



**Facultad de
Enfermería**

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN ENFERMERÍA
FACULTAD DE ENFERMERÍA
VALLADOLID

UVa

CURSO 2022/2023

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**INFLUENCIA DE LAS REDES
SOCIALES EN LOS HÁBITOS DE
LOS ADOLESCENTES**

Henar Entrambasaguas Veiga

Tutora: Verónica Velasco González

RESUMEN

Introducción: La aparición de las redes sociales unida al aumento del uso de las tecnologías y la disminución en la edad del uso de las mismas, hacen necesario entender cómo funcionan y si estas provocan un cambio en los hábitos de vida de los adolescentes.

Objetivos: Analizar la presencia y actividad de diferentes redes sociales en un grupo adolescentes. Estudiar la posible influencia del uso de estas redes sociales en los hábitos de vida de este grupo de adolescentes.

Metodología: Investigación observacional, transversal y descriptiva. Se distribuyó un cuestionario *ad-hoc* entre los estudiantes de 3º de la ESO a 2º de Bachillerato del Colegio San José de Valladolid.

Resultados: Se obtuvo una participación del 6% frente a la población inicial. El 37,5% de la muestra era de género femenino y el 62,5% masculino. La edad media fue de 15,79 ($\pm 1,31$) años. La red social más utilizada fue *Instagram* (27%). La media diaria de utilización fue de 2,34 ($\pm 0,91$) horas. El bloque más consultado por el género femenino fue el de moda 3,11 ($\pm 1,05$). Por el masculino el de actualidad 3,53 ($\pm 1,64$). En todos los bloques, tiende a ser mayor la consulta que la influencia.

Conclusiones: La presencia y actividad en redes sociales de los estudiantes de la muestra es muy elevada. La influencia que ejercen las redes sociales se asocia al conjunto de ellas. Esta influencia está además ligada a la capacidad de consulta. El papel de la enfermera escolar se redescubre como una buena herramienta.

Palabras clave: influencia, redes sociales, adolescencia y hábitos de vida.

ABSTRACT

Introduction: The emergence of social networks coupled with the increase in the use of technologies and the decrease in the age of their use, make it necessary to understand how they work and whether they provoke a change in the life habits of adolescents.

Objectives: To analyse the presence and activity of different social networks in a group of teenagers. To study the possible influence of the use of these social networks on the lifestyle habits of this group of adolescents.

Methodology: Observational, cross-sectional and descriptive research. An ad-hoc questionnaire was distributed among students from 3rd year of ESO to 2nd year of Bachillerato at the San José School in Valladolid.

Results: A participation rate of 6% was obtained compared to the initial population. Of the sample, 37.5% was female and 62.5% was male. The mean age was 15.79 (\pm 1.31) years. The most used social network was Instagram (27%). The average daily use was 2.34 (\pm 0.91) hours. The most consulted block by the female gender was fashion 3.11 (\pm 1.05). For men, the most consulted block was current affairs 3.53 (\pm 1.64). In all blocks, consultation tends to be higher than influence.

Conclusions: The presence and activity on social networks of the students in the sample is very high. The influence exerted by social networks is associated with all of them. This influence is also linked to the capacity for consultation. The role of the school nurse is rediscovered as a good tool.

Key words: influence, social networks, adolescence and living habits.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. JUSTIFICACIÓN.....	10
3. OBJETIVOS.....	10
4. MATERIAL Y MÉTODOS.....	11
4.1. DISEÑO:	11
4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA:	11
4.3. DURACIÓN:.....	11
4.4. PROCEDIMIENTO:.....	11
4.5. CRONOGRAMA.....	12
4.6. VARIABLES:	13
4.7. ANÁLISIS ESTADÍSTICO:.....	13
4.8. CONSIDERACIONES ÉTICO LEGALES.....	14
5. RESULTADOS.....	15
5.1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS.....	15
5.2. USO DE LAS REDES SOCIALES	15
5.3. MODIFICACIÓN DE LOS HÁBITOS.....	18
6. DISCUSIÓN.....	22
7. CONCLUSIONES.....	28
8. BIBLIOGRAFÍA.....	29
9. ANEXOS.....	31
a. ANEXO I: CONSENTIMIENTO INFORMADO	31
b. ANEXO II: CUESTIONARIO.	32

1. INTRODUCCIÓN

El diccionario de la Real Academia Española define el término red social como el “servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo” (1). Las redes sociales más utilizadas en España en el último año han sido: *WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter* (2).

Por otro lado se denominan “hábitos de vida saludables” a todas aquellas acciones que se llevan a cabo de manera habitual es la vida y que influyen de manera positiva en la salud (3).

Por último, la Organización Mundial de la Salud define como adolescencia a “la fase de la vida que va de la niñez a la edad adulta, es decir desde los 10 hasta los 19 años, que “representa una etapa singular del desarrollo humano y un momento importante para sentar las bases de la buena salud” (4).

En los últimos años se ha producido un aumento del uso de los teléfonos móviles o smartphones en nuestra sociedad (5,6) y por lo tanto, el uso de las redes sociales también se ha convertido en algo cada vez más presente en la vida tanto social como personal, particularmente entre la población joven y adolescente (7).

Desde el confinamiento por la pandemia del Covid-19, la utilización de aparatos electrónicos y de los canales de comunicación virtuales ha crecido por la necesidad de su utilización en ámbitos como el escolar. Como consecuencia de esta situación, la edad con la que la población infantil y adolescente ha comenzado a utilizar las redes sociales se ha visto reducida (8).

A esto se une la tendencia individualista de la sociedad, que se ve exacerbada por el uso de las redes sociales. Las interacciones han pasado de ser de manera física a ser a través de una pantalla, por lo que si se hace un uso negativo de las redes puede llevar a un aislamiento y a no saber exactamente quién y cómo es la persona con la que se está hablando. Sin embargo, hay estudios que afirman que el buen uso de las redes sociales puede reforzar los lazos familiares y de amistad, ya que son una manera inmediata y sencilla de estar en todo momento conectados (6,9,10).

Uno de los peligros asociados a la utilización generalizada de las redes sociales por la población adolescente es la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran. Esta vulnerabilidad está agravada por la sobreexposición a la información que podemos encontrar en estas plataformas, y es especialmente alta si se compara con la de los adultos. La adolescencia, como se ha definido previamente, es una etapa de cambio y desarrollo en la persona, por lo que este bombardeo masivo, constante y generalizado de información puede generar efectos negativos en cuanto a autoestima y autoconcepto (11).

Estos efectos negativos se pueden ver más claramente en el uso de plataformas como *Instagram* o *Snapchat*, en las que se promueven cánones de belleza basados en ocasiones en una delgadez extrema y representados mediante filtros que permiten acercarse a esos ideales de belleza (12). Esto puede dar lugar a comparaciones del adolescente con otra gente de su edad o con los “*influencers*” a los que puedan seguir y que se han convertido en modelos de conducta a seguir (13). Esta comparación, unida a la presión social sentida en esta etapa vital, a su vez puede desencadenar la aparición de trastornos de la alimentación (13), trastornos de depresión y ansiedad (8) o adicciones y generalización de hábitos tóxicos que se presentan como modelos deseables de conducta (6).

Otro de los grandes problemas del uso masivo de las redes sociales se concreta en la aparición del ciberacoso o “*ciberbullying*”. Una gran mayoría de la población adolescente refiere que ha estado en contacto con casos de este tipo.

Se define ciberacoso como “el acoso o intimidación por medio de las tecnologías digitales. Puede ocurrir en las redes sociales, las plataformas de mensajería, las

plataformas de juegos y los teléfonos móviles. Se trata de un comportamiento que se repite y que busca atemorizar, enfadar o humillar a otras personas” (14).

El ciberacoso tiene la particularidad de que la persona acosada está disponible en todo momento para recibir este tipo de acoso. Además el elemento de anonimato del acosador hace que se sienta fuera del alcance de la víctima, que puede generar impotencia en el acosado (8).

En el caso de esta investigación no resulta tan interesante el término ciberacoso como tal, sino la posible influencia que pueden ejercer las opiniones de los compañeros de clase o gente de su entorno sobre su uso de las redes sociales. Esto puede deberse a que durante una parte de la adolescencia, los jóvenes utilizan las redes sociales para crearse una identidad de grupo junto con sus compañeros y por lo tanto se puede caer en malos hábitos de consumo debido a la falta de autorregulación y la posible presión de grupo ejercida sobre ellos (15).

Además de todos los elementos mencionados con anterioridad, las redes sociales no son ya únicamente una manera de comunicación entre personas, sino un instrumento publicitario, informativo y de marketing empresarial. La inmediatez y amplia cobertura que proporcionan las redes sociales hacen que cualquier producto (objetos de consumo de todo tipo, marcas, informativos, noticias sobre cualquier contenido) llegue a un mayor número de personas en un periodo de tiempo muy corto (6). Esto genera un problema a la población menor y adolescente, ya que en las redes sociales aún no existen tantas regulaciones publicitarias como en los medios de comunicación tradicionales. Ciertos productos cuya publicidad está prohibida en medios tradicionales por ser inadecuada (por ejemplo bebidas destiladas como la ginebra o el ron) encuentran en las redes sociales una manera sencilla de llegar también a esta parte de la población (6).

En muchas ocasiones además, los elementos publicitados por las personas con influencia dentro de las redes sociales o en la propia sociedad (*influencers*, artistas, deportistas de élite, etc.) son negativos para la salud de la población general. Muchas veces se publicitan dietas milagro o productos alimenticios que

promueven unos hábitos de vida muy poco saludables y que pueden derivar en problemas de alimentación (8).

Si a todo lo dicho con anterioridad se le suma el hecho de que las redes sociales tienen la capacidad de utilizar los datos de los perfiles de los usuarios (como por ejemplo el tipo de perfiles que siguen o las búsquedas recientes en internet) las redes sociales se convierten en una plataforma publicitaria adaptada a los gustos del consumidor y que por lo tanto será muy probable que termine consumiendo alguno de esos productos, ya sean beneficiosos o nocivos para su salud.

Otro de los peligros claves de las redes sociales es la sustitución paulatina que están ejerciendo sobre los medios de comunicación tradicionales (televisión, prensa o radio), y de hecho la mayoría de cadenas de televisión y radio, así como los periódicos, mantienen perfiles en redes sociales. La llegada de la información a cualquier persona que tenga un perfil en dichas redes tiene el componente positivo de la inmediatez. Sin embargo, un estudio realizado en China en el año 2020 a raíz de la pandemia del Covid-19 analiza el bombardeo de información y de contenido que ocurrió a inicios de la pandemia. A lo largo del estudio, se vio que muchos de los jóvenes que se informaban por las redes sociales cayeron en un estado de estrés y de ansiedad, y que en otros desastres mundiales anteriores como el 11S estas situaciones no llegaron a producirse ya que la información estaba centrada únicamente en unos pocos medios de comunicación (16).

Por otro lado, no se puede estudiar la influencia de las redes sociales en la población adolescente sin tener en cuenta el género de la persona que las usa. Ciertos estudios demuestran que la población femenina que usa estas plataformas prefiere utilizarlas para la comunicación con otros compañeros, conocer a otra gente o mantenerse informadas con los eventos de actualidad. Sin embargo, la mayoría de la población masculina prefiere utilizar las redes como medio de ocio y de aprendizaje de cosas nuevas (5,7,8).

Pese a la tendencia negativa que parece que existe alrededor de las redes sociales, ciertos estudios sacan conclusiones positivas en cuanto al uso de las mismas, como por ejemplo el aumento de la relación entre los usuarios o la

aparición de diferentes oportunidades a través de ellas (9,12). El uso negativo de las redes sociales no consiste únicamente en el tiempo que se dedica a las mismas, sino también a lo que es consumido por la población a lo largo de ese tiempo.

Una de las estrategias para promover el consumo responsable de las redes pasa por su normalización en la sociedad. Es importante que la sociedad sea consciente tanto de los efectos negativos como positivos que tienen, y debe hacer consciente de ello a la población infantojuvenil de los mismos, para que aprenda a ejercer un consumo y uso responsable de ellas (7). Un consumo no responsable de estas plataformas puede llegar a desencadenar y promover adicciones cuyos efectos negativos son equiparables a los de un síndrome de abstinencia (9,10).

Por otro último, los profesionales sanitarios deben ser conscientes también del impacto de las redes sociales sobre la salud y los hábitos de la población para así poder adaptar los tratamientos, terapias y educación para la salud de las posibles patologías que pueden surgir derivadas de su uso reiterado (13). De hecho, en ciertos estudios sobre la salud mental y su relación con las redes, se está estudiando la posibilidad de analizar el contenido y la información que puede subir o aparecer sobre un paciente en sus redes para poder así detectar de manera precoz patrones de ciertas enfermedades mentales como la depresión (17,18).

2. JUSTIFICACIÓN

En un contexto social en el que hay tanta información y estímulos desde tantas fuentes diferentes es muy importante saber seleccionar la información y valorarla con mirada crítica. Los mensajes están tan bien contruidos, que es difícil en muchas ocasiones incluso para los adultos saber distinguir entre lo que es relevante, irrelevante o incluso dañino. La población adolescente, mucho más vulnerable y sin criterios sólidos formados sobre las cuestiones importantes que les afectan, resulta mucho más influenciable y se encuentran en un riesgo mayor de modificar sus conductas o caer en hábitos no saludables que pueden ser potencialmente muy dañinos, como puede ocurrir con las dietas milagro, los modelos de relación interpersonal y tantas otras cosas (11).

Actualmente se aprecia una presencia creciente de adolescentes y preadolescente en redes sociales, y con este trabajo se pretende profundizar algo más en esta realidad, a partir de datos y no de impresiones.

3. OBJETIVOS

- Objetivo principal:
 - Analizar la presencia y actividad de diferentes redes sociales en un grupo de adolescentes.
- Objetivos secundarios:
 - Estudiar la posible influencia del uso de estas redes sociales en los hábitos de vida de este grupo de adolescentes.

4. MATERIAL Y MÉTODOS

4.1. DISEÑO:

Se ha realizado una investigación observacional, transversal y descriptiva.

4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA:

Cuatrocientos estudiantes del colegio San José de Valladolid, entre los 13 y los 19 años.

- Criterios de inclusión:
 - Estudiantes con consentimiento informado de sus padres firmado para autorizar la participación a los menores de 18 años.
 - Ambos géneros.
 - Pertenencia a los cursos de 3º, 4º de la ESO o 1º, 2º de Bachillerato.
- Criterios de exclusión:
 - No cumplir los criterios anteriores.

4.3. DURACIÓN:

Se realizó el proyecto entre los meses de noviembre 2022 y mayo de 2023.

4.4. PROCEDIMIENTO:

En primer lugar, se envió a través del correo electrónico interno del centro, un mensaje a todos los padres de los estudiantes de los cursos de 3º de la ESO a 2º de Bachillerato con el consentimiento informado para la recogida y uso de los datos para los tutores legales (anexo I), un documento con la justificación del trabajo y el cuestionario de elaboración propia (anexo II) realizado con la herramienta *Microsoft Forms 365* con la licencia de la Universidad de Valladolid.

El cuestionario cuenta con 23 preguntas divididas en tres bloques:

- Bloque de datos sociodemográficos.
- Bloque de uso de las redes sociales: redes con perfil, horas de consumo diario.

- Bloque de grado de modificación del comportamiento, dividido en cuatro bloques de interés (moda, nutrición y hábitos saludables, información de actualidad y hábitos de uso propio de redes sociales).
 - De estos cuatro bloques de interés tres de ellos (moda, nutrición y hábitos saludables y hábitos de uso propio de las redes sociales) se dividen en dos: consulta de perfiles o páginas que siguen esta temática e influencia en su día a día.
 - El bloque de actualidad cuenta únicamente con la sección de consulta de perfiles que siguen la temática.
 - En este bloque las preguntas se han contestado siguiendo una escala del 1 al 5, donde el valor inferior representa un interés bajo y el valor superior representa un interés elevado.

Tras la recogida de autorizaciones, se hizo una doble confirmación con el centro del nombre de los estudiantes para la confirmación de la existencia del permiso parental. Finalmente, los tutores enviaron a aquellos estudiantes con autorización un correo electrónico con el enlace del cuestionario (anexo II) para su contestación

Tras la recogida de datos, se eliminaron aquellas correspondientes a los estudiantes que no contaban con la autorización legal de sus tutores. Una vez descartadas todas las repuestas que no seguían los criterios de inclusión, se procedió a anonimizar la muestra para iniciar el análisis de datos.

4.5. CRONOGRAMA

A continuación, se presenta el cronograma seguido por el estudio (tabla 1).

Tabla 1: Cronograma.

	NOVIEMBRE 2022 – MAYO 2023					
	Nov – Dic	Dic	Feb – Mar	Mar	Abr – May	May
Diseño y solicitud de permiso.						
Inicio de la recogida de consentimientos						
Primer envío del cuestionario.						
Segundo envío del cuestionario.						

Tercer envío del cuestionario.						
Análisis de datos.						
Resultados y conclusión.						
Elaboración del informe.						

4.6. VARIABLES:

Las variables que se tuvieron en cuenta a la hora de analizar los datos fueron las siguientes:

- Variables sociodemográficas: edad, curso académico y género con el que se identifican.
- Variables para el estudio del uso de redes sociales:
 - Red social en la que tienen un perfil.
 - Tiempo diario (horas) que pasan en redes sociales.
 - Intereses personales.
 - Grado de modificación del comportamiento a raíz de la presencia en redes (escala *Likert* 1-5): dividida a su vez en cuatro bloques equivalentes a los bloques interés descritos en las preguntas del cuestionario.
 - Moda y tendencias.
 - Nutrición y hábitos de vida.
 - Actualidad.
 - Uso de las redes sociales (número o tipo de publicaciones que suben a sus redes sociales).

4.7. ANÁLISIS ESTADÍSTICO:

Para el análisis estadístico se ha utilizado la herramienta Excel de *Microsoft 365* con licencia de la Universidad de Valladolid.

Las variables cuantitativas aparecen representadas en forma de media y desviación estándar (\pm DE). Mientras que las variables cualitativas se presentan en forma de frecuencias y porcentajes.

4.8. CONSIDERACIONES ÉTICO LEGALES

Para cumplir con la normativa ética y legal vigente establecida por la “Ley de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales” publicada el 5 de diciembre, 2018 (19), en relación con los participantes menores de edad, se necesitó el permiso de los progenitores o tutores legales. Para cerciorarse de que todos aquellos estudiantes que contestaron el cuestionario tenían dicho permiso, el formulario se contestó con nombre y apellidos. Las respuestas sin la autorización paternal para responder fueron eliminadas de forma automática, evitando así su posterior análisis estadístico.

Además del marco legal, el colegio San José sigue un manual de entorno seguro que indica lo siguiente: “No revelar, a persona alguna ajena al área de entorno seguro de la Compañía, los datos de carácter personal a los que se hayan tenido acceso como consecuencia del proceso de investigación excepto en el caso de que ello sea necesario para dar debido cumplimiento a obligaciones del abajo firmante o de la entidad impuestas por las leyes o normas que resulten de aplicación, o sea requerido para ello por mandato de la autoridad competente con arreglo a Derecho. Guardar con toda la diligencia posible la confidencialidad de aquella información que, con motivo del proceso de investigación, pudiera haber tenido acceso”(20).

Se ha obtenido la autorización del centro para la realización de la investigación.

Se han obtenido de la misma manera las autorizaciones de la Comisión de Ética de la Facultad de Enfermería de Valladolid y la del CEIm del Área de Salud Valladolid Este (PI 22-2956).

5. RESULTADOS

Se obtuvo una participación total de 24 estudiantes, siendo un porcentaje de respuesta muy bajo frente a la población diana de cuatrocientos estudiantes original, concretamente un 6%.

5.1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

- Un 37,5% eran mujeres (n=9) y un 62,5% hombres (n=15).
- En relación con la edad de los estudiantes: la **media de edad** fue de 15,79, ($\pm 1,32$).
- La **distribución por curso** de los estudiantes aparece representada en el siguiente gráfico (Figura 1), siendo la mayoría de 2º de Bachillerato 38% (n=9).

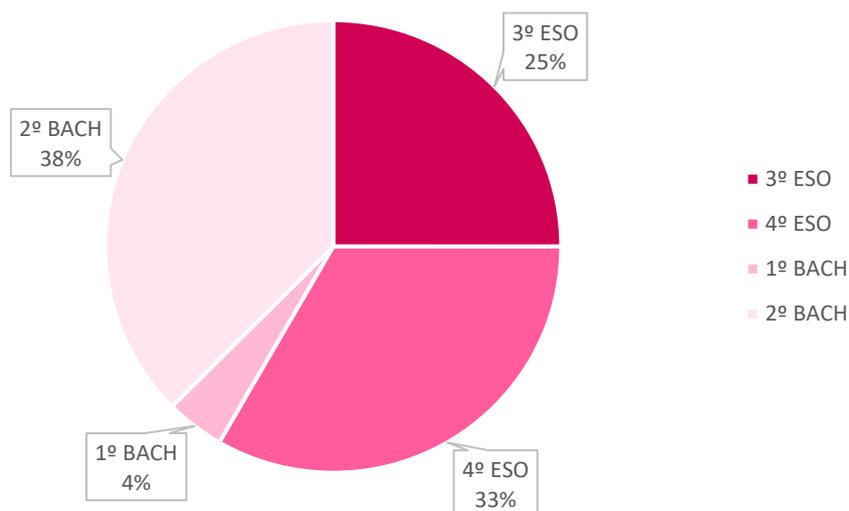


Figura 1: División de estudiantes según el curso en porcentajes.

5.2. USO DE LAS REDES SOCIALES

- En relación a las plataformas de **redes sociales más utilizadas**, que aparecen representadas en la figura 2, destaca *Instagram* en un 27% (n=22), seguida de *TikTok* con un 23% (n=19), *BeReal* con 20% (n=16), y 11% para *Snapchat* y *Twitter* (n=11 en ambas). La media de perfiles dados de alta en redes sociales que tiene la muestra es de 3,375 ($\pm 1,37$). El género femenino

tiene una media de 4,33 ($\pm 1,00$) frente al masculino que tiene una media de 2,8($\pm 1,26$).

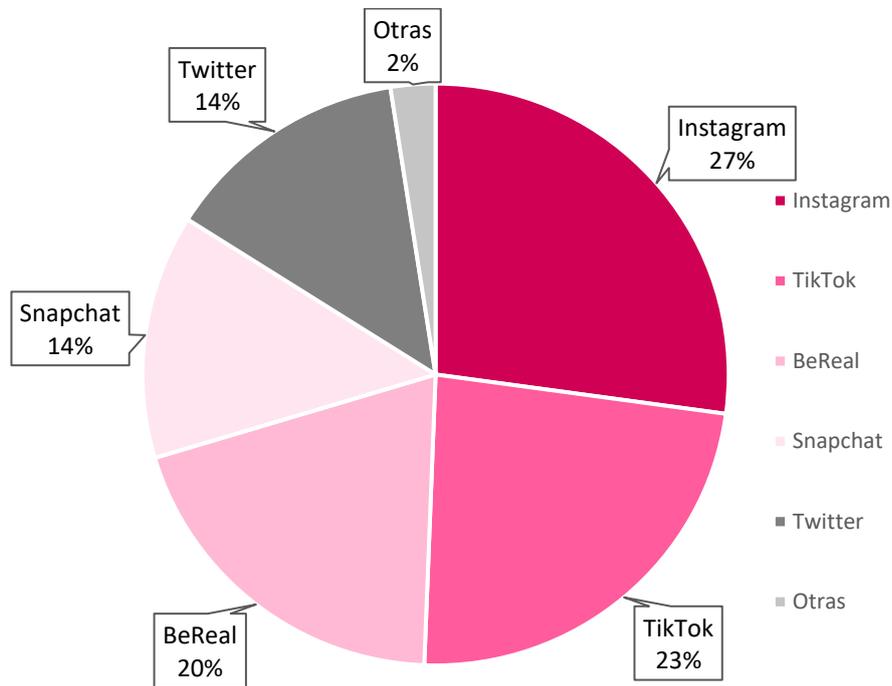


Figura 2: Red social más utilizada.

- En cuanto a las **redes sociales más utilizadas en función al género** (figura 3), para las mujeres las más utilizadas fueron *Instagram* y *TikTok* con un 100% (n=9) de utilización en ambas y para los hombres *Instagram* con un 86,6% (n=13).

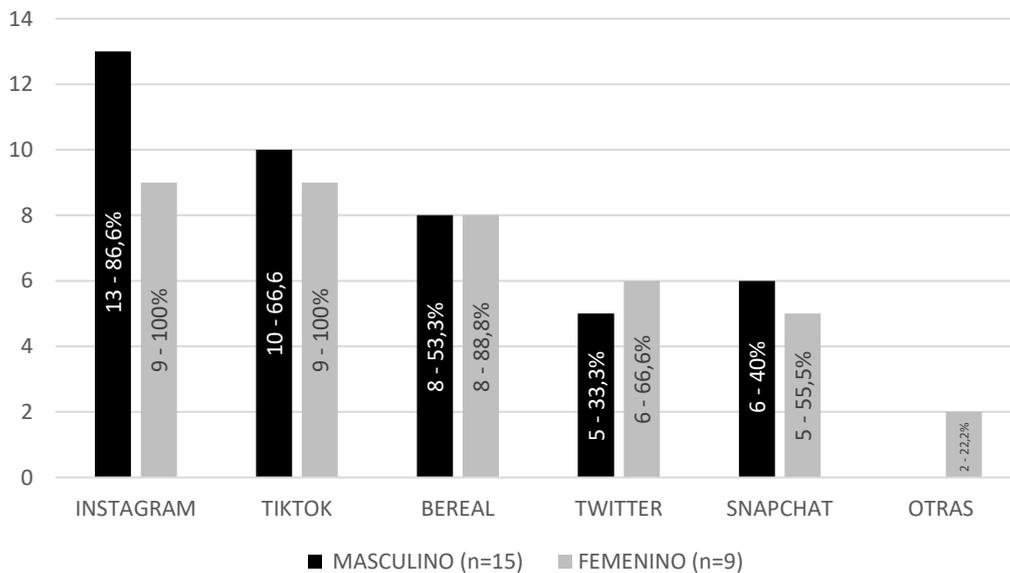


Figura 3: Red social más utilizada en función del género.

- En relación **al tiempo de utilización** de redes sociales diario, la media de horas diaria de utilización fue de 2,34 ($\pm 0,91$). Esta se puede dividir en dos bloques, en función de la edad y del género.
 - En cuanto a la **edad** de la población (figura 4), destacan que el máximo número de horas usadas se ha dado a los 16 años con una media de 3,4 (± 0) y el menor uso a los 17 con una media de 1,65 ($\pm 1,13$).

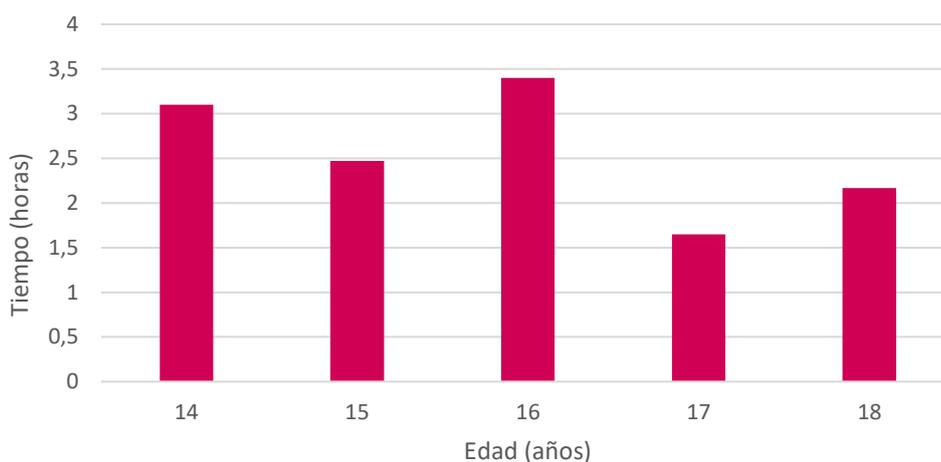


Figura 4: Media de tiempo diario consumido en redes sociales en función de la edad.

- En función del **género** de los estudiantes:
 - En cuanto al género femenino ha estado en redes sociales una media de tiempo de 2,14 ($\pm 0,96$) horas diarias.
 - El género masculino a su vez ha estado una media de tiempo es de 2,46 ($\pm 0,88$) horas diarias.
- Los **intereses personales** en función de la escala del cuestionario (donde 1 es nada de acuerdo y 5 muy de acuerdo), se encuentra representado en el siguiente gráfico (figura 5):
 - Bloque de actualidad: es el bloque más consultado, con una media de 3,29 ($\pm 1,45$).
 - Género femenino: ligeramente por debajo 2,88 ($\pm 1,05$).
 - Género masculino: ligeramente por encima de la media 3,53 ($\pm 1,64$)

- Moda: en segundo lugar, con una media de 2,625 (\pm 1,17).
 - o Género femenino: por encima de la media 3,11 (\pm 1,05)
 - o Género masculino: por debajo de la media 2,33 (\pm 1,17).
- Nutrición: tercer bloque de interés con una media de 2,375 (\pm 1,24).
 - o Género femenino: con una media de 2,33 (\pm 1,22).
 - o Género masculino: media de 2,4 (\pm 1,29).
- Hábitos de uso: último bloque de interés con una media de 1,70 (\pm 1,16).
 - o Género femenino: media de 1,55 (\pm 0,72).
 - o Género masculino: media de 1,8 (\pm 1,37).

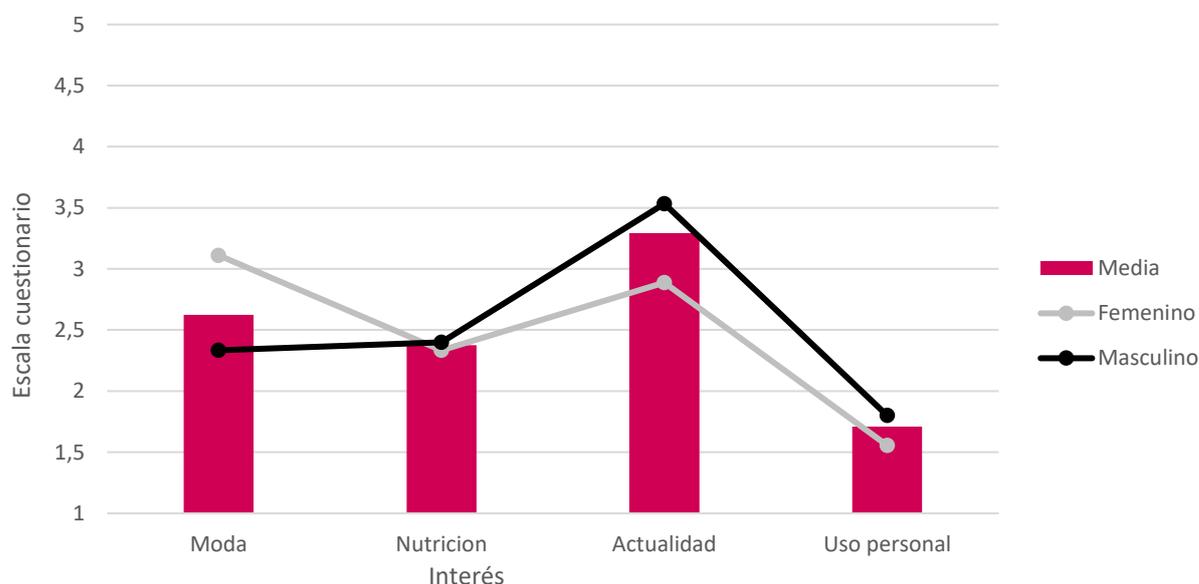


Figura 5: tiempo consumido en horas diarias en función de la consulta en cada bloque de interés.

5.3. MODIFICACIÓN DE LOS HÁBITOS

- Bloque de **hábitos de moda**:
 - En función de la **edad**, aparecen representados en la figura 6.
 - o En cuanto a la consulta de contenido sobre moda, se ve el valor más elevado a los 16 años con un 4 sobre 5 en la escala de interés y el valor más bajo a los 18, con un 1,67 sobre la escala de interés.

- La influencia de este contenido sin embargo se mantiene estable a lo largo de todas las edades en unos valores poco elevados (aproximadamente 2 sobre 5 en la escala de interés).
 - Cabe destacar que a los 18 años la consulta y consumo de información tiende a igualarse a la influencia.
- En función del **género**:
 - En el género femenino nos encontramos una media de consulta de 3,11 ($\pm 1,05$) y una media de influencia de 2,11 ($\pm 0,48$).
 - En el género masculino sin embargo, nos encontramos una media de consulta de 2,33 ($\pm 1,17$) y en cuanto a influencia, una media de 1,73 ($\pm 0,67$).
- Bloque de **nutrición y hábitos saludables**:
 - En función de la **edad**, aparecen representados en la Figura 7.
 - De nuevo aparece un pico elevado de consulta a los 16 años (3 sobre 5 en la escala de interés).
 - Cabe destacar que en los dos extremos de las edades analizadas (14 y 18 años), la consulta y la influencia tienden a igualarse.
 - En función del **género**:
 - En el género femenino contamos con una media de consulta de 2,33 ($\pm 1,22$) y una de influencia de 1,77 ($\pm 0,56$).
 - En el género masculino encontramos una media de consulta de 2,4 ($\pm 1,29$) y una de influencia de 1,55 ($\pm 0,69$).
- Bloque de **hábito de uso personal**:
 - En función de la **edad**, aparecen representados en la Figura 8.
 - Aparece una convergencia de los datos entre uso personal e influencia en las edades de 15 y 18 años. Mientras que entre ellas, a los 16 años, es destacable la predominancia de la influencia sobre el hábito de uso de las cuentas personales en las redes.

- En función del **género**:
 - o En el género femenino se tiene una media de uso personal de las redes de 1,55 ($\pm 0,72$) y una media de influencia de 1,59 ($\pm 0,31$).
 - o En el género masculino aparece una media de uso personal de 1,8 ($\pm 1,37$) y una media de influencia de 1,7 ($\pm 0,64$).
- Bloque de **actualidad**:
 - En función de la **edad**, aparecen representados en la Figura 9.
 - o Aparecen dos picos de consulta muy altos en los 15 y los 17 años, con un interés de 3,5 sobre 5 en la escala. Mientras que a los 16 años aparece un pico muy bajo con un valor de 1 sobre 5 en la escala de interés. En este caso no procede el estudio de la influencia que ejerce sobre sus hábitos.
 - En función del **género**:
 - o En el género femenino aparece una media de consulta de 2,88 ($\pm 1,05$).
 - o En el género masculino se observa una media de 3,53 ($\pm 1,64$).

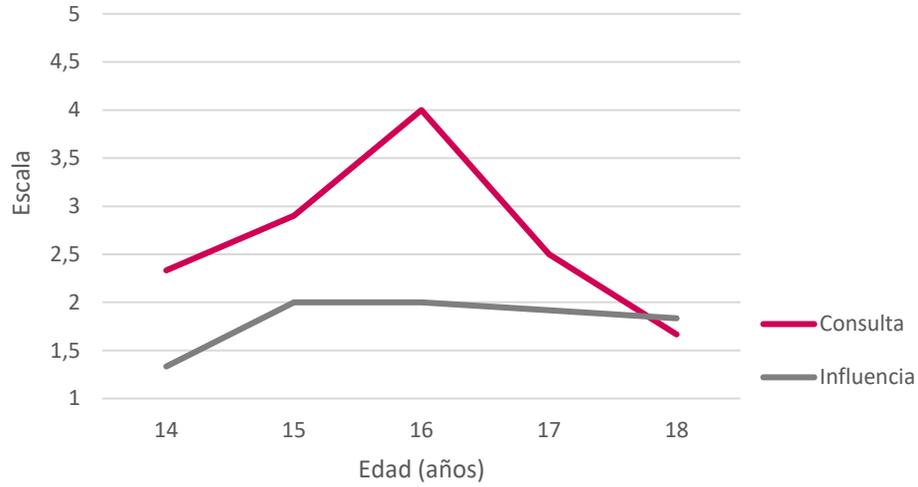


Figura 6: Media de la influencia y consulta en el bloque de interés de moda.

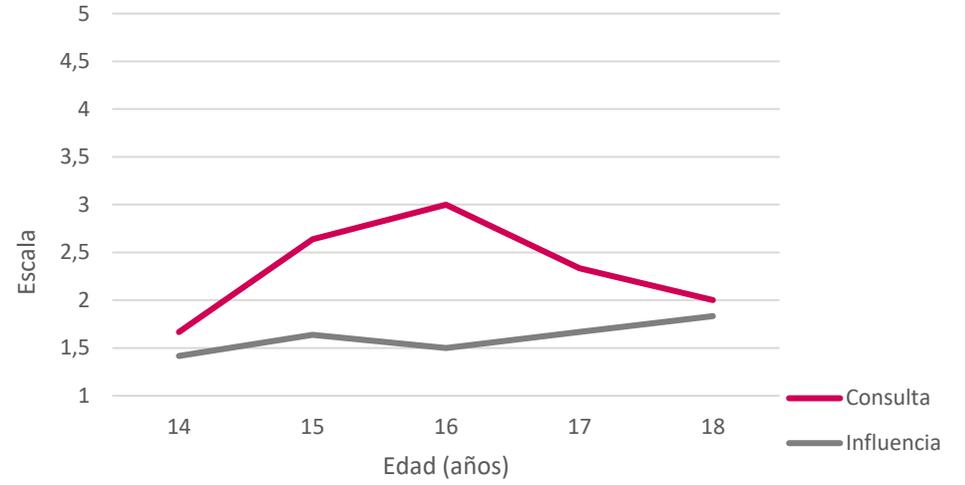


Figura 7: Media de la influencia y consulta en el bloque de interés de nutrición y hábitos saludables.



Figura 8: Media de la influencia y uso personal en el bloque de interés de hábitos de uso.

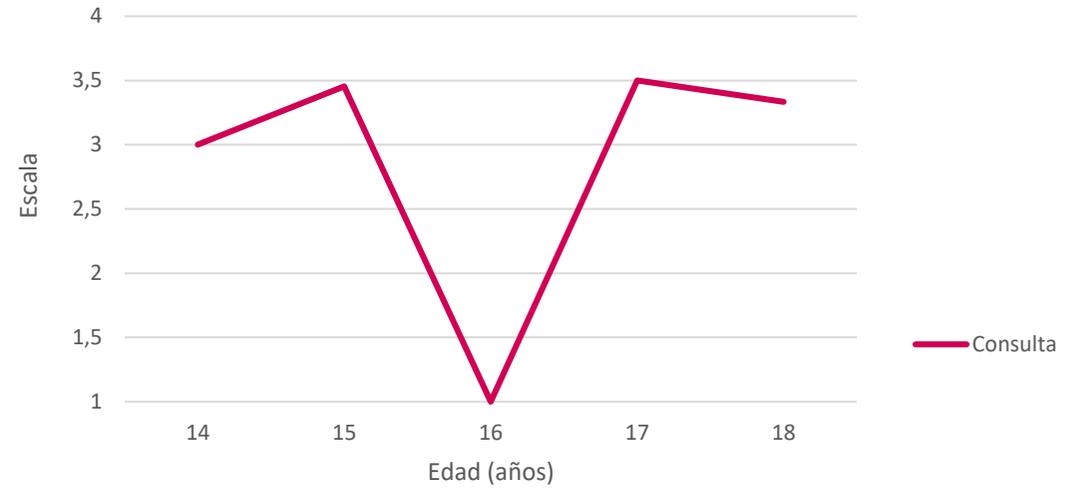


Figura 9: Media de la consulta en el bloque de interés de actualidad

6. DISCUSIÓN

Se distribuyó un cuestionario *ad-hoc* a una población total de 400 alumnos consiguiendo finalmente una participación de 24 (un 6%). La baja participación en el estudio ha hecho difícil poder hacer una investigación en mayor profundidad de los datos conseguidos.

Durante el estudio del número de horas de consumo de redes sociales frente a la edad de la población, llama especialmente la atención el elevado número de horas que dedican a las mismas (7). Si bien es cierto que como datos aislados no parecen tan exagerados (1,5 o 3,5 horas frente a las veinticuatro que tiene el día completo), si se ponen en el contexto de un estudiante de las características de la población, es decir, seis horas de clase por la mañana, el tiempo de estudio necesario añadido y el tiempo que se dedican a cosas de autocuidado como el sueño o la nutrición. Todo esto se traduce a que prácticamente todo el tiempo de ocio y tiempo libre que tienen lo dedican al consumo de estas plataformas.

Según ciertos estudios, los adolescentes españoles pasan una media de 58 minutos al día únicamente en la red social de Instagram (21), por lo que si se extrapolan esos datos a las tres o cuatro redes sociales que pueden llegar a tener, coinciden con los datos obtenidos en la investigación. Por otro lado, en relación a la red social más utilizada, los resultados apoyan el patrón de uso de los últimos dos años por los jóvenes españoles ha sido *TikTok*, seguida de *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* y *Snapchat* (2,21,22). Cabe aclarar que no se han tenido en cuenta redes sociales como *WhatsApp* o *YouTube* (2), ya que son redes más utilizadas hoy en día para comunicación y visualización de contenido más largo y en las que no existe tanta interacción.

Si se estudian los resultados en función del género de los encuestados, se observa que el género femenino tiene un **número** de perfiles mayor de **redes sociales** 3,375 ($\pm 1,37$) frente al género masculino 2,8 ($\pm 1,26$), aunque , la media masculina de consumo diario de las mismas es ligeramente elevada 2,46 ($\pm 0,88$) frente a la femenina 2,14 ($\pm 0,96$). Esto parece confirmar los resultados de otros estudios en los que a pesar de que el consumo masculino es ligeramente

superior, aparentemente y con un primer estudio general de los datos, no existe una diferencia elevada en las horas de consumo (23).

En cuanto al análisis de los bloques de interés, en el estudio general se ve que el orden de interés es actualidad, moda, nutrición y hábitos saludables y hábitos de uso personal. Sin embargo, a la hora de analizar por géneros, se ve una cierta diferencia en los primeros puestos entre los géneros femenino y masculino. En el femenino toma el primer puesto el bloque de moda, mientras que en el masculino sigue siendo el de actualidad. Si tomamos como referencia los roles tradicionales de género vigentes en la sociedad, se puede observar con este primer estudio que sí parecen estar presentes en la muestra estudiada.

Además, si se observa la media de la **influencia** que ejerce cada bloque sobre sus actitudes, se concluye que en los bloques de moda y nutrición y hábitos saludables la influencia ejercida es ligeramente superior en el género femenino que en el masculino. Al contrario que en los hábitos de uso personal en el que la influencia es ligeramente superior sobre el género masculino.

Si bien es cierto que en varios estudios se infiere que una menor edad puede desencadenar una mayor influencia (15), en esta investigación no parece que suceda lo mismo. Esto puede ser debido a dos cosas, en primer lugar que efectivamente la edad no tenga que ver con la influencia que pueden ejercer las redes sociales sobre sus hábitos y en segundo lugar, que a medida que aumenta la edad, también aumenta la conciencia de la posibilidad real de ser influenciado por el contenido, y por lo tanto existe una mayor autocrítica por parte de los encuestados.

Este último punto se puede ver también en la Figura 8 de hábitos de uso personal. En este caso no existe una consulta como tal de información, sino que se enfrenta el uso que hacen con sus propios perfiles a la influencia que ejercen otros perfiles y actitudes de sus seguidores, ya sean conocidos o no, sobre los adolescentes.

Debido a que prácticamente todos los estudiantes encuestados tienen las mismas redes sociales, se puede deducir que la influencia llega desde el conjunto que forman las redes sociales y no únicamente desde una de ellas en

concreto. Es cierto que aplicaciones como *Instagram*, *Snapchat* o *TikTok* fomentan el uso de filtros para acercarse a unos cánones de belleza muy lejanos a la realidad (12) y que un uso elevado de las redes puede producir problemas de autoestima y autoconcepto en el adolescente, sobre todo en la población femenina, desembocando estos en posibles trastornos de alimentación, depresión e inicio de hábitos tóxicos (6,8,13). Sin embargo, estas no parecen tener una influencia clara sobre la población estudiada, especialmente en los ámbitos de la moda o el de la nutrición.

En cuanto a los ámbitos que más consumen en redes sociales, se puede deducir que prácticamente toda la información sobre la actualidad que les llega es a través de las redes sociales y de nuevo se confirma la realidad de que los nuevos medios de comunicación están paulatinamente sustituyendo a los medios tradicionales (16). Es cierto que se presentan como una buena herramienta para recibir la información, ya que permite que contrasten diferentes opiniones en un periodo muy inmediato. Pero esto puede suponer un problema si no se contrastan de manera correcta, ya que la falta de criterio debida a la edad puede traducirse en una mala gestión de dicha información (15).

A raíz del problema que surge de la alta cantidad de observación y la necesidad de contrastar la misma, se observa que en todos los ámbitos de interés la tendencia parece ser más de consulta que de influencia. Por lo que se puede deducir que cuanto más tiempo o más importancia se le da la consulta y la contrastación de datos, menos influencia ejercen las posibles publicaciones que aparecen en las redes sociales sobre sus hábitos. En cuanto la consulta baja, se puede ver que la influencia sobre sus actitudes aumenta. Esto hace que la vulnerabilidad que aparece en todos los adolescentes debido a la etapa vital que están viviendo (11) pueda ser contrarrestada con una buena capacidad crítica y analítica del contenido que les aparece en sus redes sociales.

La limitación de este trabajo ha sido principalmente la falta de respuestas del cuestionario. Esto se debe en esencia a que la comunicación con el centro y los estudiantes encuestados y sus familias no ha sido correcta. Al no ser una comunicación directa, la cantidad elevada de pasos por los que tenía que pasar la información para llegar en primer lugar a las familias que debían firmar la

autorización y posteriormente la encuesta al alumno han hecho que la información de la realización del cuestionario no haya llegado a toda la muestra. Si se desglosan de manera más concreta los elementos limitantes, se pueden encontrar tres principales: la gestión del correo electrónico, el flujo de la comunicación entre el encuestado y la investigadora y la situación del curso escolar.

- En primer lugar, este año ha cambiado la forma de comunicación interna con las familias del centro y ha pasado de ser todo a través de un mismo medio (la plataforma Educamos) a ser a través de un correo de *Microsoft* que necesitaba su activación. Muchas de las familias del colegio, y en especial las familias de los alumnos más mayores, no han activado ese correo, por lo que la información no les ha llegado.
- En segundo lugar, el flujo de comunicación entre la población de la muestra y la investigadora del trabajo, ha contado con demasiados pasos intermedios que han provocado la ralentización de la recogida de datos, tal y como se puede observar en el diagrama representado en la Figura 10.

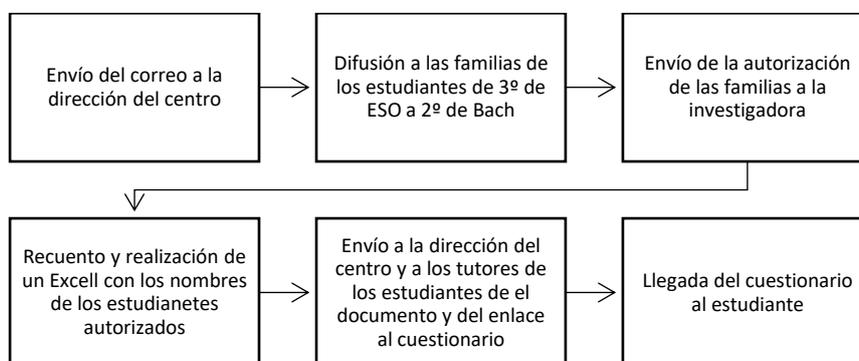


Figura 10: Diagrama de flujo de información entre encuestados e investigadora.

- Por último, la información del estudio y la posterior difusión se hicieron en un momento del curso escolar con mucha carga para los docentes (evaluaciones trimestrales, intercambios educativos con otros centros, fiestas colegiales, etc.) por lo que el último paso de envío de la información de los tutores a los estudiantes en muchos casos no se hizo o se hizo muy tarde.

En caso de repetir la investigación, y para evitar volver a encontrarse con los elementos limitantes descritos anteriormente, sería conveniente la entrega de una autorización en papel a cada alumno que deberán llevar firmada un día en concreto. Ese día todos los estudiantes con autorización irán a las salas de informática del centro y harán el cuestionario a la vez, evitando de esta manera intermediarios que hagan que se ralentice el proceso o que se pierda la información.

En cuanto a las líneas futuras de investigación, es cierto que al ser una población real del estudio muy pequeña y pertenecer todos a un mismo entorno social, los resultados no son extrapolables a una población más general.

Sin embargo, con los pocos datos que se han podido estudiar, parece cierto que aquellas personas que forman parte de un contexto socioeconómico en general privilegiado tienen la capacidad de reconocer la importancia de contrastar y consultar la información frente a dejarse llevar por lo que se diga en redes sociales. Debido a esto, sería interesante poder hacer esta misma encuesta en distintos institutos o colegios de diferentes zonas de Valladolid o incluso de diferentes localidades y ver si realmente existe una diferencia en el nivel de influencia ejercido sobre los hábitos en función del entorno tanto social como físico (menores ingresos económicos o vida rural).

Por último y ya concretamente hablando de la labor enfermera. Claramente resulta interesante comprender como profesionales sanitarios la posible influencia que pueden ejercer las redes sociales sobre los adolescentes. No solo para ser capaces de adaptar las terapias y tratamientos de las posibles enfermedades derivadas, sino también para poder acercar la educación para la salud de una forma más atractiva y eficaz para la población juvenil (6,8,13).

Con esta nueva rama de la educación para la salud, se vuelve interesante la figura de la enfermera escolar. Si bien es cierto que esta labor puede ser llevada a cabo perfectamente por las enfermeras de pediatría y enfermería comunitaria, la cercanía al día a día y a las situaciones cotidianas de la población infantil y adolescente que tiene una enfermera escolar hace que sea mucho más consciente de las necesidades de educación que pueden aparecer y por lo tanto

que esta sea más adaptada a la situación de los estudiantes del centro. Ya no solo por la cercanía física de estar en un mismo entorno, sino por la facilidad de tener al alcance a todos los ambientes que ejercen influencia sobre la educación de la población infantojuvenil (profesores, padres, equipos deportivos, actividades extraescolares).

Para terminar con un ejemplo sencillo, una enfermera escolar en un colegio de un barrio con un nivel socioeconómico bajo tendrá que hacer más hincapié en labores como que los estudiantes tengan una buena higiene dental, buenos hábitos alimenticios o que se laven las manos, ya que en ocasiones incluso las propias familias no los hacen. Mientras que una enfermera en un ámbito socioeconómico más alto podrá centrarse en otras actividades de educación para la salud.

7. CONCLUSIONES

- La presencia y actividad de las redes sociales en un grupo de adolescentes del Colegio de San José se encuentra en niveles muy elevados en cuanto a uso, si bien es cierto que este uso varía en función del género.
- La posible influencia que ejercen las redes sociales sobre estos adolescentes no viene dada desde una red social en concreto, sino desde el conjunto que forman todas aquellas en las que tienen un perfil. Además, esta influencia está ligada a la capacidad de consulta y contrastación de la información, ya que en el momento en el que no existen unos datos claros que contrastar, aparece una mayor influencia.
- El papel de la enfermería escolar se redescubre como una buena manera de prevenir y educar en salud de manera más cercana y concreta.

8. BIBLIOGRAFÍA

1. RAE. Definición de red social - Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE [Internet]. Diccionario panhispánico del español jurídico - Real Academia Española. [citado 3 de abril de 2023]. Disponible en: <http://dpej.rae.es/lema/red-social>.
2. Spain IAB. IAB SPAIN PRESENTA EL 'ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2022' [Internet]. IAB Spain. 2022 [citado 3 de abril de 2023]. Disponible en: <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2022/>
3. Hábitos de vida - navarra.es [Internet]. [citado 3 de abril de 2023]. Disponible en: http://www.navarra.es/home_es/Temas/Portal+de+la+Salud/Ciudadania/Mi+enfermedad/Depresion/Afrontar+la+depresion/habitos+de+vida/
4. Salud del adolescente [Internet]. [citado 3 de abril de 2023]. Disponible en: <https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health>.
5. Fischer-Grote L, Kothgassner OD, Felnhofer A. Risk factors for problematic smartphone use in children and adolescents: a review of existing literature. *Neuropsychiatr Klin Diagn Ther Rehabil Organ Ges Osterreichischer Nervenarzte Psychiatr.* diciembre de 2019;33(4):179-90. DOI: 10.1007/s40211-019-00319-8.
6. Reid Chassiakos Y (Linda), Radesky J, Christakis D, Moreno MA, Cross C, COUNCIL ON COMMUNICATIONS AND MEDIA, et al. Children and Adolescents and Digital Media. *Pediatrics.* 1 de noviembre de 2016;138(5):e20162593. DOI: 10.1542/peds.2016-2593.
7. Tremolada M, Silingardi L, Taverna L. Social Networking in Adolescents: Time, Type and Motives of Using, Social Desirability, and Communication Choices. *Int J Environ Res Public Health.* 19 de febrero de 2022;19(4):2418. DOI: 10.3390/ijerph19042418.
8. Bozzola E, Spina G, Agostiniani R, Barni S, Russo R, Scarpato E, et al. The Use of Social Media in Children and Adolescents: Scoping Review on the Potential Risks. *Int J Environ Res Public Health.* 12 de agosto de 2022;19(16):9960. DOI: 10.3390/ijerph19169960.
9. Pantic I. Online social networking and mental health. *Cyberpsychology Behav Soc Netw.* octubre de 2014;17(10):652-7. DOI: 10.1089/cyber.2014.0070.
10. Echeburúa E, Corral P de. Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones.* 1 de junio de 2010;22(2):91-6. DOI: 10.20882/adicciones.196.
11. Dienlin T, Johannes N. The impact of digital technology use on adolescent well-being. *Dialogues Clin Neurosci.* junio de 2020;22(2):135-42. DOI: 10.31887/DCNS.2020.22.2/dienlin.

12. Lozano-Muñoz N, Borrallo-Riego Á, Guerra-Martín MD. [Impact of social network use on anorexia and bulimia in female adolescents: a systematic review]. *An Sist Sanit Navar*. 16 de agosto de 2022;45(2):e1009. DOI: 10.23938/ASSN.1009.
13. Saunders JF, Eaton AA. Snaps, Selfies, and Shares: How Three Popular Social Media Platforms Contribute to the Sociocultural Model of Disordered Eating Among Young Women. *Cyberpsychology Behav Soc Netw*. junio de 2018;21(6):343-54. DOI: 10.1089/cyber.2017.0713.
14. Ciberacoso: Qué es y cómo detenerlo | UNICEF [Internet]. [citado 3 de abril de 2023]. Disponible en: <https://www.unicef.org/es/end-violence/ciberacoso-que-es-y-como-detenerlo>.
15. Villanueva DN, Feced SC, Calvo BR, Barranco IB. Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: una revisión bibliográfica. *Psicol Salud*. 2017;27(2):255-67.
16. Zhao N, Zhou G. Social Media Use and Mental Health during the COVID-19 Pandemic: Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect. *Appl Psychol Health Well-Being*. diciembre de 2020;12(4):1019-38. DOI: 10.1111/aphw.12226.
17. Wongkoblap A, Vadillo MA, Curcin V. Researching Mental Health Disorders in the Era of Social Media: Systematic Review. *J Med Internet Res*. 29 de junio de 2017;19(6):e228. DOI: 10.2196/jmir.7215.
18. Vidal C, Lhaksampa T, Miller L, Platt R. Social media use and depression in adolescents: a scoping review. *Int Rev Psychiatry Abingdon Engl*. mayo de 2020;32(3):235-53. DOI: 10.1080/09540261.2020.1720623.
19. Jefatura del Estado. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales [Internet]. Sec. 1, Ley Orgánica 3/2018 dic 6, 2018 p. 119788-857. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3>.
20. Manual-entorno-seguro_final.pdf [Internet]. [citado 12 de abril de 2023]. Disponible en: https://entornoseguro.org/wp-content/uploads/2022/04/Manual-entorno-seguro_final.pdf.
21. Los menores españoles pasan más de 600 horas al año solo en Instagram [Internet]. Qustodio. 2021 [citado 5 de mayo de 2023]. Disponible en: <https://www.qustodio.com/es/press-releases/under-16s-spend-up-to-600-hours-per-year-on-instagram/>
22. Nazco ML, Hernández NAC. Las redes sociales desde una perspectiva de género y educativa en jóvenes.
23. Espinosa L, Chávez Vera MD. El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. *Maskana*. 2021;12(2):19-24.

9. ANEXOS

a. ANEXO I: CONSENTIMIENTO INFORMADO



UVa

Autorización para la participación del alumno/a en estudio académico

D/Dña. _____, con DNI _____ como padre/madre/tutor del alumno/a _____, con DNI _____ y perteneciente al curso _____ grupo ____, del Colegio San José de Valladolid OTORGA SU CONSENTIMIENTO a participar en el estudio de Trabajo de Fin de Grado titulado *La influencia de las redes sociales en los hábitos de los adolescentes* llevado a cabo por la antigua alumna de este centro Henar Entrambasaguas Veiga, estudiante del Grado de Enfermería de la Universidad de Valladolid.

Mediante este consentimiento se autoriza a la alumna a la recopilación de datos de carácter anónimo, con fines exclusivamente académicos y ajenos al centro.

Los datos del menor participante en ningún caso se harán públicos y la interpretación de los mismos se hará de manera totalmente anónima.

La alumna responsable de las respuestas al cuestionario se compromete a garantizar el anonimato de la respuesta del alumno/a y el correcto y descrito uso de la misma, de acuerdo con la normativa aplicable.

La recopilación de datos se llevará a cabo de manera autónoma por cada participante, una vez se haya difundido el cuestionario a través de la plataforma de comunicación interna del centro. El cuestionario estará disponible para su respuesta durante el mes de noviembre y diciembre del año 2022.

Tiene derecho a acceder, rectificar y suprimir los datos, así como otros derechos, que podrá ejercitar mediante carta certificada dirigida a la siguiente dirección de correo electrónico:

En Valladolid a ____ de _____ 2022.

Firma del padre/madre o tutor:

b. ANEXO II: CUESTIONARIO.



Tu presencia y actividad en Redes Sociales

Mi nombre es Henar Entrambasaguas Veiga, soy estudiante del Grado de Enfermería de la Universidad de Valladolid. Actualmente estoy realizando mi Trabajo de Fin de Grado, enfocado en la influencia de las Redes Sociales en los hábitos de la población adolescente, y por ello solicito tu participación para cumplimentar el siguiente formulario de la forma más sincera posible.

Aunque tienes que indicar tu nombre y apellidos, antes de comenzar el análisis estadístico se borrarán ambos para asegurar el anonimato de la respuesta. La razón por la que pedimos que lo rellenes es para cerciorarnos de que todos los participantes de la encuesta tienen los permisos pertinentes para rellenarla.

Muchas gracias por vuestra ayuda.

1. Nombre y apellidos del encuestado *

Preguntas generales

Las preguntas que contestarás a continuación nos ayudarán a la hora de elaborar el análisis estadístico

2. ¿Cuál es tu edad? *

- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20

3. ¿Qué estás cursando actualmente? *

- 3º ESO
- 4º ESO
- 1º BACH
- 2º BACH

4. ¿Con qué género te identificas? *

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo
- Otro

5. ¿Tienes un perfil en alguna red social? *

- Sí
- No

6. Señala en cuál o cuáles de las siguientes redes sociales tienes una cuenta activa: *

- Instagram
- TikTok
- BeReal
- Twitter
- Snapchat
- Facebook
- Otra ¿Cuál?

7. Cuántas horas al día estimas que dedicas a tus redes sociales (en total, no en cada una de ellas): *

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 2 y 3 horas
- Entre 3 y 4 horas
- Entre 4 y 5 horas
- Más de 5 horas

Tus hábitos en Redes sociales

La preguntas que te encontrarás a continuación tienen una escala del 1 al 5.

1 significa que raramente ocurre o te ves poco identificado con lo que es preguntado y 5 que ocurre con mucha frecuencia o que te ves muy identificado.

8. Consulto páginas web o influencers sobre temas relacionados con la moda: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. La imagen de algún influencer o cuenta a la que sigo han hecho que vea mi físico de forma diferente: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. Consulto páginas web o influencers sobre temas relacionados con la nutrición y hábitos saludables: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. La talla de ropa que usa un influencer al que sigo condiciona mis hábitos alimenticios: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. He cambiado mis hábitos alimenticios por cosas que he visto o leído en redes sociales o internet: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. Consumo productos alimenticios o sanitarios que publicitan influencers a los que sigo sin contar con una opinión profesional al respecto: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. He iniciado y seguido alguna de las "dietas milagrosas" publicitadas por ciertas cuentas para cambiar mi físico (bajar de peso, aumentar musculatura...): *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

15. He cambiado mis hábitos de ejercicio físico por cosas que he visto o leído en internet: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

16. ¿Te informas de los sucesos de actualidad mediante las redes sociales? Por ejemplo la Guerra de Ucrania *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. Suelo dar a aceptar la solicitud de seguimiento a cualquier cuenta que me quiera seguir, independientemente de si conozco o no a la persona: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

18. Me veo condicionado a hacer ciertas cosas en función de lo que veo subido en las redes de mis amigos y conocidos: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

19. Todos los días subo al menos una publicación a alguna de mis redes sociales (storie, post de instagram, tiktok, tweet...): *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

20. El número de likes o visualizaciones que recibo en mis publicaciones influyen en lo que subo a mis perfiles: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

21. Si recibo comentarios negativos o pocos likes en una publicación la elimino: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

22. He dejado de hacer cosas en mi vida diaria por los comentarios que he recibido en mis redes sociales: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

23. Lo que muestro en redes sociales y lo que ocurre en mi día a día es lo mismo o subo únicamente lo que considero que sigue los "cánones" marcados por las redes sociales: *

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

