienta que se empleó para la recolección de datos y aplicar la encuesta puede llegar a afectar la veracidad de los resultados ya que no se está monitoreando que las personas se tomen el tiempo de responder cada pregunta adecuadamente, es decir, pueden tener elementos distractores a su alrededor al momento de responder la encuesta, tienden a aburrirse si les toma más de 5 minutos responder, sin embargo, utilizar un cuestionario virtual en este caso es la manera apta para llegar a la muestra que se desea alcanzar.

Se recomienda realizar una investigación profunda sobre la calificación y parametrización de ambos cuestionarios, aunque se encontraron diferentes trabajos que utilizaron estos cuestionarios; no se hallaron tablas de clasificación de los instrumentos por separado.

Referencias

- Araujo Robles, Elizabeth (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Rev. Digital Investigación Docencia Univ.* vol.10 no.2. Lima
- Barragán Sánchez, Raquel, & Ruiz Pinto, Estrella (2013). Brecha de género e inclusión digital. El potencial de las redes sociales en educación. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 17(1),309-323. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56726350019>
- Bernal, S. M. B., Rodríguez, Y. D. L. C. H., Quizhpi, O. S. V., Armijos, M. D. L. C., Maldonado, H. A., & Guerrero, J. A. C. (2018). Adolescentes de básica superior con adicción a internet y redes sociales y relaciones interpersonales. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 20(3), 42-68.
- Caballo, V. E., & Salazar, I. C. (2017). Desarrollo y validación de un nuevo instrumento para la evaluación de las habilidades sociales: el "cuestionario de habilidades sociales"(CHASO). *Behavioral Psychology/ Psicología Conductual*, 25(1).
- Escurra Mayaute, M., & Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Garrigós, I., Mazón, J.-N., Saquete, E., Puchol, M., & Moreda, P. (2010). La Influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo. XVI

- Jornadas de Enseñanza Universitaria de la Informática (pp. 531–534). Comunicació de congrés presented at the XVI Jornadas de Enseñanza Universitaria de la Informática, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela. Escola Técnica Superior d'Enxeñaría. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2099/11859>
- Gómez Ferreira, K. K., & Marín Quintero, J. S. (2017). *Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años*. Universidad Cooperativa de Colombia, Bucaramanga, Colombia.
- Heredia Nazaret & García Erika. (2017). *Posibles riesgos del uso de las redes sociales en adolescentes*. *Revista de estudios de investigación en psicología y educación*. Universidad de Granada, España.
- Huaman, E. (2021). *Uso de las Redes Sociales y su influencia en las Relaciones Interpersonales de los Estudiantes de 3º Grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa "Carlos Wiesse" del Distrito de Juanjuí, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín*. Universidad Nacional De Educación. Lima, Perú.
- Huaytalla, K. P. C., Vega, S. R., & Soncco, J. J. (2016). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 9(1), 9-15.
- Hutt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2). <https://doi.org/10.15517/rr.v91i2.1513>
- López, C. B., & Cárdenas, D. E. R. (2014). Percepción de amistad en adolescentes: el papel de las redes sociales. *Revista colombiana de psicología*, 23(2), 325-338.
- L. Elías Arab, G. Alejandra Díaz. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M. D. L. M., & Viñas-Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 56(3), 101-110.
- Plaza, J. (2016). Impacto de las redes sociales virtuales en estudiantes adolescentes: Informe de investigación. *EDUTECH REVIEW. International Education Technologies Review*, 3(1), 53-63.
- Ribeiro, O., Santos, A. J., Freitas, M., Correia, J. V., & Rubin, K. (2015). O retraimento social em adolescentes: Um estudo descritivo do seu

ajustamiento sócio-emocional segundo a perspectiva dos professores. *Temas em psicologia*, 23(2), 255-267. <http://dx.doi.org/10.9788/TP2015.2-02>.

Vergara, J. A. D., & Carranza, J. Y. (2016). Adicción a las redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de una institución educativa privada. *Propósitos y representaciones*, 4(2), 5.

Vélez, G. (2008). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. *Razón y Palabra*, (61).

Vela, L. (2021). El rol de las redes sociales en la pandemia del covid-19. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 12(137), 121-132.

Varchetta, M. Frascetti, A. Mari, E. & Giannini, A. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 14(1), e1087. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>

Adicción a las redes sociales y las afectaciones psicológicas en los jóvenes

Por Mariluz Cano García, Jorge Hoyos Rentería**
Edwin David Lavado Día***, Jéssika Fernanda Peña Montoya****

Resumen

Internet es una tecnología influyente que ha dado lugar a distintas aplicaciones, como las redes sociales, las cuales tienen un gran alcance en la comunidad, especialmente entre los jóvenes, a quienes brindan numerosos beneficios. No obstante, algunas personas desarrollan una adicción a estas plataformas, manifestando incapacidad para limitar su uso y poniendo en riesgo sus relaciones cercanas, así como sus responsabilidades laborales o académicas. El presente artículo tiene como objetivo revisar y analizar las investigaciones más recientes sobre la adicción a las redes sociales en la población juvenil.

Para llevar a cabo este estudio, se empleó el método de revisión sistemática de artículos y publicaciones científicas disponibles en las bases de datos de Scielo, Redalyc, Scopus, Revistas U y Dialnet, abarcando el periodo comprendido entre 2016 y 2023, y centrándose en el uso excesivo de las redes sociales por parte de los jóvenes a nivel mundial.

Los resultados obtenidos muestran un claro patrón de uso excesivo y adicción a las redes sociales en la población juvenil, además de destacar las afectaciones psicológicas asociadas a esta problemática.

Palabras Clave: Redes sociales; Medios de comunicación social; Adicción a redes sociales; jóvenes; afectación psicológica, salud mental.

*PhD Psicología. Docente investigador. Corporación Universitaria Adventista.

**PhD en Música. Docente investigador. Corporación Universitaria Adventista.

***Especialización en Docencia. Corporación Universitaria Adventista.

Correo de correspondencia: docente.mcanog@unac.edu.co

Abstract

Internet is an influential technology that has given rise to various applications, such as social media, which have a significant reach in the community, especially among young people, providing them with numerous benefits. However, some individuals develop an addiction to these platforms, showing an inability to limit their use and jeopardizing their close relationships and responsibilities, whether in the workplace or academic setting. This article aims to review and analyze recent research on social media addiction in the youth population.

To carry out this study, a systematic review of articles and scientific publications available in databases such as Scielo, Redalyc, Scopus, Revistas U, and Dialnet was conducted, covering the period from 2016 to 2023, focusing on the excessive use of social media among young people worldwide.

The findings demonstrate a clear pattern of excessive use and addiction to social media among the youth population, as well as highlighting the psychological effects associated with this issue.

Keywords: Social networks; social media; Addiction; youths; psychological affectation, Internet.

Introducción

Es una realidad innegable que la revolución de Internet y las tecnologías de la información y comunicación ha convertido en indispensables las herramientas digitales para llevar a cabo una infinidad de actividades, tales como compras, ventas, negocios por internet y el establecimiento de conexiones con personas de todo el mundo a través de las redes sociales. Estas interacciones nos permiten entablar relaciones, compartir diferencias y similitudes culturales a nivel global.

Estas actividades han provocado transformaciones en las habilidades emocionales y cognitivas, modificando la forma de actuar de las personas que conforman la sociedad. Al igual que ocurre con cualquier otra herramienta, Internet tiene su aspecto positivo y negativo, siendo este último evidente cuando se genera aislamiento, ansiedad, baja autoestima y, especialmente, una pérdida de habilidades de autocontrol, sobre todo en los jóvenes.

Diversos estudios indican que los jóvenes y adolescentes son el grupo de edad que más preocupa en cuanto al uso de las redes sociales, ya que tienden a pasar largas horas conectados y descuidar sus actividades cotidianas. Asimismo, los hallazgos señalan que el apego de los adolescentes a las redes se debe al deseo de mantener y aumentar sus relaciones sociales de forma virtual.

De esta manera, la problemática descrita ha motivado la realización de la presente investigación, en la cual se plantea como problema general: ¿Qué resultados han aportado las investigaciones de los últimos siete años sobre la adicción a las redes sociales y las afectaciones psicológicas que afectan a la población juvenil a nivel mundial?

Adicciones a las TIC

Las adicciones se caracterizan por el uso compulsivo, prolongado y repetitivo, con una incapacidad para interrumpir o controlar su consumo, lo que conlleva consecuencias para la salud y la vida en todos los ámbitos, ya sea social, familiar, escolar o laboral. Los síntomas más comunes de las adicciones a las nuevas tecnologías se asemejan a los de otras formas de adicción, como las dependencias psicológicas, alteraciones en la vida cotidiana y la pérdida de control (Pinargote et al., 2020).

Ciberadicción

La ciberadicción se manifiesta como una disminución en el control del uso de Internet y se presenta con una serie de síntomas fisiológicos, cognitivos, conductuales, entre otros. Las personas con ciberadicción hacen un uso excesivo de Internet, lo que puede distraerlos de sus objetivos personales (Navarro et al., 2007).

Clases de adicciones a la tecnología

Existen dos tipos de adicciones a las tecnologías: la pasiva y la activa. La primera está relacionada con el uso compulsivo de objetos como el televisor, que puede inducir al aislamiento social e influir en los jóvenes a través de sus contenidos. Por otro lado, la adicción activa es más grave y puede acarrear complicaciones de carácter social, económico y psicológico. En esta categoría se encuentran adicciones como la adicción al sexo, al juego, a las redes

sociales, la impulsividad por las compras, entre otras, que se manifiestan en los espacios virtuales.

Las adicciones a Internet son generalizadas y su uso excesivo abarca una variedad de áreas sin centrarse en ninguna en particular. Por ejemplo, algunas personas pueden dedicar su tiempo a realizar compras virtuales, otras a apostar, a un uso exagerado de las redes sociales o a los videojuegos, entre otras actividades (Yellowless et al., 2007).

Redes sociales y juventud

En la última década, el uso masivo de las redes sociales por parte de los jóvenes ha aumentado considerablemente. Las redes sociales se refieren a las distintas comunidades virtuales donde se crean figuras personales públicas, se establece la participación y conexión con otros individuos de manera inmediata, y se mantiene un círculo social activo (Bernal et al., 2013).

Las investigaciones muestran una alta tasa de jóvenes usuarios de las redes sociales en comparación con otros grupos etarios (Chang et al., 2014). Una de las motivaciones para el uso de las redes sociales es la posibilidad de establecer y mantener vínculos, ya sea en línea o en persona. Es importante destacar que el apoyo percibido en la red aumenta la probabilidad de desarrollar adicción a Internet.

El acceso a Internet en los jóvenes puede estar relacionado con sus necesidades sociales, el deseo de mantener contacto y regular sus emociones. La disposición limitada de autocontrol en la juventud resulta ser un factor clave para continuar con el uso descontrolado de las redes sociales. Lo anterior ha sido evidenciado en los documentos consultados, donde se manifiesta que la autorregulación reducida está directamente relacionada con el tiempo invertido por los jóvenes en las redes sociales.

Efectos negativos del uso de las redes sociales

Los jóvenes son una población vulnerable ante los efectos negativos del uso de las redes sociales, lo que podría incrementar significativamente los trastornos del sueño, debilitando su calidad, reduciendo su eficiencia y afectando su rendimiento académico. Investigaciones recientes muestran la relación entre la escasa calidad del sueño, la agresividad y el uso excesivo de las redes sociales (Tamayo et al., 2022).

El empleo de las redes sociales puede estar relacionado con el nivel de satisfacción con la vida que experimenta el joven, es decir, se encuentra una

relación entre el uso excesivo de las redes sociales y aquellos jóvenes que tienen menos satisfacción con la vida (Xanidis et al., 2016).

Uso de redes sociales y personalidad

Según la evidencia seleccionada, se observa una relación significativa entre los rasgos generales de personalidad, como la adicción a Internet y el neocriticismo. Las características de personalidad que podrían estar relacionadas negativamente con la adicción a Internet incluyen la búsqueda de nuevas experiencias, la extraversión y la escrupulosidad (Araujo, 2017).

Adicción a redes y problemas de salud mental

Como se ha manifestado, el abusivo uso de las redes sociales genera distintos tipos de comportamientos y trastornos, entre los cuales se encuentran el aislamiento o la soledad, la pérdida de la noción entre lo real y lo virtual, alteraciones en el sueño, la falta de interés en realizar actividades activas, la depresión, la ansiedad, los problemas en las relaciones familiares, la baja autoestima y trastornos fisiológicos como consecuencia de su abstinencia, así como el fracaso escolar (Valencia et al., 2021).

Desde una perspectiva biológica, estudios demuestran que el abusivo uso de las redes sociales produce alteraciones en la conectividad neuronal y en el funcionamiento del cerebro (Cardona-Arias et al., 2015).

Uno de los principales problemas de la adicción a las redes sociales se presenta mayoritariamente en jóvenes y adolescentes, lo que es especialmente preocupante debido a que atraviesan un período de crecimiento emocional y cognitivo. Por lo tanto, es importante dedicar la vigilancia necesaria desde un enfoque psicoeducativo.

Por otro lado, algunos plantean que la adicción a Internet no debe considerarse un trastorno en sí, sino una situación asociada a alteraciones de base, como el suicidio, el trastorno bipolar, la depresión, los trastornos alimentarios, la falta de control de impulsos, la regulación emocional deficiente, el alcoholismo o la personalidad antisocial (Klimenko et al., 2021).

La evidencia resalta la existencia de diversas complicaciones en individuos con riesgo de abuso de medios virtuales, como la baja autoestima, síntomas depresivos y ansiedad, y un bajo rendimiento escolar (Cardona-Arias et al., 2015).

Además, se manifiesta que los jóvenes que se consideran a sí mismos dependientes de las redes sociales pueden revelar niveles altos de agresividad y depresión, lo que dificulta su adaptación social.

Consecuencias de la adicción a las redes sociales

El uso excesivo de las redes sociales conlleva diversas consecuencias, tanto a nivel fisiológico como psicosocial. Entre las más destacadas se encuentran los hábitos alimenticios precarios, la falta de planificación en los horarios para cumplir con las obligaciones académicas, personales y familiares, así como cambios significativos en las conductas al intentar disminuir la adicción a las redes sociales, lo que puede generar actitudes negativas (Molina et al., 2020).

En cuanto a las consecuencias profesionales y psicológicas, resulta especialmente relevante la afectación en las actividades diarias, ya sean laborales o académicas, como resultado de la adicción a las redes sociales. Es común que aparezcan síntomas como el estrés, la ansiedad y un bajo estado emocional como resultado del uso problemático de estas plataformas (Campos et al., 2021).

El estudio de esta problemática es de suma importancia, ya que permite determinar el nivel de adicción que presentan los estudiantes de secundaria a nivel global. Esto, a su vez, conlleva a una reflexión para padres de familia, docentes y la comunidad en general, respecto a sus efectos en la salud y el bienestar. Es fundamental abordar este tema de manera consciente para promover un uso saludable y equilibrado de las redes sociales en la vida de los jóvenes.

Método

Se realizó una revisión sistemática en las fuentes de búsqueda: Scielo, Redalyc, Scopus, Revistas U, Dialnet con las palabras clave: Mental, health, psychological, wellbeing, social, media, etc., que permitió ubicar publicaciones científicas dentro de los años 2016 - 2023, relacionado con los efectos psicológicos que genera la adicción a las redes sociales en jóvenes a nivel mundial, se obtuvieron los siguientes resultados de búsqueda: 11.555 artículos encontrados.

El método de selección de artículos se fraccionó en 4 etapas: (1) se excluyeron artículos con las siguientes áreas temáticas: Medicamentos,

Ciencias de la Computación, Artes y Humanidades, Ciencia medioambiental, Bioquímica, Genética y Biología Molecular, Ciencias Agrícolas y Biológicas, Negocios, Gestión y Contabilidad, Ingeniería, Farmacología, Toxicología y Farmacéutica, Veterinario, Matemáticas, Economía, Econometría y Finanzas, Odontología, Ciencias de la decisión, Ciencia de los Materiales, Energía, Ciencias de la Tierra y Planetarias, Química,

Las áreas temáticas que se tuvieron en cuenta fueron: Psicología, Ciencias Sociales, Enfermería, Multidisciplinario, neurociencia, Profesiones de la Salud, Inmunología y Microbiología.

Las palabras claves utilizadas en español e inglés fueron: Redes Sociales y [Salud mental, Bienestar Psicológico, Depresión, Ansiedad, Estrés, Autoestima].

Después de aplicar esta exclusión se obtienen 1.181 documentos encontrados, (2) Se realizan filtros por idioma, continente y autor. (3) extracción minuciosa de los artículos relacionados con la presente investigación. (4) Análisis crítico de acuerdo a la calidad de la evidencia encontrada.

Criterios de inclusión:

- Población adolescente.
- Jóvenes con edades entre los 13 y 18 años a nivel mundial
- Estudiantes en etapa escolar
- Sigüientes efectos psicológicos: Autoestima, Ansiedad, Depresión, Estrés, Bienestar psicológico, Salud mental, FoMO.

Criterios de exclusión:

- La Antártida es el único continente que no tiene países en él (depende del modelo continental), muchos de ellos tienen reclamaciones territoriales basadas en la teoría de los sectores polares.
- Adultos mayores.
- Años anteriores al 2016.
- Aspectos diferentes a los planteados en los criterios de inclusión.

Resultados

Los resultados que se plasman a continuación surgen de la recolección de datos efectuadas a través de la revisión de artículos publicados en distintos continentes y dan cuenta de las afectaciones psicológicas en jóvenes que ocasionan la adicción a las redes sociales.

Tabla 1

Revisión geográfica de la adicción a las redes sociales.

CONTINENTE	EFFECTOS PSICOLÓGICOS DE LAS ADICCIONES	AUTORES Y AÑOS
Oceanía	Baja autoestima	McComb et al., (2023)
	El miedo a perderse algo	Riordan et al., (2021)
	Baja motivación por la actividad física y Aislamiento	Gilbert et al., (2021)
	Alta tendencia a la ansiedad depresión, adicción a las redes sociales con vida social desplazada	Glaser et al., (2018)
Asia	Soledad Baja relación social Escasa interacción social	Bassam et al., (2022)
	Dependencia a las redes para sentir seguridad y contacto social	Jang et al., (2023)
	Depresión Leve	Sujarwoto et al., (2022)
	Alteración en la salud mental, cambios en los rasgos de personalidad	Han et al., (2023)
	Alta adicción a las redes sociales Sensación de soledad	Bakry et al., (2022)
	Las faltas de los me gusta y de comentarios le contribuyeron a una mala salud mental	Beyari, (2023)
	Afectación psicológica, Afectación física, Las mujeres manifestaron afectaciones mentales, Pánico propagado	Lelisho et al., (2023)
	Uso como medio de información e investigación	Ajay et al., (2021)
	Baja identidad social	Wang et al., (2020)

	Depresión Distimia Suicidio Pánico por ansiedad social Fobias	Ahmed et al., (2022)
	Deficiente desarrollo Psicosocial	Senekal et al., (2022)
	Ansiedad Depresión Baja autoestima	Dule et al., (2022)
África	Uso problemático de teléfonos inteligentes y redes sociales Mala calidad del sueño Depresión Uso de sustancias Aislamiento social	Mengistu et al., (2023)
	Afectación a la salud mental y física	Yazdani et al., (2022)
	Bajo control atencional Baja sensación de bienestar	Faelens et al., (2020)
	Baja autoestima	Faelens et al., (2019)
	Baja percepción de la salud	Buda et al., (2021)
	Soledad Desmotivación	Jabeen et al., (2023)
Europa	Dependencia a las redes y constante angustia mental	Henzel et al., (2021)
	Adicción a las redes Extraversión Neuroticismo Necesidad de valoración social	Caci et al., (2020)
	Obsesión Falta de control personal	Rosero et al., (2022)
América	Satisfacción Tolerancia Problemas Obsesión por estar informado Necesidad/obsesión de estar conectado	Cabero et al., (2020)
	Nomofobia	Klimenko et al., (2021)

	Relación inversa significativa entre la adicción a internet y las habilidades sociales	Estrada et al., (2020)
	Conducta agresiva	Roque et al., (2022)
	Necesidad de estar informados	Valencia et al., (2021)
	Vergüenza	Moreira et al., (2021)
	Obsesión de estar informado y conectado	Julio et al., (2020)
América	Disfuncionalidad no saludable	Estrada et al., (2020)
	Ansiedad Depresión	Campos et al., (2021)
	Personalidad introvertida	Concha et al., (2018)
	Baja autoestima	Gutiérrez et al., (2022)
	Necesidad de conexión	Bueno et al., (2019)
	Reducción en sus habilidades de interacción social	Castro et al., (2020)

Fuente: Creación propia.

Nota: La tabla 1 muestra la relación de los cinco continentes con los efectos psicológicos de las adicciones y los autores con el año de publicación.

Los hallazgos encontrados en esta revisión en relación a la adicción a redes sociales dan cuenta de sintomatología similar en diferentes locaciones geográficas a nivel mundial.

Oceanía

En el continente de Oceanía se analizaron algunos estudios y se encontraron las siguientes afectaciones psicológicas en los jóvenes que presentan adicción a las redes sociales: efectos negativos significativos en imagen corporal, pérdida de salud mental (salud mental incluye estrés, depresión, ansiedad / bajo bienestar psicológico o pocas capacidades de afrontamiento) y baja autoestima (McComb et al., 2023). Por otro lado, los artículos reflejan emociones negativas, miedo a perderse de algo (Riordan et al., 2021). Por último, se arrojó baja motivación por la actividad física y aislamiento, (Gilbert et al., 2021).

En Oceanía se han realizado gran variedad de estudios cuantitativos utilizando el instrumento de metaanálisis, en el cual se presenta un ascenso en la adicción a las redes sociales, autoevaluaciones y sentimientos dañinos (McComb, et al., 2023), en comparación con África que manifiesta similitudes

en estudios, también cuantitativos, con instrumentos de medición a través de encuestas que demuestran las problemáticas que tienen los adolescentes como la depresión, el suicidio, el pánico y las fobias (Sherien et al., 2022), se reflejan muchas dificultades y semejanzas entre los dos continentes, por ejemplo la ansiedad y la depresión.

África

El análisis realizado en este continente da muestra que, debido a la adicción a las redes sociales los jóvenes presentan las siguientes problemáticas: depresión, distimia, suicidio, pánico por ansiedad social y fobias (Sherien et al., 2022), son comorbilidades comunes en los adolescentes adictos. Además, se descubrió que las redes sociales implican riesgos potenciales, en términos de uso excesivo, problemático, comparación, ciberacoso y rendimientos académicos más bajos. (Senekal et al., 2022)

Europa

De acuerdo a la revisión realizada en este lado del mundo, más exactamente en el continente europeo, se puede determinar que se presentan los siguientes resultados en los jóvenes, quienes han manifestado rasgos importantes de afectaciones psicológicas debido a su adicción a las redes sociales: bajo bienestar y efectos negativos en su autoestima (Faelens et al., 2020). El usar constantemente las redes sociales lleva a que los jóvenes presenten complicaciones en su salud.

América

En América se pudo encontrar mayor número de artículos a comparación de otros continentes, y aquí se cuenta de cuáles fueron los resultados: Falta de control personal (Rosero et al., 2022). Manía por las notificaciones de las redes sociales y necesidad (Cabero et al., 2020). Uso social y nomofobia a favor del género femenino, y en rasgos frikis a favor del género masculino (Klimenko et al., 2021). Conducta agresiva (Roque et al., 2022). Ansiedad, depresión, adiposidad corporal (Campos et al., 2021). Baja autoestima, menor bienestar psicológico (Jesús et al., 2022,). Una variable importante en América es la utilización de las redes sociales por personas introvertidas buscando socializar de manera virtual. (Estrada et al., 2020).

Asia

El continente asiático da muestra a través de sus estudios los siguientes resultados: Se presenta una constante soledad en los jóvenes, baja relación social y no comparten con familiares y amigos (Bassam, Samah & El Awadya, 2022,). Por otro lado, son las mujeres las que tienen mayor tiempo de uso en móviles y por su parte los hombres lo usan como una herramienta para socializar pero terminan con dependencia a estas (Wang, Xinghua, 2020). Como aspecto positivo también utilizan las redes como medio de información y de estudio.

Los hallazgos manifestados anteriormente demuestran que los jóvenes al pasar mayor tiempo de desconexión a las redes sociales, aumentan los síntomas de ansiedad y depresión. Puesto que las redes sociales se han convertido en un atractivo para estas edades. Lamentablemente su inadecuado uso trae a ellos una serie de riesgos psicológicos, ya que su influencia es negativa.

Discusión y Conclusiones

Las Investigaciones seleccionadas para hacer este análisis surgen inicialmente de los continentes: América, Asia, África, Europa, India y Oceanía. Los cuales han dado aportes significativos desde los distintos países de los continentes mencionados y demuestran que el acercamiento a las redes sociales es cada vez mayor en sus territorios.

Cabe resaltar que la investigación del tema de acuerdo a la revisión realizada, se concentra mayormente en el periodo 2016-2023 lo que demuestra que la inclinación por los científicos en enfocar su atención al uso de las redes sociales en los jóvenes ha aumentado.

El acercamiento que han hecho los jóvenes a las redes sociales es un hecho debido a que muchas veces buscan suplir la soledad y la falta de compañía por estos medios sin ningún tipo de exigencias que se requieren en el caso de buscar amistades de manera personal (Turckle et al., 2021). Los efectos negativos se ven reflejados en el continente asiático son la soledad como uno de los factores que desencadena las adicciones pues son jóvenes que tienen pocos amigos, estos factores hacen que sean propensos a poder desencadenar adicciones a las redes sociales, pues buscan un tipo de refugio o ser integrante en las redes (Casinello et al., 2022).

Existe una significativa cifra de investigaciones que elaboran el concepto de la adicción a las redes sociales utilizando criterios parecidos a la hora de

analizar en profundidad dicho fenómeno. Con base en la revisión realizada, el término referido mayormente usado y documentado en el momento de analizar el comportamiento de los jóvenes al hacer uso de las redes sociales no se puede desligar de las afectaciones psicológicas que esta adicción genera en ellos.

Haciendo un comparativo entre los efectos psicológicos negativos que tiene la adicción de los jóvenes a las redes sociales se puede analizar que en los continentes de Oceanía, África, Europa y América aparecen relacionadas las afectaciones que tienen que ver con la depresión y baja autoestima de los jóvenes y es que el solo hecho de usar cualquiera de las redes sociales ha ocasionado que sean muy vulnerables. El tipo de sensaciones que presentan al no ser parte de ciertos grupos y en sus medios sociales ocasionan procesos que se caracterizan por estadios de depresión y ansiedad (Szydlo et al, 2019).

Cabe resaltar acerca de los jóvenes que son los principales consumidores del internet y sus herramientas, como son las redes sociales. Según estadísticas recientes en cuanto al crecimiento que se tuvo a nivel digital en Colombia se afirma que Colombia cuenta con 45.80 millones de personas que son usuarios de las redes sociales y se encuentran activos, esto representa un porcentaje del 81% de toda la población colombiana. (Medina et al, 2022).

Por tal razón, concentrar la atención en esta población es algo necesario como resultado de las singularidades del periodo estipulado y los avances exponenciales que tienen las redes sociales.

Las afectaciones psicológicas del uso excesivo de las redes sociales en jóvenes son múltiples, se puede referir que la percepción misma de manera negativa tiene relación con un mayor tiempo de uso de las redes sociales. De esta manera, ciertas características de personalidad como, el neuroticismo, el narcisismo, la depresión y la ansiedad, entre otros, aparecen como una afectación psicológica importante por el abuso a las redes sociales (Caci et al., 2020). De ese modo, el acompañamiento social para el uso de la virtualidad es un componente significativo que se vincularía con la adicción a las redes sociales, al igual que la falta del dominio de las emociones. Las investigaciones revisadas sobre el tema demuestran la importancia que tiene la capacidad reducida del autocontrol en el uso de las redes sociales.

Por otro lado, el agrado con la propia vida y los concretos tipos de apego, son afectaciones psicológicas vinculadas significativamente con el uso excesivo de las redes sociales (Guzmán et al., 2015).

Con respecto al deterioro de la interacción social se percibe que el deficiente vínculo entre los jóvenes y sus familiares o padres puede ser producto de esta adicción. Según investigaciones que se han realizado

recientemente las redes sociales alteran de forma significativa las relaciones que existen a nivel familiar pues permiten que exista una comunicación constante con los familiares que se encuentran lejos, pero produce que los jóvenes se alejen de su entorno familiar más cercano (Franco et al., 2022).

Además de ello, se puede mencionar dentro de este aspecto que los bajos niveles de aprobación entre los hombres jóvenes están relacionados con la adicción a las redes sociales y que la soledad es una afectación psicológica de la misma fuente, puesto que poner la atención a esta situación es fundamental. En resumen, son muchas las causas que influyen en este rasgo comportamental en los jóvenes, lo que determina estimarlo no sólo de manera comprensiva sino también en un posible choque en la construcción de actos de prevención o de prevención en esta situación.

Por último, los factores planteados en este artículo de revisión deben analizarse y profundizar para futuras investigaciones con el fin de fomentar acciones concernientes a la realidad particular de los jóvenes. La actuación oportuna, el acompañamiento adecuado, tal como lo muestran las revisiones, es esencial desde la manifestación al uso excesivo de las redes sociales. Siendo además considerablemente significativo analizar e interpretar sus consecuencias heterogéneas.

Por último, en el parámetro de la previsión es imprescindible declarar y aumentar la función importante de la familia en la manifestación de estos patrones y conductas a las afectaciones psicológicas.

Referencias

- Araujo, D. (2017). *Relación Entre Rasgos de Personalidad y el Uso y Uso Problemático de Internet en Adolescentes*. Tesis de Grado. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/173380>
- Bakry, H., Almater, A. A., Alslami, D. M., Ajaj, H. S., Alsowayan, R. A., Almutairi, A. F., & Almoayad, F. (2022). Social media usage and loneliness among Princess Nourah University medical students. *Middle East Current Psychiatry*, 29(1), 50. <https://doi.org/10.1186/s43045-022-00217-w>
- Bassam, S. E. A., & AhmedQalawa, S. A. (2022). Risk of social media and computer games on physical and health well-being of children and their parents. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 1321-1329. <https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.S09.158>

- Bernal, C., & Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, 20(40), 25-30. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-02>
- Beyari, H. (2023). The Relationship between Social Media and the Increase in Mental Health Problems. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2383. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032383>
- Bhandarkar, A. M., Pandey, A. K., Nayak, R., Pujary, K., & Kumar, A. (2021). Impact of social media on the academic performance of undergraduate medical students. *Medical journal armed forces India*, 77, S37-S41. <https://doi.org/10.1016/j.mjafi.2020.10.021>
- Bischof-Kastner, C., Kuntsche, E., & Wolstein, J. (2014). Identifying problematic internet users: development and validation of the internet motive questionnaire for adolescents (IMQ-A). *Journal of Medical Internet Research*, 16(10), 1-12. <https://doi.org/10.2196/jmir.3398>
- Bueno Cuadra, R., Martínez Portillo, A., & Barboza Navarro, E. (2019). Indicadores de adicción a las redes sociales y factores de personalidad eficaz en escolares de secundaria de Lima. *Revista Psicológica Herediana*, 12(2), 37-47. <https://doi.org/10.20453/rph.v12i2.3642>
- Buda, G., Lukoševičiūtė, J., Šalčiūnaitė, L., & Šmigelskas, K. (2021). Possible effects of social media use on adolescent health behaviors and perceptions. *Psychological reports*, 124(3), 1031-1048. <https://doi.org/10.1177/0033294120922481>
- Cabero-Almenara, Julio, Pérez-Díez de los Ríos, José Luis, & Valencia-Ortiz, Rubicelia. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia*, 27, e11834. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>
- Caci, B., Cardaci, M., Tabacchi, M. E., & Scrima, F. (2014). Personality variables as predictors of Facebook usage. *Psychological reports*, 114(2), 528-539. <https://doi.org/10.2466/21.09.PR0.114k23w6>
- Campos, R. G., Albornoz, C. U., Espinoza, R. V., Riveros, J., Opazo, O., Portugal, M. R., ... & Méndez Cornejo, J. (2021). Uso de redes sociales, ansiedad, depresión e indicadores de adiposidad corporal en adolescentes. *Salud (i) Ciencia*, 24(6), 327-332. <http://dx.doi.org/10.21840/siic/158538>
- Cardona-Arias, JA, Pérez-Restrepo, D., Rivera-Ocampo, S., Gómez-Martínez, J., & Reyes, Á. (2015). Prevalencia de ansiedad en estudiantes universitarios. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 11(1), 79-89.

- Castro Ríos, J. M., Gómez Sánchez, E., Rodríguez Yepes, L. V., Toro Carvajal, C., & Zapata Zapata, A. M. (2020). Ansiedad social y adicción a redes sociales en adolescentes del valle de Aburrá en función del estrato socioeconómico y el sexo. Trabajo de grado. Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/811>
- Chang, F., Chiu, C., Lee, C., Chen, P., & Miao, N. (2014). Predictors of the initiation and persistence of internet addiction among adolescents in Taiwan. *Addictive Behaviors*, 39(10), 1434-1440. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.05.010>
- Gómez, W. N. C., Rodríguez, H. M. D., López, M. I. M., & Lira, E. T. (2018). Redes sociales: su influencia en la personalidad y en las relaciones sociales de estudiantes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 4(7), 20-29. <https://psicoeducativa.edusol.info/index.php/rpsicoedu/article/view/83>
- Dule A, Abdu Z, Hajure M, Mohammedhusein M, Girma M, Gezimu W, et al. (2023) Facebook addiction and affected academic performance among Ethiopian university students: A cross-sectional study. *PLoS ONE* 18(2), e0280306. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280306>
- Echeburúa, E. & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, [S.l.], 22(2), 91-96. <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>.
- Estrada Araoz, E. G., Zuloaga Araoz, M. C., Gallegos Ramos, N. A., & Mamani Uchasara, H. J. (2021). Adicción a internet y habilidades sociales en adolescentes peruanos de educación secundaria. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 40(1), 74-80. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4675699>
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Soenens, B., Van Gaeveren, K., De Marez, L., De Raedt, R., & Koster, E. H. (2021). Social media use and well-being: A prospective experience-sampling study. *Computers in Human Behavior*, 114, 106510. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106510>
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Fried, E., De Raedt, R., & Koster, E. H. (2019). Negative influences of Facebook use through the lens of network analysis. *Computers in Human Behavior*, 96, 13-22. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.02.002>
- Flores, N., Jenaro, C., González, F., Martín, E. & Poy, R. (2013). Adicción al móvil en alumnos de secundaria: efectos en la convivencia. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 3(3), 215-225.
- Gilbert, G., Williamson, C., Richards, J., Collyer, T. A., & Kelly, P. (2021). Do framed mental health messages on social media Influence University

students' motivation for physical activity?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8671. <https://doi.org/10.3390/ijerph18168671>

- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. *Behavioral Addictions*, 119-141. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00006-9>
- Glaser, P., Liu, J. H., Hakim, M. A., Vilar, R., & Zhang, R. (2018). Is social media use for networking positive or negative? Offline social capital and internet addiction as mediators for the relationship between social media use and mental health. *New Zealand Journal of Psychology*, 47(3), 12-18.
- Gutiérrez, D. V., Higuera, S. N. F., & Romero, B. P. M. (2022). Redes sociales virtuales, autoestima, rendimiento académico y hábitos de estudio en estudiantes de enseñanza media de dos comunas de la Provincia de Concepción, Chile. *Perspectivas: revista de trabajo social*, (39), 107-126.
- Han, N., Li, S., Huang, F., Wen, Y., Su, Y., Li, L., ... & Zhu, T. (2023). How social media expression can reveal personality. *Frontiers in Psychiatry*, 14, 1052844. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2023.1052844>
- Hanprathet, N., Manwong, M., Khumsri, J., Yingyeun, R., & Phanasathit, M. (2015). Facebook addiction and its relationship with mental health among Thai high school students. *Journal of the Medical Association of Thailand*, 98(3), 81-90. <http://www.jmatonline.com/index.php/jmat/article/view/6290#>
- Henzel, V., & Håkansson, A. (2021). Hooked on virtual social life. Problematic social media use and associations with mental distress and addictive disorders. *PloS one*, 16(4), e0248406. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248406>
- Huang, M. P., & Alessi, N. E. (1997). "Internet addiction, Internet psychotherapy": Reply. *The American Journal of Psychiatry*, 154(6), 890. <https://psycnet.apa.org/record/1997-04662-040>
- Jabeen, F., Tandon, A., Azad, N., Islam, A. N., & Pereira, V. (2023). The dark side of social media platforms: A situation-organism-behaviour-consequence approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122104. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122104>
- Jesus-Carbajal, O., Vivar-Bravo, J., Fernández Pérez, Y. D., Matta Huerta, C. R., Mera Paucar, G. E., Vasquez Ruiz, O. N., & Quiza Añazco, C. (2022). Bienestar psicológico y uso de redes sociales en estudiantes del Instituto ICT, Huancayo. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 6(22), 147-162. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i22.323>

- Kayış, A., Satici, S., Yilmaz, M., Şimşek, D., Ceyhan, E., & Bakioğlu, F. (2016). Big five personality trait and internet addiction: a meta-analytic review. *Computers in Human Behaviors*, 63, 35-40. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.012>
- Klimenko, O., Cataño Restrepo, Y. A., Otálvaro, I. & Úsuga Echeverri, S. J. (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente* 24(46), 1-33. <https://doi.org/10.17081/psico.24.46.4382>
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2011). Online social networking and addiction - a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Lee, E., Ho, S., & Lwin, M. (2017). Extending the social cognitive model- examining the external and personal antecedents of social network sites use among Singaporean adolescents. *Computers in Human Behavior*, 67, 240-251. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.030>
- Lelisho, M. Pandey, D. Alemu, B. Pandey, B. Tareke, S. (2023). The Negative Impact of Social Media during COVID-19 Pandemic. scopus.
- Mazzoni, E., Baiocco, L., Cannata, D., & Dimas, I. (2016). Is the internet the cherry on top or a crutch? Offline social support as moderator of the outcomes of online social support on problematic internet use. *Computers in Human Behavior*, 56, 369-374. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.032>
- McComb, C. A., Vanman, E. J., & Tobin, S. J. (2023). A meta-analysis of the effects of social media exposure to upward comparison targets on self-evaluations and emotions. *Media Psychology*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2180647>
- Mengistu, N., Habtamu, E., Kassaw, C., Madoro, D., Molla, W., Wudneh, A., ... & Duko, B. (2023). Problematic smartphone and social media use among undergraduate students during the COVID-19 pandemic: In the case of southern Ethiopia universities. *Plos one*, 18(1), e0280724. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280724>
- Molina, K. Medina, M. (2020). *Revisión Documental: Efectos psicológicos de las redes sociales e internet en adolescentes*. Tesis de grado. Universidad de Pamplona.
- Moreira de Freitas, R. J., Carvalho Oliveira, T. N., Lopes de Melo, J. A., do Vale e Silva, J., de Oliveira e Melo, K. C., & Fontes Fernandes, S. (2021).

Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería Global*, 20(64), 324-364.

- Navarro-Mancilla, Á. A., & Rueda-Jaimes, G. E. (2007). Adicción a Internet: revisión crítica de la literatura. *Revista colombiana de Psiquiatría*, 36(4), 691-700
- Orosz, G. Király, I., & Bóthe, B. (2016). Four facets of facebook intensity - the development of the multidimensional Facebook intensity. *Personality and Individual Differences*, 100, 95-104. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.11.038>
- Pinargote-Baque, K. Y., & Cevallos-Cedeño, A. M. (2020). El uso y abuso de las nuevas tecnologías en el área educativa. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 517-532. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1297>
- Roque Rengifo, D. O., Alvarez Monteza, M., Gastelo Barrantes, K. J., & Ramírez Vega, C. (2022). Adicción a redes sociales y agresión en los adolescentes de la provincia de San Martín. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 15(1), 60-69. <https://doi.org/10.17162/rccs.v15i1.1756>
- Rosero Bolaños, A. D., Eraso Meléndez, J. S., Villalobos Galvis, F. H., & Herrera López, H. M. (2022). Validación del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) en una muestra de adolescentes colombianos. *Informes Psicológicos*, 22(2), 29-45.
- Senekal, J. S., Ruth Groenewald, G., Wolfaardt, L., Jansen, C., & Williams, K. (2023). Social media and adolescent psychosocial development: a systematic review. *South African Journal of Psychology*, 53(2), 157-171. <https://journals.co.za/doi/abs/10.1177/00812463221119302>
- Sherien Ahmed, K. Hadeer, K. Hussien, E. (2022). (2022). The prevalence of problematic internet use among a sample of Egyptian adolescents and its psychiatric comorbidities. *International journal of social psychiatry*, 68(2), 294-300. <https://doi.org/10.1177/0020764020983841>
- Sujarwoto, Saputri, R. A. M., & Yumarni, T. (2023). Social media addiction and mental health among university students during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *International journal of mental health and addiction*, 21(1), 96-110. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00582-3>
- Tamayo Pérez, W. A., García Mendoza, F., Quijano León, N. K., Corrales Pérez, A., & Moo Estrella, J. A. (2012). Redes Sociales en Internet, Patrones de Sueño y Depresión. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 17(2), 427-436. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=29224159005>

- Turel, O., & Bechara, A. (2017). Effects of motor impulsivity and sleep quality on swearing, interpersonally deviant and disadvantageous behaviors on online social networking sites. *Personality and Individual Differences, 108*, 91-97. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.12.005>
- Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay Ruiz, U. y Fernández Robles, B. (2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Tecnología, Ciencia y Educación, 18*, 99-125.
- Vernon, L., Barber, B., & Modecki, K. (2015). Adolescent problematic social networking and school experiences: the mediating effects of sleep disruptions and sleep quality. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18*(7), 386-392. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0107>
- Wang, Y., Wu, A., & Lau, J. (2016). The health belief model and number of peers with internet addiction as inter-related factors of internet addiction among secondary school students in Hong Kong. *BMC Public Health, 16*, 272. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-2947-7>
- Wang, X. (2020). Mobile SNS addiction as a learned behavior: a perspective from learning theory. *Media Psychology, 23*(4), 461-492. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1605912>
- Wolniczak, I., Cáceres, J., Palma, G., Arroyo, K., Solís, R., Paredes, S., ... Bernabe, A. (2013). Association between Facebook dependence and poor sleep quality: A study in a sample of undergraduate students in Peru. *PLoS ONE, 8*(3), 1-5. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0059087>
- Xanidis, N., & Brignell, C. M. (2016). The association between the use of social network sites, sleep quality and cognitive function during the day. *Computers in human behavior, 55*, 121-126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.004>
- Yazdani, D. Abir, T. Qing, Y. Ahmad, J. Al Mamun, A. Zainol, N. Kakon, K. Agho, K. Wang, S. (2022). Social media addiction and emotions during the disaster recovery period—The moderating role of post-COVID timing. *Plos one, 17*(10), e0274898. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274898>
- Yellowlees, P. M., & Marks, S. (2007). Problematic Internet use or Internet addiction?. *Computers in human behavior, 23*(3), 1447-1453. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.05.004>
- Zabala Baquero, S. S. (2021). *Ansiedad, Síntomas de Adicción a las redes sociales y Procrastinación en Adolescentes de Colegios Públicos de Villavicencio*. Trabajo de grado. Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/33756>