



**TRABAJO FIN DE GRADO: ADICCIÓN A LAS REDES  
SOCIALES**

**Autor: Palencia Cuadrado, Diego**

**Tutora Académica: Unanue Cuesta, M.<sup>a</sup> Concepción**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y TRABAJO SOCIAL**

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**CURSOS 2022-2023**

**Fecha de entrega: 19/07/2023**

## ÍNDICE:

RESUMEN .....	3
Palabras claves:.....	3
ABSTRACT.....	3
Key words:.....	3
1. INTRODUCCIÓN .....	4
Diseño .....	5
Justificación .....	7
2. OBJETO Y OBJETIVOS .....	9
Objeto de estudio .....	9
Objetivo general .....	9
Objetivos específicos .....	9
3. MARCO TEÓRICO.....	10
3.1. REDES SOCIALES Y TIC.....	10
3.2. ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES .....	17
Teorías y modelos: ¿Por qué son adictivas?.....	20
Factores de riesgo y protección .....	24
Perfil, señales de riesgo y consecuencias .....	28
4. METODOLOGÍA.....	32
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	35
6. CONCLUSIONES .....	51
Limitaciones y prospectiva.....	52
BIBLIOGRAFÍA. ....	53
ANEXOS .....	58

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	-----	4
<b>Tabla 2</b>	-----	14
<b>Tabla 3</b>	-----	24
<b>Tabla 4</b>	-----	24
<b>Tabla 5</b>	-----	26

## RESUMEN

Las redes sociales es una de las formas de comunicación e interacción más reciente y que más se utiliza en la actualidad. Se han vuelto un pilar básico del día a día en las sociedades actuales, pero no están exentas de poder ser peligrosas. El mal y excesivo uso de las redes sociales puede derivar en la aparición y desarrollo de graves trastornos para la salud de la persona, afectando e incidiendo en todos los ámbitos de su vida. Pero no únicamente eso, también puede acabar derivando en una posible adicción.

Este trabajo consiste en un acercamiento a las redes sociales y las tecnologías de la información y la comunicación, posteriormente se explicará el concepto de adicción a las redes sociales, revisando las distintas teorías existentes, indagando en sus características, posibles trastornos y factores tanto de riesgo como de protección.

**Palabras claves:** Redes sociales, adicción, TIC e internet.

## ABSTRACT

Social media are one of the most recent and widely used forms of communication and interaction today. They have become a basic pillar of everyday life in today's societies, but they are not exempt from being dangerous. The misuse and excessive use of social networks can lead to the emergence and development of serious health disorders, affecting all areas of their lives. But not only that, it can also lead to a possible addiction.

This work consists of an approach to social networks and information and communication technologies, then the concept of addiction to social networks will be explained, reviewing the different existing theories, investigating its characteristics, possible disorders and both risk and protective factors.

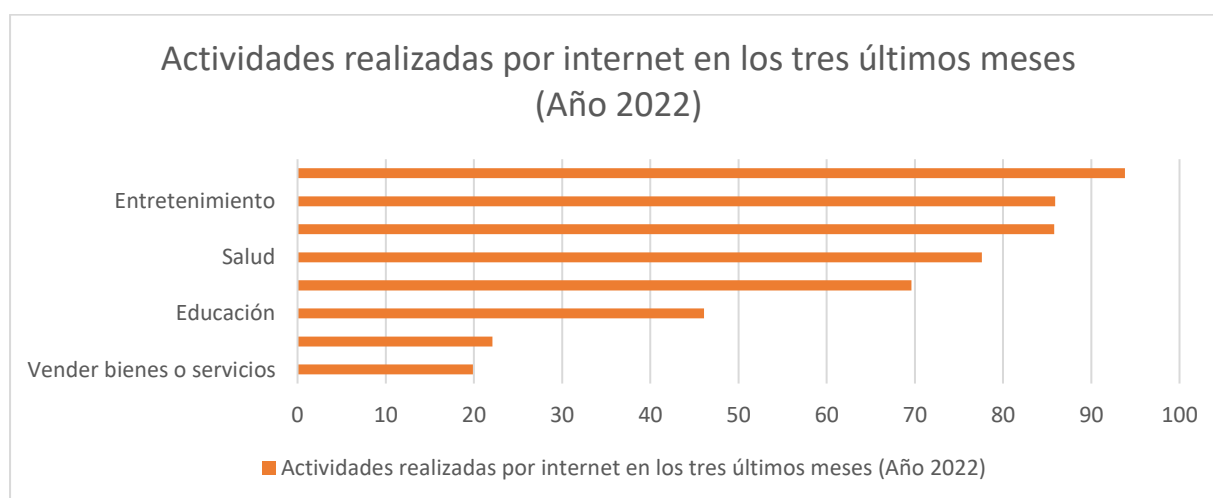
**Key words:** Social media, adicction, ICT and internet.

## 1. INTRODUCCIÓN

Durante la historia de la humanidad se han desarrollado distintas adicciones, el excesivo consumo de alcohol, tabaco, cannabis, opio, etc. Estas adicciones siguen existiendo en la actualidad, aunque con el surgimiento de la tecnología, aparecen nuevas adicciones sin sustancia como son la adicción a internet, al juego o las redes sociales (Elisardo Becoña Iglesias et al, 2011). La tecnología ha cambiado por completo el modo de relacionarse de las personas y ha provocado que emerjan nuevas realidades sociales (D'Adamo, Beaudox y Freidenberg, 2000, como se citó en Viñas Poch et al, 2002). Hoy en día existen multitud de redes sociales, desde redes de mensajería instantánea como es WhatsApp, hasta redes de creación de contenido audiovisual como es YouTube o TikTok (Unlimited Growth, 2020). Recalcando la idea anterior, la forma de comunicarse y relacionarse entre personas ha cambiado radicalmente, era impensable que pudiéramos mantener un contacto constante, pudiendo estar conectados todo el día o mantener contactos mucho más cercanos en el tiempo sin la necesidad de estar cara a cara (Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst, 2015). El uso de internet y del dispositivo móvil se ha vuelto un elemento básico del día a día, según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares, durante el año 2022 el 96,1% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años posee acceso a internet en el domicilio, el 99,2% de las personas de 16 a 74 años ha utilizado al menos una vez el móvil y el 98,1 % de las personas de 18 a 24 años usan diariamente internet (INE, 2022).

**Tabla 1**

Actividades realizadas por internet en los tres últimos meses (Año 2022).



Fuente: Elaboración propia a partir de *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares Año 2022*, INE.

Siguiendo la gráfica anterior, se destina mucho tiempo al uso de las TIC ya que estas abarcan multitud de posibilidades. Podemos observar cómo el 93,8% de la población entre 16 y 74 años realiza al menos una actividad relacionada con la comunicación, el 85,9% con el entretenimiento y el 85,8% con la información (INE, 2022). Respecto a la confianza en Internet y las TIC, en la franja de edad comprendida entre los 16 y 24 años hay variedad de opinión. El 13,5% poseen un alto grado de confianza, el 63,6% poseen bastante grado de confianza y el 22,9% desconfían o poseen un bajo grado de confianza (INE, 2022).

El mal y excesivo uso de estas tecnologías tiene riesgos y muchas personas no son conscientes de estos, desde posibles problemas de aislamiento o pérdida de hábitos de sueño, aseo y alimentación hasta el desarrollo de enfermedades físicas como el síndrome del túnel carpiano (dolor en la muñeca que limita la movilidad de la mano), empeoramiento de la vista (fatiga ocular) o el empeoramiento de trastornos mentales previos (esta adicción no genera trastornos mentales en sí, si no que repercute en los ya existentes) (Sánchez-Carbonell et al, 2008). La exposición continua, la comparación y la necesidad de estar conectado todo el tiempo son factores de riesgo que están presentes en el día a día de todas las personas usuarias de redes sociales (Echeburúa, 2012). Por lo que estamos ante una problemática donde es necesario concienciar, sensibilizar y prevenir a la población del uso moderado de las redes sociales y de poder fomentar las posibilidades y beneficios que otorgan realizando un uso saludable de las mismas (Terán Prieto, 2019).

Este trabajo consistirá en una investigación sobre la adicción a las redes sociales, siendo el objeto de estudio la adicción a las redes sociales y la sensación/impresión actual a cerca de los riesgos del uso de las redes sociales de la población vallisoletana entre 18 y 26 años. El trabajo constará de una parte teórica, una metodológica y un apartado final de conclusiones, como se explicará en el siguiente apartado.

## **Diseño**

Para realizar una correcta estructura, esta se basará en el objetivo general del trabajo. El objetivo general consiste en revisar el fenómeno de adicción a las redes sociales explicando sus principales características y puntos de interés y conocer si la población vallisoletana ubicada en un rango de edad entre 18 y 26 años es consciente de los riesgos y peligros de un mal uso de las redes sociales.

En primer lugar, se realizará un marco teórico dividido en dos bloques distintos: las redes sociales y la adicción a las redes sociales.

Este primer bloque tratará sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación (en adelante se utilizará la abreviatura de este término, TIC), sobre que son las redes sociales, los distintos tipos que existen, haciendo énfasis en las diez redes más usadas por los españoles durante el año 2022. Estas redes sociales son: WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, FB Messenger, Telegram, Pinterest, LinkedIn y Skype (WeAreSocial, 2023).

El segundo bloque abarcará la adicción a las redes sociales. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2023) las adicciones son “los trastornos mentales y del comportamiento que se desarrollan como resultado del uso de sustancias predominantemente psicoactivas, lo que incluye los medicamentos, o comportamientos específicos y repetitivos de búsqueda de recompensa y de refuerzo”. Por lo que este fenómeno se puede considerar como adicción al ser un comportamiento repetitivo que busca una recompensa o refuerzo. En este bloque se definirá que es la adicción a las redes sociales y su situación actual. Para llevarlo a cabo, se realizará una revisión bibliográfica sobre la literatura existente, exponiendo aquellos puntos de interés: el debate existente sobre si se puede considerar adicción o no, el circuito de recompensa y la teoría de los usos y gratificaciones, los trastornos que esta adicción puede provocar en personas con una sobreexposición a las redes sociales, los factores de riesgo y protección y posibles formas de prevención.

En segundo lugar, se llevará a cabo la parte metodológica del trabajo, donde se ha realizado una encuesta con el fin de conocer la percepción y el conocimiento del grupo muestral a cerca del uso de las redes sociales y de los riesgos y peligros de un mal uso de estas. Siendo realizado a una pequeña muestra de personas vallisoletanas entre 18 y 26 años. Esta parte metodológica también incluye el correspondiente análisis de datos.

En tercer y último lugar, se realizará unas conclusiones. Esta parte se efectuará a modo de cierre del trabajo, donde mediante la información obtenida durante todo el proceso de realización del TFG, se llevará a cabo una reflexión y se responderá al objetivo principal y las hipótesis planteadas.

## Justificación

He querido realizar el TFG sobre la adicción a las redes sociales porque me gustaría sensibilizar y concienciar a la población de la existencia de este trastorno y sus consecuencias. Centrando la parte metodológica en las personas jóvenes vallisoletanas, ya que me gustaría conocer la percepción que tienen estas personas a cerca de las redes sociales y si conocen los riesgos y consecuencias que provoca un mal uso de las mismas.

Movimientos como “*Levanta la cabeza*” (Movimiento de prevención frente a las adicciones tecnológicas) de Atresmedia o el Servicio de atención en adicciones tecnológicas (servicio de asesoramiento, prevención e intervención con menores) demuestra que ya existen servicios y campañas que actúan ante las ciberadicciones y las adicciones a las redes sociales. Este tipo de servicios y campañas podrían ser de utilidad aplicarlas en los servicios sociales de Castilla y León y de Valladolid. Por eso quiero conocer la percepción de los jóvenes vallisoletanos, para saber si es necesario movimientos de sensibilización y prevención ante los riesgos y peligros de las TIC, más concretamente, de las redes sociales.

En relación a las asignaturas del título de Trabajo Social, algunas han tenido especial relevancia a la hora de escoger este tema y poder desarrollarlo. En primer lugar, nombrar mi experiencia tanto en Practicum I y Practicum II, ya que en ellos he podido trabajar con personas en exclusión social y he podido concienciarme de la necesidad de actuar ante la adicción a las redes sociales, al conocer a personas que sufren este trastorno en su día a día. La asignatura de Salud Pública tiene relevancia, ya que en ella se trataron las principales adicciones y nos introdujeron en las adicciones sin sustancia, permitiéndome estructurar mejor los apartados del marco teórico y enfocar de una manera más coherente el objeto de estudio. En ella nos explicaron que son estas adicciones, sus principales factores de riesgo y protección, los trastornos y riesgos que poseen las sustancias y los comportamientos adictivos. Otra asignatura que me ha permitido enfocar mejor el objeto de estudio es Procesos Psicosociales Básicos Aplicados al Trabajo Social. En esta asignatura aprendí las conductas humanas y procesos neuronales que provocan que se actúe de ciertas formas ante ciertos estímulos, como son el circuito de recompensas o la teoría de los usos y gratificaciones, pudiendo desarrollar y vincular estas teorías al objeto de estudio del TFG. Por último, Cultura y Modos de Vida ha sido fundamental ya que en ella tuve que leer al autor Zygmunt Bauman y su modernidad líquida. Gracias a este adquirí un interés en las nuevas realidades sociales y como la globalización y la tecnología han pasado a ser el pilar fundamental de la sociedad. Otros aspectos vistos en la



asignatura que poseen relación con el contenido de este trabajo son las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTIC) y los patrones de comportamiento de los jóvenes y los adolescentes.

## 2. OBJETO Y OBJETIVOS

### **Objeto de estudio**

El objeto de estudio de este trabajo de fin de grado es la de adicción a las redes sociales y la sensación/impresión actual a cerca de los riesgos del uso de las redes sociales de la población vallisoletana de 18 a 26 años.

### **Objetivo general**

El objetivo general del trabajo es revisar el fenómeno de adicción a las redes sociales explicando sus principales características y puntos de interés y conocer si la población vallisoletana de 18 a 26 años es consciente de los riesgos y peligros de un mal uso de las redes sociales.

### **Objetivos específicos**

- Acercamiento a que son las redes sociales y las TIC.
- Exponer las redes sociales más relevantes en el contexto español.
- Revisar las distintas teorías acerca de la adicción a las redes sociales.
- Conocer las características o comportamientos de la persona adicta a las redes sociales.
- Indagar si existen factores tanto de protección como de riesgo.
- Revisar proyectos/programas/políticas sociales que existen en la actualidad respecto a la adicción a las redes sociales.

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. REDES SOCIALES Y TIC

La tecnología ha cambiado por completo el modo de relacionarse de las personas y ha provocado que emerjan nuevas realidades sociales (D'Adamo, Beaudox y Freidenberg, 2000, como se citó en Viñas Poch et al, 2002). Estas realidades sociales se encuentran en continuo desarrollo, aparecen nuevas herramientas que dejan obsoletas las que se utilizaban hasta ese momento, produciendo que las herramientas de moda puedan dejar de existir a corto/medio plazo. Un ejemplo sería la red social Tuenti. Esta red social española era la más importante en el contexto español a principios y mediados de la década pasada, pero debido al surgimiento de redes sociales como Twitter o Facebook, los usuarios dejaron de utilizarla. En la actualidad se ha convertido en una operadora móvil, ya que sus propietarios vendieron sus derechos a Telefónica (Rocamora, 2022). Otro ejemplo es Vine, esta red de creación de contenido mediante vídeos cortos fue un éxito entre 2013 y 2017. Tenía un gran volumen de usuarios y los creadores de contenido de esta red social llegaron a lograr gran popularidad. En el año 2017, por la aparición de nuevas redes sociales como Instagram o Snapchat, tuvo que cerrar al ser insostenible (Prego, 2022).

El factor clave para entender las nuevas sociedades tecnológicas y las nuevas formas de interacción social son las denominadas TIC o Tecnologías de la Información y Comunicación. Las TIC son aquellas nuevas herramientas y recursos que permiten la búsqueda, almacenamiento y distribución de información y contenidos audiovisuales mediante aparatos tecnológicos (ordenadores, móviles, tablets, televisores...) (CB Ortí, 2013). Ejemplificando la definición anterior, el teléfono móvil nos permite buscar información en internet u obtener esa información mediante redes sociales, almacenarla en el dispositivo (vídeos, mensajes, audios...) y poder compartirla con nuestros contactos. Este concepto ha sido desarrollado y definido por variedad de autores con pensamientos más críticos, un ejemplo es la definición realizada por Cabero (1998):

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva y interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas (p. 1)

Esta definición fundamenta que las TIC consisten en la interacción e interconexión de las nuevas tecnologías, creando nuevas formas de comunicación y alterando las ya existentes. Este autor, mediante su pensamiento y análisis de otros, sistematizó una serie de distintas características de las TIC.

Las características de las Tecnologías de la Información y Comunicación según Cabero (1998) son:

- **Inmaterialidad:** La comunicación que se lleva a cabo es de forma online, pudiendo compartir multitud de información de forma intangible (para mandar una carta necesitas papel, sobre y algo para escribir; en cambio para enviar un mensaje, un audio o un vídeo simplemente necesitas el dispositivo móvil, careciendo de forma material aquello que compartes).
- **Interactividad e Interconexión:** Las TIC promueven la unión de sus distintas herramientas y recursos para posibilitar la creación de nuevos procesos y la realización de varias tareas a la vez.
- **Instantaneidad:** La información que recibimos y compartimos está a nuestra disposición en cualquier momento y de forma muy rápida.
- **Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido:** Los numerosos avances permiten una buena digitalización de los mensajes que recibimos, como son los vídeos, las imágenes o los sonidos.
- **Digitalización:** Capacidad de transformar información de cualquier tipo en información digital, pudiendo ser compartida, procesada y almacenada por las TIC.
- **Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos:** Se hace más énfasis en la necesidad de comunicarnos y estar integrados socialmente que en la información compartida. El mensaje posee menos importancia que el hecho de estar interactuando con alguien.
- **Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales...):** Estas TIC son usadas en cualquier ámbito y han modificado las sociedades actuales, siendo su uso un pilar de las mismas.
- **Innovación:** Siempre están en continuo cambio para aportar nuevas características que triunfen entre sus usuarios.

- Tendencia hacia la automatización: Estas tecnologías tienden a crear procesos estructurados fáciles de ejecutar para facilitar la comunicación y permitir la aparición de nuevas formas de información.
- Diversidad: Multitud de oportunidad y herramientas/recursos para usar (móviles, televisiones, redes sociales, relojes inteligentes...) permitiendo que la comunicación sea muy variada.

Las TIC más relevantes para este trabajo y sobre las que se centra el mismo son las Redes Sociales. Las redes sociales entran dentro del grupo de las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación) al ser la forma más actual e innovadora de interacción social.

Según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) “las redes sociales son un lugar, servicio y/o estructura social compuesta de grupos de personas que están conectadas por uno o varios tipos de relaciones a través de la red” (2011). Para realizar esta conexión o interacción dentro de la red, estas redes sociales nos permiten crear un perfil público o semipúblico, confeccionar una lista con nuestros contactos y buscar personas con las que se comparten gustos u opinión (ONTSI, 2011).

El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información también amplía su definición, refiriendo que existen multitud de redes sociales que ofrecen multitud de oportunidades distintas. Por lo que es necesario una tipología de las redes sociales. Según Unlimited Growth (2020) existen dos tipos de redes sociales principales:

- Redes sociales horizontales: tipo de red social que no está pensada exclusivamente para un grupo de consumidores concretos, si no que están pensadas para que las puedan utilizar cualquier persona. Estas redes son las más numerosas, redes como Twitter, Instagram, Facebook, Whatsapp, Skype, Tik Tok...
- Redes sociales verticales: Estas redes se conciben para un grupo concreto de personas, ya que persiguen una meta o finalidad muy concreta, no únicamente buscan la interacción social. Algunos ejemplos de redes de esta categoría serían las redes laborales o de citas (Meetic, Badoo, Infojobs, LinkedIn...).

Estos dos tipos de redes sociales son los más generales y excluyentes entre sí, pudiendo clasificar cualquier red social dentro de estas dos categorías. También existen otras

clasificaciones de redes sociales más secundarias y complementarias a las anteriormente nombradas. La tipología del ONTSI (2011) y de webs de marketing digital como Unlimited Growth (2020) o F doble efe (2020) coinciden en las siguientes categorías:

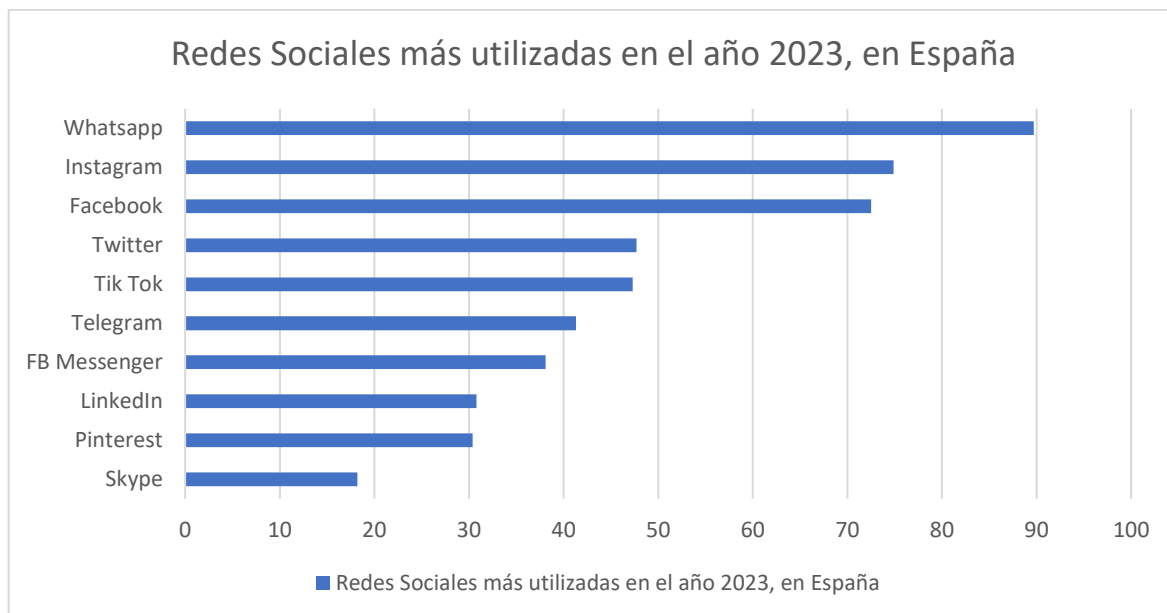
- Redes sociales profesionales: Su función es poder enfocarse en el ámbito laboral y fomentar la creación de vínculos entre profesionales del mismo ámbito. Infojobs es una red social de búsqueda de empleo y LinkedIn se encarga de la creación de vínculos profesionales/laborales para poder buscar oportunidades en este ámbito. También existen las denominadas redes “freelance” donde las empresas o personas autónomas se encargan de ofrecer servicios o recursos.
- Redes sociales de ocio: Estas se encargan de brindar entretenimiento a sus usuarios, no buscan la interacción masiva entre personas, si no que estas puedan divertirse y destinar su tiempo libre a la plataforma. Ejemplos claros son las redes sociales de “streaming” como Twitch, Youtube Live o Facebook Live. También son de ocio las destinadas a la lectura como Wattpad o Goodreads.
- Redes sociales para compartir contenido: Cualquier red destinada al intercambio de documentos, fotos, vídeos u otras formas de contenido. Redes sociales de fotos como Pinterest o Instagram, de vídeos como Tik Tok o Youtube y música como Youtube Music o Spotify.
- Redes sociales de microblogging: Se utilizan para publicar y enviar mensajes cortos o breves. Normalmente son mensajes de texto, pero pueden ser vídeos o imágenes. La red social Twitter es la que mejor representa esta categoría.
- Redes sociales de citas y contacto: Su finalidad es aumentar la red social, estando destinadas al romance u otro tipo de relaciones. En la actualidad encontramos redes como Meetic, Badoo o Tinder.
- Redes sociales verticales mixtas: Son aquellas redes sociales verticales que, aparte de tener una función clara y destinada a ciertos grupos de usuarios fijos, permite el poder desarrollar actividades laborales y personales. Un ejemplo es ReverbNation (para artistas musicales) o la ya nombrada LinkedIn.

Existen variedad de redes sociales con distintas finalidades que otorgan multitud de servicios, pudiendo satisfacer de diversas formas las necesidades de sus usuarios. Esta variedad de posibilidades provoca que las redes más utilizadas varíen según el país y el año. ¿Qué redes sociales fueron las más utilizadas en España durante el primer trimestre del año 2023?

Extrayendo datos de la página web WeAreSocial, la cual se encarga de recoger estadísticas a cerca del uso de las redes sociales, en nuestro país serían las siguientes: Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok, Telegram, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest y Skype.

**Tabla 2**

Redes sociales más utilizadas en España durante el año 2023.



Fuente: elaboración propia a partir de *Digital 2023 Spain*, WeAreSocial (2023)

- **Whatsapp:** La red social más usada en nuestro país. Es utilizada por el 89,7% de las personas que tienen entre 14 y 64 años y viven en España. También es la app más querida, el 38,5% de las personas activas en redes sociales manifiestan que es su red social favorita (WeAreSocial, 2023). Whatsapp, en su página web, nos explica su finalidad y funcionalidad, siendo una red de mensajería instantánea destinada a mantener el contacto con amigos y familiares en cualquier momento, siendo una alternativa al SMS, permitiendo realizar llamadas, videollamadas, mandar fotos, vídeos, documentos y enlaces (WhatsApp, 2023). Lanzada en 2009 y adquirida por Meta (empresa tecnológica que se encarga de trabajar con las redes sociales y las NTIC, enfocada en la idea del metaverso. Conocida anteriormente como Facebook Inc. y fundada por Mark Zuckerberg en 2004) en 2014.
- **Instagram:** Esta red social, en su apartado de servicio de ayuda, se define como una aplicación sin coste alguno destinada a compartir fotos y vídeos, permitiendo ver y comentar fotos y vídeos de amigos y darles me gusta. Esta aplicación cuenta también con opciones de mensajería y chat de voz mediante llamadas y videollamadas, denominado Instagram Direct. Una función de subir vídeos cortos llamada Reels y una

opción de subir vídeos o imágenes temporales llamada Histories (Instagram, 2023). Actualmente pertenece a la empresa Meta ya que compro sus derechos en 2012. Esta red social es usada por el 74,9% de la población de España entre 14 y 64 años, también es la favorita del 23% de las personas que usan activamente redes sociales (WeAreSocial, 2023)

- Facebook: La red social más usada en todo el mundo ocupa el tercer puesto en España. El 72.5% de las personas entre 14 y 64 años usan Facebook, mientras que es la favorita solamente del 11,5% (WeAreSocial, 2023). Creada en 2004 por el mismo estudio que actualmente tiene sus derechos, Meta. En sus funciones esta la posibilidad de compartir fotos o vídeos en el denominado “muro”, buscar noticias y compartir todo tipo de información con personas registradas en la red. Permite compartir texto, enlaces, imágenes y vídeos. Posee servicios externos como FB Messenger o FB gaming (Meta, 2023).
- Twitter: En España es utilizada por el 47,7% de las personas entre 14 y 64 años, siendo la favorita del 6,3% de los usuarios de redes sociales. (WeAreSocial, 2023). Fue creada en 2006, pero actualmente es propiedad de Elon Musk al comprarla en el año 2022. En su apartado de centro de ayuda, explica que es una red social con la intención de permitir a una persona mantener contacto con sus redes cercanas mediante mensajes rápidos y frecuentes, permitiendo compartir imágenes, vídeos, enlaces y textos (Twitter, 2023).
- Tik Tok: Tik Tok está en un constante crecimiento y ha cobrado mucha popularidad e importancia desde la pandemia de COVID-19, siendo usada por el 47,3% de las personas que habitan en España en un rango de edad entre 14 y 64 años, además de ser la favorita del 7,6% de usuarios de redes sociales (WeAreSocial, 2023). De origen chino, propiedad de ByteDance y creada en el año 2016, se posiciona como la red social con menos años de vida. Se define a sí misma como una red social con finalidad de crear contenido en formato vídeos cortos, siendo una vía de entretenimiento y potenciando la creatividad. Posee funciones de mensajería, visualización de vídeos sugeridos, compartir vídeos y poder realizar directos mediante Tik Tok Live (Tik Tok, 2023).
- Telegram: Red social que se crea como la principal alternativa a Whatsapp. Es una red que se encuentra actualmente en crecimiento. En España, las personas de entre 14 y 64 años que usan esta red social son el 41,3% (WeAreSocial, 2023). Aplicación de origen



ruso creada en 2013 y desarrollada por Nikolai Durov y Pavel Durov. Servicio exclusivamente dedicado a la mensajería, pudiendo interactuar con las personas registradas en la app y compartir multitud de información. (Telegram, 2023).

- **FB Messenger:** FB Messenger es la única funcionalidad o modalidad de la red social Facebook que se encuentra reflejado en una aplicación a parte. Esta red social es usada por el 38,1% de las personas que residen en España (WeAreSocial, 2023), dato que deja entrever que es muy poco usada respecto la red social principal, teniendo un 38,4% menos de usuarios. Lanzada en 2012 por Meta, es el servicio de mensajería instantánea de Facebook.
- **LinkedIn:** Aplicación centrada en la creación de relaciones en el ámbito laboral. En España es utilizada por el 30,8% de personas entre 14 y 64 años (WeAreSocial, 2023). Lanzada en 2003 y desarrollada en la actualidad por Microsoft (desde su compra en 2016). Se define a sí misma como una red que busca conectar a los profesionales de todo el mundo con la intención de mejorar la práctica laboral. Sus funciones se adecuan a una red social vertical mixta (LinkedIn, 2023).
- **Pinterest:** El 30,4% de personas entre 14 y 64 años en España son usuarias de Pinterest (WeAreSocial, 2023). Esta red social es fundada en el año 2010 y desarrollada por Evan Sharp, Paul Sciarra y Ben Silbermann. En su página web establecen como su objetivo el poder brindar ideas e inspiración a sus usuarios mediante fotos y vídeos. (Pinterest, 2023).
- **Skype:** Esta red social va perdiendo paulatinamente usuarios debido a la creación de otro tipo de aplicaciones/redes sociales de la misma funcionalidad como es Discord. En España es usada por el 18,2% de la población en un rango de edad entre 14 y 64 años, mientras que su rival posee el 11,3% a pesar de tener 12 años menos de vida. Creada en 2003, pero es actualmente desarrollada por Microsoft, ya que compró sus derechos en el año 2013. Sus funciones son el poder comunicarte en cualquier lugar mediante videollamadas/llamadas con los contactos que tengas registrados (Skype, 2023).

Respecto a las adicciones sociales, se considera que la más adictiva es la red social Tik Tok. Esta red social es el principal foco social de preocupación debido a tres principales motivos: provoca disminución de la atención y la concentración, retrasa la sensación de gratificación al acostumbrarnos a la inmediatez, volviéndonos impacientes y puede derivar en problemas de desarrollo personal y emocional (Elena Sanz, 2022). Todo esto por su formato de creación de vídeos cortos y constante cambio.

### 3.2. ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES

El concepto “adicción a las redes sociales” ha sido ampliamente discutido por los distintos autores que han tratado a cerca de las ciberadicciones, autores como Enrique Echeburúa, Mark Griffiths, Xavier Sánchez-Carbonell, Rubicelia Valencia Ortiz, etc. En primer lugar, hay que comentar que esta “adicción” a las redes sociales es una problemática de reciente creación, según va desarrollándose la tecnología van apareciendo nuevas formas de comunicación y de entretenimiento. A finales de la década de los noventa por primera vez se empezó a hablar sobre una posible adicción a la televisión y a los videojuegos (aquellos videojuegos que requieren multijugador y son en línea porque son los más adictivos para las personas) siendo el doctor Mark Griffiths el primer autor en hablar acerca de las “adicciones tecnológicas” (Griffiths, 1995), posteriormente se empezó a desarrollar una idea sobre los peligros y riesgos del uso del teléfono y de internet. Hasta llegar a la actualidad, donde debido al auge de las redes sociales y el miedo a estas, se habla sobre una posible “adicción” a las redes sociales.

De todas las nombradas anteriormente, la única reconocida como adicción es la relativa a los videojuegos. En el año 2022 la OMS (Organización Mundial de la Salud), en el documento Clasificación Internacional de Enfermedades 11.a revisión (CIE-11), incluye por primera vez el “trastorno por uso de videojuegos” como enfermedad o trastorno, agrupándola, en la categoría de “trastornos debidos a comportamientos adictivos”. Este documento explica que aquellas personas que jueguen con continuidad a un videojuego, priorizándolo frente a las tareas básicas de la vida diaria y sin poseer autocontrol sobre cuando dejar de jugar al mismo, poseen adicción a los videojuegos (OMS, 2022). Aunque esta inclusión como adicción no está ausente de debate, argumentando que si se incluye este trastorno se tendría que incluir la adicción a internet, a redes sociales, al móvil.... (Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst, 2015).

Analizando la perspectiva que defiende que el trastorno o adicción a las redes sociales no es una “adicción”, sino una necesidad que deriva a un “uso conflictivo” (a la hora de referirse de un mal uso y excesivo uso de las redes sociales) (Sánchez-Carbonell et al, 2008), podemos decir que se basa en tres principales factores. En primer lugar, argumentan la diferencia de este tipo de trastornos respecto a las adicciones reconocidas por la OMS, sugiriendo que la definición de adicciones de la OMS no es totalmente equiparable a este fenómeno. Para realizar esta afirmación se basan en que no existe ninguna sustancia adictiva que condicione el funcionamiento psico-neuronal del usuario (como puede ser el alcohol, el tabaco, el

cannabis...), estableciendo que las malas conductas no se pueden considerar como un factor de suma importancia a la hora de dictaminar si es una adicción o no, un ejemplo sería el factor de horas invertidas en las redes sociales. ¿Se podría considerar como un factor fundamental? No, debido a que se puede realizar un uso excesivo de algo sin tener que ser necesariamente adicto (Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst, 2015).

En segundo lugar, no es equiparable comparar el efecto directo que poseen las drogas con sustancia o químicas respecto a los comportamientos potencialmente adictivos. Las drogas poseen un impacto directo en la salud, tanto mental como física, del usuario. Mientras que múltiples estudios y líneas de pensamiento establecen que la “adicción a las redes sociales” u otro tipo de adicciones comportamentales (trabajo, relaciones sexuales, comprar...) no son causantes directas de trastornos, pero inciden de forma indirecta en la creación de los mismos, como puede ser la depresión, el miedo social o trastornos impulsivos/compulsivos (Echeburúa, 2012). A demás, se afirma que estas adicciones comportamentales están fuertemente ligadas a las adicciones con sustancia, es decir, la adicción a las redes sociales es muy difícil que se manifieste en una persona, ya que el número de usuarios que utilizan las redes sociales frente al que posee este trastorno es ínfimo, pero en cambio el poseer una adicción a una sustancia química es un factor facilitador de que se desarrolle una adicción comportamental o psicológica (Gomes et Sendín, 2014; Morahan-Martin et Schumacher, 2003; O’Keeffe et Clarke-Pearson, 2011; Turkle, 2011, cómo se citó en Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst, 2015).

En tercer lugar, se expone la necesidad de adaptación a una nueva realidad social basada en la tecnología. ¿Las redes sociales e internet son potencialmente adictivas o simplemente se necesita un periodo de adaptación tecnológica? Las nuevas tecnologías van cambiando y desarrollándose constantemente, las formas de contacto han cambiado drásticamente, siendo en la actualidad más personales, más constantes, pero a su vez menos intensas y mucho más apáticas o frías, por lo que es una realidad la necesidad de poder adaptarnos y entender esta nueva forma de funcionamiento social. Estableciendo que a lo mejor las personas no son adictas a las redes sociales si no que el modelo de sociedad actual demanda el uso constante de las mismas y una hiperconectividad constante para que el usuario no se quede obsoleto o anticuado en la misma. (Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst, 2015). Por lo que la situación de desprotección o exclusión social no se produce por el uso constante de las redes sociales, si no cuando hay personas que no poseen habilidades tecnológicas suficientes para poder utilizar las TIC y las redes sociales con fluidez. Un ejemplo reciente que refleja esta idea fue la sensación

de desprotección, aislamiento y soledad que sintieron aquellas personas que no poseían nociones ni la suficiente habilidad tecnológica para comunicarse con sus vínculos sociales durante la pandemia provocada por el COVID-19 (Manzanera-Román et Brändle Seán, 2022).

Bajo estos tres principales factores, esta parte de la literatura científica defiende la idea que venimos comentando a lo largo del texto, las redes sociales no son adictivas. Pero que no contemplan a las redes sociales como una posible adicción no significa que no tengan en cuenta sus posibles riesgos. Consideran que estos riesgos se pueden solucionar con el paso del tiempo y la adaptación de la sociedad a estas nuevas tecnologías y formas de comunicación, basándose en la necesidad de prevenir y de velar por una correcta psicoeducación. (Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst 2015).

Por último, estos autores defienden que las redes sociales no tienen únicamente usos nocivos o perjudiciales para aquellas personas que las consumen. Refieren que, si se usan correctamente, pueden ser muy beneficiosas y tener efectos positivos para el desarrollo social. El buen uso de las redes sociales y de internet provoca el aumento de oportunidades laborales y académicas (aplicaciones como InfoJobs, beneficios de plataformas online, nuevos trabajos derivados de redes sociales...) y aumenta la posibilidad de establecer nuevos contactos personales y una mejor participación en la sociedad, por lo que mejora el capital social de la persona. Todo esto debido a que no es un sustitutivo de la comunicación cara a cara, si no un gran complemento. (Kuss et Griffiths, 2011; Wellman et al 2001, como se citó en Sánchez-Carbonell et Ursula Oberst 2015).

Habiendo investigado y leído sobre ambas posturas, exponiendo los puntos de conflicto y el debate existente, partiremos de la idea de que las adicciones comportamentales sí que poseen la misma gravedad que las adicciones a sustancias químicas, por lo que se considerara que el término correcto es “adicción a las redes sociales” y no “uso conflictivo.

El concepto de adicción siempre ha estado estrechamente vinculado a las sustancias químicas o drogas, por eso el término necesitaría una redefinición del mismo para adaptarse a las nuevas adicciones comportamentales, aunque esta definición es útil para poder explicar el fenómeno en la actualidad. Añadir que no hay una definición concreta sobre que es la adicción a las redes, no hay unanimidad ya que los distintos autores realizan distintas conceptualizaciones del término. Según Echeburúa (2012):

Una adicción sin droga es toda aquella conducta repetitiva que resulta placentera, al menos en las primeras fases, y que genera una pérdida de control en el sujeto (más por el tipo de relación establecida por la persona que por la conducta en sí misma), con una interferencia grave en su vida cotidiana, a nivel familiar, laboral o social (p. 436).

Tomando como referencia la definición de Echeburúa, podemos adaptarla a las redes sociales. Por lo que podemos definirla como el trastorno derivado de un mal uso de las redes sociales, provocando la pérdida de control en el sujeto, interfiriendo gravemente en todos los aspectos de la vida diaria y todas las áreas que rodean al sujeto, como es el área familiar, laboral y social.

### **Teorías y modelos: ¿Por qué son adictivas?**

Todas las adicciones, tanto químicas como comportamentales, siempre se empiezan desarrollando por que brindan efectos muy placenteros que acaban enganchar al consumidor. Esta sensación provoca que se quiera repetir la acción reiteradamente en busca de sentir de nuevo ese placer. ¿Cuál es el efecto placentero que producen las redes sociales? Se considera que aquello que brinda el efecto de placer en las redes sociales es el me gusta o “like” (Sherman et al, 2018).

El me gusta para el sistema nervioso actúa como un tipo de recompensa, aunque no sea igual que otros tipos de recompensas más tradicionales (el dinero, el éxito, el orgasmo...) sigue teniendo un efecto similar. Pero a diferencia de las recompensas tradicionales, el like o me gusta es un sentimiento de placer únicamente social. Este placer social generado con el me gusta está vinculado a la necesidad humana de estar siempre en continua comunicación y poseer relaciones sociales. Aunque el me gusta sea algo muy novedoso que no posee un largo recorrido y necesita que la sociedad se adapte, complace una necesidad humana básica que siempre ha estado presente. (Sherman et al, 2018). Distintos antropólogos e investigadores han planteado la idea o hipótesis de que el cerebro humano se ha ido desarrollando y adaptando poco a poco a las nuevas formas de interacción social que han ido surgiendo, siempre supeditada a la necesidad de pertenencia a un grupo. Desde los grupos más primitivos de la edad prehistórica hasta las nuevas sociedades de la hiperconectividad y de las tecnologías de la información y comunicación. (Adolphs, 2009; Dunbar, 2009, como se citó en Sherman et al, 2018). Por lo que el uso masificado de las redes sociales está fuertemente vinculada a la pertenencia a un grupo, sentirse aceptado socialmente y la necesidad de sentirse conectado con la realidad social que vivimos.

Cuando recibimos un me gusta, este provoca una reacción de respuesta neuronal directamente relacionada con la activación del circuito de recompensa (“complejo neuronal que permite sentir y experimentar sensaciones de deseo y placer o gratificación, como respuesta a determinados estímulos electroquímicos” (Adictalia, 2022)) provocando una mayor atención y uso de las redes sociales. Pero no solo al recibir me gusta nos sentimos gratificados, también nos sentimos gratificados cuando nosotros damos me gusta, ya que es una muestra de interacción social, siendo un indicador de apoyo social, reconocimiento de una experiencia o recuerdo conjunto o simplemente nos proporciona placer visual. (Gunther Moor et al, 2010; Silk et al, 2011; Achterberg et al, 2016, como se citó en Sherman et al., 2018). A la hora de publicar una foto o un mensaje nos sentimos alegres y felices si vemos que ha generado una gran cantidad de interacciones, si nuestro mensaje posee muchos me gustas consideramos que ha triunfado. Esta sensación de triunfo puede llegar a ser muy adictiva, provocando que haya personas que simplemente quieren buscar continuamente publicar el mensaje viral, produciendo el comportamiento que recae en una adicción. Pasa igual con las fotos, si subimos una foto y tenemos una gran cantidad de me gustas nos sentimos ampliamente aceptados y nuestra autoestima se ve fuertemente reforzada. Aunque puede pasar totalmente lo contrario y el no poseer una gran cantidad de me gustas nos puede provocar una gran bajada de autoestima, incidiendo con gravedad en trastornos mentales como la ansiedad o la depresión. (Sherman et al, 2018). El me gusta es una herramienta peligrosa, es potencialmente adictiva su consecución, pero a su vez el no poder reflejar la imagen social que uno quiere puede provocar graves trastornos. Es muy similar al ampliamente desarrollado y estudiado concepto del éxito.

Una teoría ampliamente investigada y muy relacionada con lo anteriormente nombrado, es la teoría de los Usos y Gratificaciones. Esta teoría se comenzó a desarrollar en la década de los 60, con el fin de poder explicar por qué consumimos las nuevas tecnologías como forma de comunicación. El enfoque teórico de los Usos y Gratificaciones mantiene que las personas utilizan una forma de comunicación o un medio de comunicación específico basándose en lo que esperan conseguir o hacer en el mismo. Por lo que se enfocan en lograr una meta previamente fijada y obtener algún tipo de satisfacción derivada del uso de esta forma de comunicación. (Palmgreen et Rayburn, 1979, como se cita en García-Ruiz et al, 2018). Ejemplificando la teoría, al entrar en Instagram esperamos poder mantener el contacto con nuestra red social y poder ampliarla, logrando realizar este contacto mediante fotos o historias. Por lo que la meta es estar integrado socialmente en un grupo y seguir hiperconectado, mientras que la satisfacción son los me gustas y la sensación de popularidad. Esta forma de satisfacción

se encuentra principalmente ubicada en los adolescentes o jóvenes, siendo las personas más demandantes de aceptación social, aunque no son los únicos (La edad/etapa de maduración puede ser un factor de riesgo, pero no nunca será un condicionante directo) (García-Ruiz et al, 2018).

Según la teoría de los Usos y Gratificaciones, las principales causas por la que las personas utilizamos frecuentemente las redes sociales son las siguientes: posibilidad de poder socializar (comunicarnos con nuestro grupo, ampliar el mismo...), la búsqueda de información (noticias, cuentas informativas sobre temas de interés, grupos de discusión...) y el entretenimiento (vídeos cortos, memes, opinar...). Dentro de estas, buscamos el contacto constante entre usuarios con el fin de lograr el beneficio social y la satisfacción de la necesidad social básica de comunicarnos. Otros factores a tener en cuenta son la curiosidad (queremos enterarnos de que le ocurre a la gente que conforma nuestra red social, personas famosas u acontecimientos que ocurren en el día a día), popularidad (deseamos sentir que somos conocidos y nuestros comportamientos u opiniones tienen relevancia) y mantener relaciones sociales o recuperar aquellas que el contacto se ha perdido (García Galera et Fernández Muñoz, 2016, como se citó en García-Ruiz et al, 2018).

Por tanto, la visión y evaluación que tienen las personas respecto a las redes sociales es positiva, ya que creen que son formas de comunicación actuales que poseen muchas funciones beneficiosas y amplias posibilidades dado su carácter gratuito, su comodidad y utilidad para mantener una comunicación constante, permitiendo poder sociabilizar, poder expresarse libremente y encontrar muchas y variadas formas de entretenimiento. Todo esto bajo la facilidad para poder comunicarse, compartir contenidos y generarse una imagen social (no tiene por qué verse reflejada la verdadera realidad de la persona). (Igartua et Rodríguez de Dios, 2016; Fondevila-Gascon, et al, 2014; Rubio-Romero & Perlado Lamo de Espinosa, 2017, como se citó en García-Ruiz et al, 2018).

Aunque la adicción a las redes sociales sea una adicción comportamental, no habiendo consumo de ninguna sustancia química, sí que existen una serie de estímulos que afectan de forma directa a la persona creando una necesidad. Los me gusta, la popularidad, la pertenencia a un grupo, la aceptación social... son los incentivos que poseemos las personas para querer utilizar las redes sociales. La necesidad de conseguir satisfacción mediante estos estímulos es lo que crea la conducta potencialmente adictiva, interfiriendo en la percepción de la realidad y

en todas las áreas de la persona (familiar, social, laboral...), creando la problemática. Todas aquellas conductas que proporcione placer al usuario son potencialmente adictivas.

Para finalizar, una de las teorías más utilizadas y que se ha intentado adaptar a las redes sociales para explicar este fenómeno, es el modelo cognitivo-conductual. Este modelo explica la adicción a las redes sociales exponiendo que las personas que poseen procesos cognitivos que provocan un malestar personal (baja autoestima, pensamientos negativos, conductas pasivas, distorsionar la realidad...) acaban realizando comportamientos y conductas disfuncionales (Una extrema negatividad y pasividad acaba llevando a utilizar las redes sociales como fuente de desahogo y aislamiento) incidiendo de forma directa en todas las áreas de la personas de forma negativa (Davis, 2001).

Este modelo fue actualizado por Scott E. Caplan en el año 2010, a raíz de realizar una investigación y estudio del mismo. En esta nueva reformulación, el modelo está basado en cuatro pilares fundamentales, estos son: preferencia por la interacción social online (la forma de comunicación elegida es mediante redes sociales debido a carencia de habilidades sociales), regulación del estado de ánimo a través de las redes sociales (Utilizan las redes sociales como vía de escape, para desahogarse y evadirse de la realidad), mala capacidad de autorregulación (No poseen la habilidad de establecer límites y no saben cuándo tienen que parar) y consecuencias negativas (bajo rendimiento escolar o laboral, red social baja o inexistente, problemas familiares...). Estos pilares fundamentales están fuertemente vinculados entre sí. Si la persona prefiere interactuar de forma online y regular su estado de ánimo mediante las redes sociales, aumenta la probabilidad de carecer de autorregulación, derivando en pensamientos obsesivos y un uso compulsivo de las redes sociales, obteniendo como resultado diversas consecuencias negativas en diferentes áreas como es el empleo, la vida social y la vida familiar. (Caplan, 2010). La idea principal de este modelo es la fuerte conexión de los distintos factores que lo conforman, una persona que posee un contexto estructural inestable es propensa a refugiarse en una serie de estímulos gratificantes (alcohol, marihuana, tabaco...), tomando las redes sociales ese rol en la actualidad. La multitud de posibilidades que brindan las redes sociales permite que las personas potencialmente adictas quieren evadir la realidad y crearse una nueva identidad, ajena a la real, careciendo de autocontrol, abandonando la rutina y despreocupándose de la vida real.

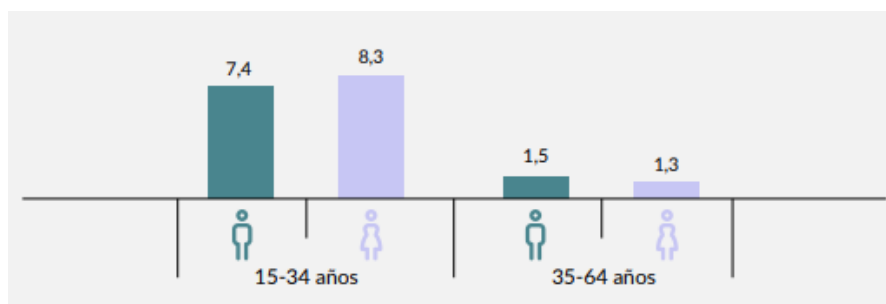


## Factores de riesgo y protección

Como venimos hablando durante todo el trabajo, el mal uso de las redes sociales es un potenciador claro de la creación de trastornos o empeoramiento de los mismos. Las redes sociales son ampliamente usadas, en la actualidad es algo totalmente normalizado y presente en el día a día de las personas, el 85.6% de la población española son usuarios activos de alguna red social, representando a un total de 40.70 millones de personas (We Are Social, 2023). Pero las personas que se pueden considerar adictas a las redes sociales son muy escasas (no habiendo cifras exactas, ya que de momento no es un trastorno reconocido como adicción por la OMS), por lo que el medidor más adecuado es la prevalencia de usuarios con riesgo de un uso compulsivo de las redes sociales. Debido a que no he podido encontrar en la revisión bibliográfica fuentes fiables que aporten datos específicos del grupo muestral, serán utilizados datos de grupos muestrales más amplios.

**Tabla 3**

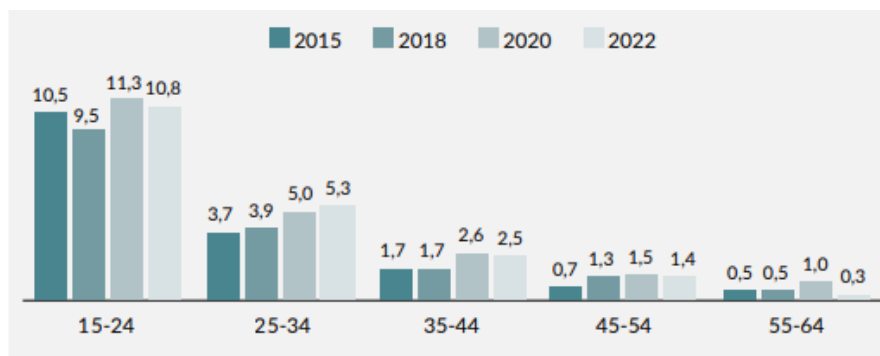
Prevalencia de un posible uso compulsivo de internet entre la población de 15 a 64 años, según edad y sexo (%). España, 2022.



Fuente: Tomado de *Informe sobre trastornos comportamentales* (p.61), Ministerio de Sanidad, Gobierno de España.

**Tabla 4**

Prevalencia de usuarios de internet con riesgo elevado de tener un posible uso compulsivo de internet entre la población de 15 a 64 años, según edad (%). España, 2015-2022.



Fuente: Tomado de *Informe sobre trastornos comportamentales* (p.61), Ministerio de Sanidad, Gobierno de España.

En la figura 3 está representada la prevalencia según la variable género. La diferencia es muy baja por lo que no podemos establecer que esta problemática afecta de distinta manera según el género, descartándolo como factor de riesgo.

Como podemos observar en la figura 4, la prevalencia es muy baja teniendo en cuenta el gran volumen de personas usuarias de redes sociales. Podemos observar como el rango de edad más susceptible a estar en riesgo de una posible adicción son las personas de entre 15 y 24 años, doblando la cifra respecto al siguiente intervalo con más prevalencia. Esto nos hace indicar que según las personas van avanzando en el ciclo vital y madurando el riesgo es mucho menor. También podemos interpretar como la pandemia por COVID-19 obligó a incrementar el uso de las TIC y las redes sociales, debido a que se ve un aumento considerable en todos los rangos de edad durante el año 2020, esta subida se ha mantenida estable (variando un poco la cantidad) en los distintos rangos excepto en las personas mayores, donde observamos claramente como ha bajado.

Las personas adolescentes y jóvenes son especialmente más sensibles a realizar un uso compulsivo, debido a que son personas que basan su día a día en las redes sociales e internet, siendo elementos imprescindibles en sus vidas. Su forma de comunicación principal es de manera online y basan su comportamiento e identidad en como interactúan en las diferentes redes sociales. Es un colectivo muy susceptible al entorno y al cambio social, siguiendo las modas y tendencias del momento (En la actualidad son las redes sociales y las TIC), además es el rango de edad mejor adaptada a la nueva sociedad de la tecnología al ser nativos digitales (Castellana et al, 2006; Marchargo et al, 2003; como se cita en Muñoz y Ramírez, 2016).

En primer lugar, explicar que un factor de riesgo es aquella condición que aumenta la posibilidad de que una persona adquiera un trastorno o enfermedad, en este caso, la adicción a las redes sociales. Ya hemos hablado de la edad y de la existencia de una previa adicción con sustancia como factores de riesgo, pero hay más. Entonces, ¿cuáles son los factores de riesgo presente en este trastorno?

Según Echeburúa (2012) existen tres factores de riesgo principales:

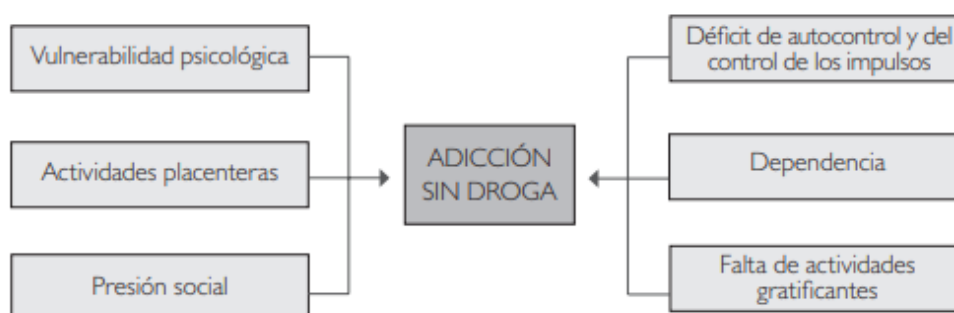
- Factores personales: Estos factores vienen repercutidos por la propia persona y son específicos de cada uno, clasificándolos en la personalidad y en las emociones. La personalidad es un condicionante en aquellas personas que son tímidas y poseen una mala autoestima o trastornos previos (Bulimia, anorexia, TDAH...).

negativa es aquella donde la persona no sabe valorarse adecuadamente, pensando que es mejor o peor de lo que realmente es, esta autoestima negativa es un factor de riesgo. Las emociones son un factor de riesgo en aquellas personas con unos ciclos anímicos inestables, personas propensas a estar tristes, tener ansiedad o con poco autocontrol. La búsqueda de emociones fuertes acaba repercutiendo en una falta de autocontrol al nunca tener la sensación de estar satisfechos y siempre acabar queriendo más.

- Los factores familiares: son aquellos que obtenemos directamente del entorno familiar, teniendo en cuenta las pautas y conductas de la familia. Los hogares desestructurados son los que potencian la existencia de una posible adicción. Las características de este tipo de familias son: falta de figura materna o paterna, ausencia de normas de comportamiento, inexistente coordinación entre familiares, promoción de conductas poco saludables, ausencia de apoyo emocional. Crecer en este tipo de familias fomenta carecer de autocontrol y establecer conductas muy dañinas como el alcoholismo, tabaquismo, ludopatía...
- Factores sociales: Estos factores responden a la necesidad de pertenencia a un grupo y de comunicarnos que tenemos las personas. El no sentirse integrado en la sociedad o la carencia de relaciones sociales deriva en la utilización de las redes sociales. Aquellas personas que carecen de habilidades sociales cara a cara aprovechan las redes sociales para aislarse y crear una nueva identidad. Esta sensación de anonimato deriva en comportamientos muy nocivos y conductas altamente peligrosas, pudiendo crear seres deshumanizados ajenos a la realidad.

### Tabla 5

Inicio y mantenimiento de las adicciones sin sustancia.



Fuente: Tomado de *Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes* (p. 442), Echeburúa

Analizando estos tres factores de riesgo, nos daremos cuenta de que son comunes en todas las adicciones. Estos factores crean el estereotipo de persona adicta que todo el mundo tenemos en la cabeza: inestable mentalmente, carente de relaciones sociales, familia desestructurada o complicada, poco autocontrol, en busca constante de comportamientos placenteros y con exposición toda su vida a estas adicciones. (Echeburúa, 2012).

La existencia de factores de riesgo provoca que también se desarrollen su contraparte, los factores de protección. Los factores de protección son aquellas condiciones que limitan o reducen las posibilidades de aparición de trastornos o enfermedades. Cuantos más factores de protección reúna una persona menos expuesta estará a sufrir esta problemática, pudiendo utilizarlos para intentar prevenirla. Según Echeburúa (2012) existen dos tipos de factores de protección:

- **Recursos personales:** Estos recursos son las buenas conductas o los buenos rasgos característicos de la persona, protegiéndola ante el riesgo de sucumbir ante una conducta adictiva. Las personas con buena autoestima son capaces de saber sus puntos fuertes y limitaciones, poniéndose metas y límites afines a sus capacidades. Esto ayuda a tener un buen auto control y unas emociones más equilibradas, confiar en uno mismo es clave para evitar las conductas poco saludables. Otro factor de protección son las habilidades sociales y de comunicación, si las personas saben socializar cara a cara teniendo un buen nivel de comunicación, podrán evitar el uso nocivo de las redes sociales, ya que no realizarán conductas perjudiciales como la creación de una identidad falsa o aprovechar el anonimato para desahogarse en estas redes. Otros recursos personales son: la capacidad resolutive de problemas (saber afrontar los problemas sin necesidad de ayuda, con una buena habilidad de reacción y pensamiento crítico, ya que indica una buena toma de decisiones), afrontamiento adecuado del estrés (aprender a tener bajo control la impulsividad y las emociones pudiendo evadir conductas potencialmente adictivas) y la ocupación adecuada del ocio (el tiempo de ocio puede ser invertido en varias y distintas actividades, fomentar un ocio variado creara conductas saludables y permitirá disfrutar sin caer en la reiteración o uso excesivo).
- **Recursos Familiares:** estos recursos hacen referencia al establecimiento de buenas conductas y relaciones familiares. Un hogar será considerado como factor de protección cuando en el entorno familiar exista una buena comunicación, se establezcan unas normas de convivencia claras, existiendo conductas saludables y compartiendo un ocio

conjunto. La familia es un punto de suma importancia para la vida de las personas, unas buenas condiciones familiares siempre favorecerán al desarrollo correcto del individuo, limitando conductas tóxicas o desfavorables.

### **Perfil, señales de riesgo y consecuencias**

Una vez definida y conceptualizada la adicción a las redes sociales, exponiendo el porqué de la misma y sus factores, tanto de riesgo como de protección, podemos desarrollar el perfil de la persona adicta o potencialmente adicta. Recordemos que la definición que hemos creado es “trastorno derivado de un mal uso de las redes sociales, provocando la pérdida de control en el sujeto, interfiriendo gravemente en todos los aspectos de la vida diaria y todas las áreas que rodean al sujeto, como es el área familiar, laboral y social”, por lo que la persona adicta o potencialmente adicta es aquella que es dependiente de las redes sociales, careciendo de autocontrol, interfiriendo gravemente en todos los aspectos de su vida.

Podemos identificar una serie de grupos de riesgo (Sánchez-Carbonell et al, 2008): Las personas más propensas a desarrollar este trastorno son aquellas que pasan por un momento vital inestable (divorcio, falta de motivación y plan de vida, jubilación...) y utilizan las redes sociales para conseguir ayuda emocional o encontrar estimulación sexual (Meerkerk et al, 2006; Young, 1998; Como se citó en Sánchez-Carbonell, 2008); aquellas que posean limitaciones en sus habilidades sociales y una mala capacidad de comunicación (no pudiendo satisfacer la necesidad básica de interacción social o pertenencia a un grupo); individuos con baja autoestima que tengan inseguridad, carencias afectivas, infelicidad y se sientan aisladas o solas; Exadictos o adictos a una sustancia química; personas que posean trastornos previos psicológicos (TDAH, obsesivo compulsivo, bipolaridad...); inexpertos en el uso de las redes sociales o que se inicien en ese momento (Caplan, 2003; Echeburúa, 1999; King, 1996; Young, 1998; como se citó en Sánchez-Carbonell et al, 2008); por último, los adolescentes, como se explicó con anterioridad, siendo este el mayor grupo de riesgo. Estableciendo que el perfil de adicto no es homogéneo, si no que este puede variar, siendo el más propenso: las personas que no se sienten a gusto con su vida, encontrándose en una mala situación emocional y careciendo de afecto.

En relación con los grupos de riesgo, existen comportamientos previos a la adicción que nos permiten darnos cuenta de que la persona está en proceso de volverse adicta. Siendo claros indicadores de que esa persona necesita una intervención lo antes posible, pudiendo

erradicar la problemática en su origen (cuanto más adicto es una persona, menos posibilidad de terminar con el trastorno posee).

Según Echeburúa (p.93, 2010) las distintas señales de alarma son:

- Privación de sueño para permanecer conectado (mantenerse hiperconectado a las redes sociales).
- Descuidar las actividades básicas de la vida diaria u otras de importancia.
- Ser alertado por familiares o amigos.
- Mentir sobre el tiempo real de conexión.
- Intentar limitar el tiempo que se pasa conectado sin llegar a lograrlo.
- Estar conectado constantemente y cuando no se está conectado, no poder dejar de pensar en que estará sucediendo dentro de la red social. Pudiendo enfadarse o irritarse por no estar interactuando en ese momento o caídas de conexión.
- Sentir una satisfacción y un placer intenso cuando se consigue una meta dentro de la red o por simplemente estar conectado.
- Aislarse socialmente, evitando contactos que no sean dentro de la red o perdiendo las ganas de interactuar cara a cara.

La actividad dentro de las redes sociales se vuelve el centro de la vida de la persona adicta, pensando constantemente en ellas y en que hará en su próxima conexión a las mismas. Centra su vida en las redes, volcando toda su interacción social y ocio en estas. Siente alivio al evitar el contacto cara a cara y comienza un progresivo aislamiento que acabara provocando una paulatina exclusión de la persona de la sociedad. Sus esfuerzos y emociones van únicamente centradas a mantenerse conectado, llegando a perder la percepción de la realidad y evadirse de la misma. No siendo capaces de controlar el tiempo, dedicando más del que debería, empezando poco a poco a dejar de lado sus tareas y actividades básicas, centrándose en lo único importante, Internet y las redes sociales (Sánchez-Carbonell et al, 2008).

La ignorancia de estas señales de alarma deriva en una serie de consecuencias perjudiciales y dañinas para el usuario. Los trastornos relacionados con la adicción a las redes sociales son principalmente psicológicos que acaban derivando en el aspecto social, pero también posee consecuencias negativas en la salud física de las personas (directa o indirectamente). La adicción a las redes sociales no crea en sí los trastornos mentales, si no que repercute en los ya existentes agravándolos.

Esta adicción repercute de manera directa en el aspecto escolar, desencadenando situaciones como ausentismo escolar, mal rendimiento o directamente abandono escolar, impidiendo la formación de la persona y limitando su plan de vida. Si la persona se encuentra trabajando y no estudiando, afecta a su vida laboral y aspecto económico. Conductas como llegar tarde al trabajo, bajas injustificadas, mal rendimiento.... Si hablamos de las consecuencias físicas, esta adicción puede provocar trastornos o enfermedades como son las cervicalgias (dolor focalizado en el cuello que se puede extender hasta la espalda o la cabeza), tendinitis (inflamación de los tendones), síndrome del túnel carpiano (dolor en la muñeca que limita la movilidad de la mano), empeoramiento de la vista (fatiga ocular), pérdida de hábitos de sueño, aseo y alimentación (Sánchez-Carbonell et al, 2008). Como nombramos anteriormente, las consecuencias psicológicas son las que afectan de una forma más incisiva en la vida de la persona. La depresión, inestabilidad emocional y la ansiedad son claramente los trastornos que más nos encontramos en las personas adictas.

Engancharse a las redes sociales e interactuar de forma masiva por ellas conlleva a un estilo de vida sedentario en el que no se realizan conductas saludables, impidiendo el correcto desarrollo de la persona. Afectando gravemente a todas las áreas de su vida y convirtiéndola en una persona aislada de la sociedad con graves trastornos mentales que la impiden tener la fuerza de voluntad para poder acabar con ella. La búsqueda de placer y satisfacción acaban acarreando consecuencias muy negativas si no se sabe cuándo parar. Cuando la persona es inestable o vulnerable y adquiere estas conductas, deja de lado todo para resguardarse donde se siente valorada y aceptada, las redes sociales.

Pero ¿cómo combatimos contra esta problemática? Según Terán Prieto, la forma de combatir esta problemática es mediante la prevención. Prevenir consiste en adelantarse al problema, interviniendo en el génesis del mismo o realizando una sensibilización y psicoeducación del mismo. Estas medidas son muy conocidas y aplicadas en la actualidad, talleres de sensibilización antidrogas, charlas sobre los efectos del alcohol.... (2019).

Si nos basamos en guías nacionales e internacionales sobre prevención, hay cinco áreas en las que se puede basar el tratamiento preventivo (Terán Prieto, 2019):

- Tiempo de uso: Fomentar un uso responsable, sabiendo poner normas adecuadas y establecer límites al uso de las redes sociales. Enseñar a anteponer las actividades básicas frente al uso de las redes sociales y concienciar sobre otras formas de ocio.

- Privacidad: Sensibilizar acerca del ciber acoso, enseñar la importancia de mantener datos de forma privada y explicar la existencia de perfiles falsos. Mentalizando de que la sensación de libertad de las redes sociales puede ser muy peligrosa, ya que puede que no sepamos quien es la persona con la que interactuamos o nos estén engañando.
- Contenidos: Si la persona es menor, utilizar las protecciones de edad (edad mínima para jugar a un videojuego o chatear) y controlar que tipo de redes utiliza.
- Familia: Nombrada en los factores de protección, la familia debe encargarse de educar y proteger. Por lo que hay que prevenir tanto con las familias como con el adolescente/joven.
- Sujeto: También fue nombrada en los factores de protección, educar y actuar con aquellas personas que pueden ser susceptibles a ser adictas por sus condiciones personales. Mediante educación y formación sobre el uso de las redes sociales.

Esta prevención es la que se utiliza en la actualidad, aunque casi no existen numerosos planes o proyectos debido a la poca repercusión de la misma, sí que existen algunos que podemos utilizar como referencia: “*Levanta la cabeza*”, movimiento actual impulsado por Atresmedia a nivel nacional que vela por la digitalización sostenible, uso seguro y responsable de la tecnología centrándose en los menores; “*Servicio de atención a adicciones tecnológicas*”, realizado por la Comunidad de Madrid con la intención de otorgar un servicio directo en casos de necesidad de intervención, previniendo y asesorando a las personas entre 12 y 17 años y a sus familias; “*Clickeando*”, programa de prevención del uso problemático de las TIC y las redes sociales, realizado e impulsado por el Ayuntamiento de Valencia en el año 2018; “*Guía para padres y educadores sobre el uso seguro de Internet, móviles y videojuegos*”, libro cuyo propósito es otorgar una enseñanza básica a los padres para que pueden educar y ayudar a sus hijos en uso responsable y saludable de las TIC y las redes sociales.



#### 4. METODOLOGÍA

Este trabajo consta de diferentes recursos metodológicos. Para la elaboración de la parte conceptual, he utilizado la revisión bibliográfica. La revisión bibliográfica consiste en realizar una búsqueda y análisis de la literatura existente, recopilándola de forma sistemática (Vilanova, 2012).

Según Pedraz (2004) la revisión bibliográfica nos permite:

- Ahondar en la explicación de las razones por las que hemos elegido dicho tema de investigación.
- Conocer el estado actual del tema: qué se sabe, qué aspectos quedan por investigar.
- Identificar el marco de referencia, las definiciones conceptuales y operativas de las variables estudiadas.
- Descubrir los métodos para la recogida y análisis de los datos utilizados.
- Contar con elementos para la discusión, donde se compararán los resultados que obtengamos con los estudios previos.

A su vez, realizar esta revisión bibliográfica nos puede dar como resultado: el estado de la cuestión (revisión global más amplia acerca del conocimiento sobre un objeto de estudio), el marco conceptual, el marco teórico, el marco metodológico o un trabajo de revisión (investigación basada en los resultados de una intervención o programa específica) (Codina, 2020).

Esta revisión bibliográfica se ha llevado a cabo mediante la consulta de repositorios o portales bibliográficos como son Dialnet, Google Scholar o los repositorios de distintas universidades españolas (UVaDOC, CRAI, Redalyc...). También han sido documentos de utilidad para el trabajo los TFGs de años anteriores que tenían objetos de estudio similares al de este trabajo.

El otro recurso metodológico utilizado en este trabajo es la encuesta. Según López-Roldán y Fachelli (2015), la encuesta es una “técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (p. 6). Por lo que, esta herramienta metodológica se realiza con el fin de dar respuesta a una serie de hipótesis. La idea de que los adolescentes/jóvenes no son conscientes de los riesgos y problemáticas de un mal uso de las redes sociales es la hipótesis principal por

la cual he querido desarrollar este cuestionario. Aunque, también, se han tenido en cuenta otra serie de hipótesis, como son la imposibilidad de dejar de usar las redes sociales a pesar de producir sensaciones de apatía o rechazo y la idea de que se destina mucho tiempo del día a día en las redes sociales.

Las preguntas o ítems de la encuesta se realizan mediante un cuestionario de carácter cuantitativo, anónimo y de preguntas cerradas, utilizando el formato de la escala tipo Likert. La escala tipo Likert es un instrumento que se utiliza para que el encuestado muestre su grado de conformidad o desconformidad acerca de una afirmación o idea. Estando formada por una escala de valoración ordinal donde se encuentra un medidor neutral, dos medidores que muestran conformidad y dos que muestran desconformidad (Mata, 2018). Para la realización de este cuestionario, se han utilizado preguntas de variables sociodemográficas y preguntas cerradas a cerca de las hipótesis a tratar. Estas preguntas son de elaboración propia inspirándome en cuestionarios ya existentes que tratan a cerca de esta adicción, como es el Test de adicción al móvil creado por Adictalia (Red Nacional de Apoyo y Soluciones para Adicciones) o el cuestionario de diagnóstico de la adicción a internet (iadq) impulsado por la Universidad de Salamanca.

El cuestionario estará dividido en cuatro bloques de preguntas, siendo diferenciados y ordenados para poder realizar un mejor análisis de datos. El primer bloque consiste en contestar a las preguntas sociodemográficas correspondientes. Estas preguntas son acerca de la edad, el género y la ocupación. El segundo bloque reúne las preguntas relacionadas con el uso directo de las redes sociales y el tiempo de uso de las mismas. El tercer bloque junta preguntas sobre la sensación de las personas sobre las redes sociales y la hipótesis de la imposibilidad y dificultad de dejar de usar las redes sociales, a pesar de generar sentimientos negativos. El cuarto, y último bloque, son preguntas que enfocadas en indagar en el conocimiento que se posee a cerca de los riesgos y problemáticas de un mal uso de las redes.

La población diana de este cuestionario se corresponde con las personas adolescentes/jóvenes que usan las redes sociales a diario, ya que son las personas más susceptibles de poder desarrollar esta adicción, como hemos podido desarrollar en el apartado de marco teórico. Para poder investigar e incidir en esta población diana, utilizaremos un grupo muestral o muestra. Esta muestra está conformada por aquellas personas vallisoletanas o que viven en la ciudad de Valladolid, que tienen una edad ubicada entre 18 y 26 años y hallan querido contestar al cuestionario voluntariamente. Toda persona que cumple estas tres

condiciones forma parte del grupo muestral o de la muestra y sus respuestas serán el objeto a tratar en el análisis de resultados. Esta muestra no se corresponde a una muestra representativa, si no a una no representativa; todo esto debido a que los usuarios que van a responder al cuestionario son elegidos de forma aleatoria y será una muestra de pequeño tamaño que no puede representar la opinión general de todos los adolescentes/jóvenes.

Por último, indicar que el cuestionario se ha realizado mediante la herramienta Google Forms y será compartido y distribuido mediante distintas redes sociales, siendo de especial relevancia la red social WhatsApp y la red social Instagram. Siendo desarrollado y distribuido a lo largo del mes de mayo de 2023.

Tras la realización de ambos recursos metodológicos, se ha hecho un análisis y discusión de los datos recogidos mediante la encuesta. Para finalizar, se han realizado las conclusiones, respondiendo a los objetivos del trabajo y a las hipótesis planteadas.

## 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El siguiente análisis de datos se ha realizado con las respuestas al cuestionario “Las Redes Sociales” (vid. Anexo 1) explicado en el apartado de metodología. Este cuestionario posee en total 21 preguntas, siendo tres preguntas sobre variables socio demográficas, otras tres preguntas son de respuesta corta y quince preguntas son tipo escala Likert. El cuestionario ha sido desarrollado en la plataforma Google Forms y compartido por las redes sociales WhatsApp e Instagram. En total, el cuestionario cuenta con 74 respuestas, de las cuales 71 corresponden a las características establecidas del grupo muestral (adolescentes/jóvenes vallisoletanos o residentes en Valladolid que tienen de 18 a 26 años y usan las redes sociales).

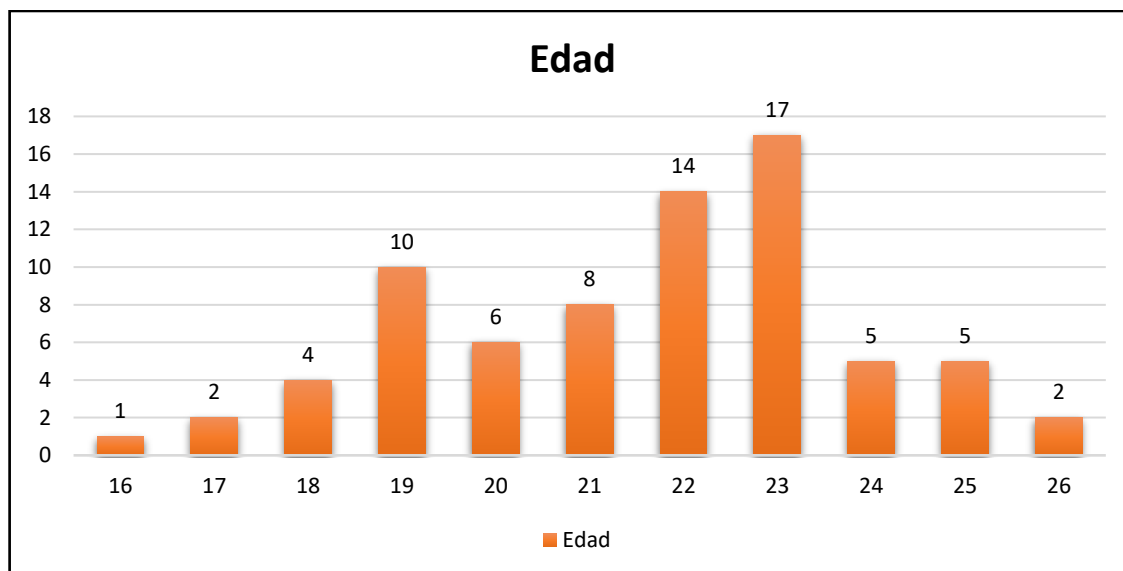
Como se indicó con anterioridad, el cuestionario está dividido en cuatro bloques de preguntas:

- El primer bloque contiene las preguntas sociodemográficas correspondientes. Estas preguntas son acerca de la edad, el género y la ocupación.
- El segundo bloque reúne las preguntas relacionadas con el uso directo de las redes sociales y el tiempo de uso de las mismas.
- El tercer bloque engloba preguntas sobre la sensación de las personas sobre las redes sociales y la hipótesis de la imposibilidad y dificultad de dejar de usar las redes sociales, a pesar de generar sentimientos negativos.
- El cuarto, y último bloque, son preguntas sobre la percepción de las personas a cerca de los riesgos y problemáticas de un mal uso de las redes.

Para efectuar el análisis de datos, realizaré los gráficos correspondientes a cada pregunta exponiendo los datos de las respuestas y haciendo una breve explicación de cada uno de ellos. Estos datos serán de utilidad para poder finalizar el trabajo con las conclusiones.

### 1. Pregunta sobre la variable edad:

En esta pregunta la opción de respuesta era libre, no limitando las posibles respuestas. En total ha habido 74 respuestas.



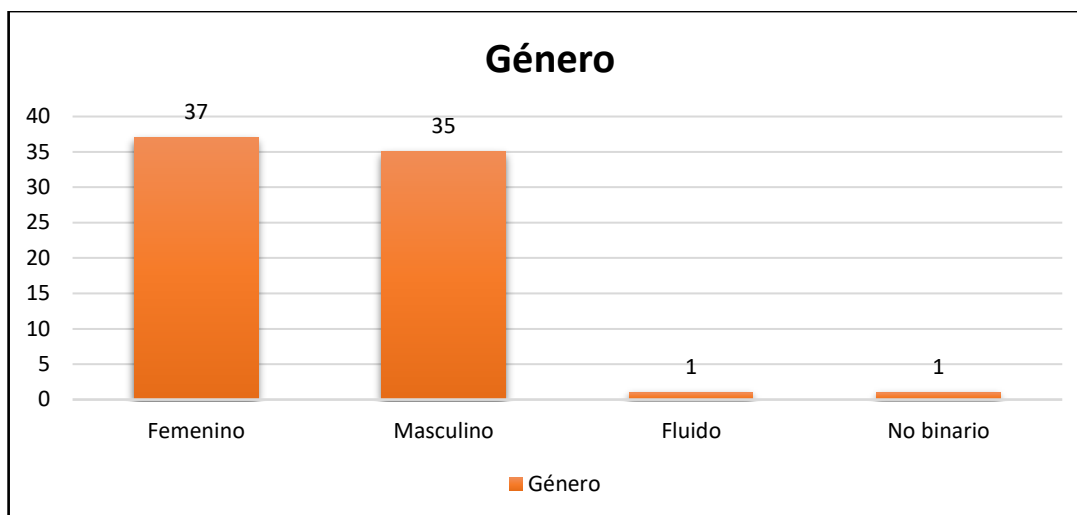
Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario "Las redes sociales" preg. 1.

Como podemos observar en el gráfico, la edad del grupo muestral es muy variada, poseyendo varias respuestas de cada año o edad. Aunque el grupo muestral es de 18 a 26 años han contestado tres personas menores, las cuáles sus respuestas han sido analizadas y posteriormente valoradas dentro de los datos al no cambiar o variar los resultados obtenidos. También podemos observar que la edad de las personas que más han respondido corresponde al rango de edad 22 a 23 años.

### 2. Pregunta sobre variable género:

En esta pregunta la opción de respuesta era libre, no limitando las posibles respuestas. En total ha habido 74 respuestas.

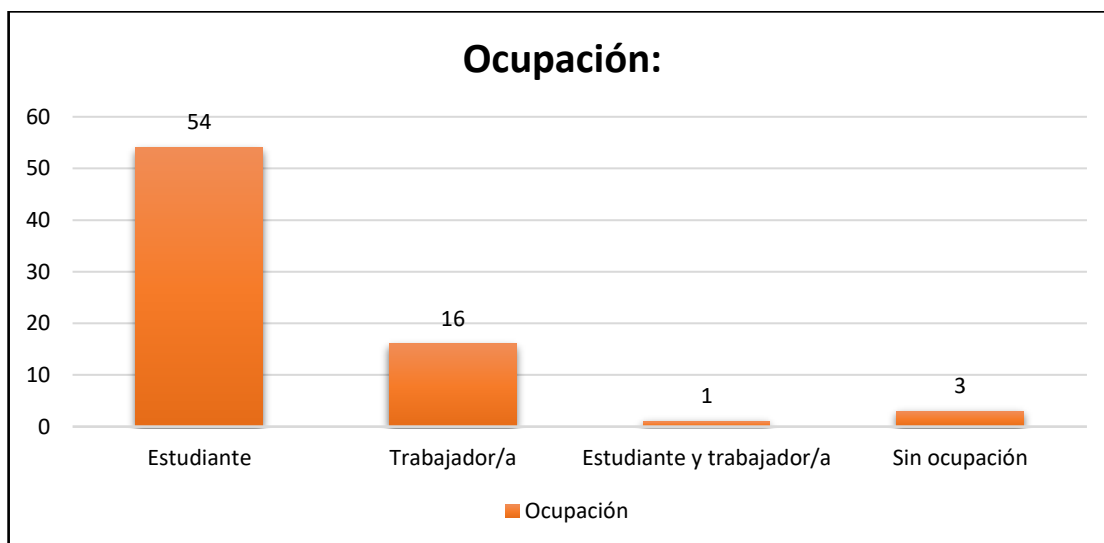
En el gráfico siguiente podemos ver como la muestra es muy heterogénea en cuanto al género de las personas encuestadas. El género que más ha respondido es el femenino, con un total de 37 respuestas, mientras que del género masculino han contestado 35 personas. Correspondiendo el 50% de las personas encuestadas a mujeres y el 47,2% a hombres. También hay una persona que se identifica con género fluido y otra persona con género no binario, siendo representada cada una con 1,4% del total de la muestra.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 2.

### 3. Pregunta sobre variable ocupación:

En esta pregunta la opción de respuesta era libre, no limitando las posibles respuestas. Aunque debido a la diferencia de respuestas, las agrupe en cuatro principales categorías. En total ha habido 74 respuestas.

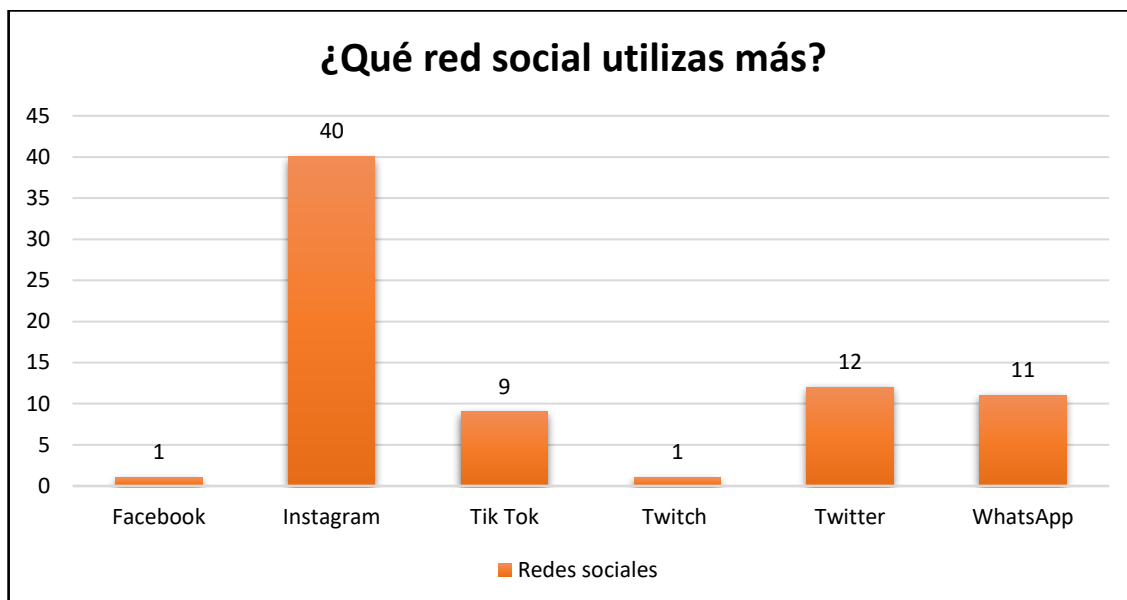


Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 3.

Respecto a la ocupación, la mayoría de las personas encuestadas se encuentran actualmente estudiando algún tipo de curso o grado académico (universidad, grado superior o bachillerato) correspondiendo a 54 personas. 16 personas se encuentran trabajando y una persona estudia y trabaja a la vez. Por último, hay 3 personas sin ocupación.

#### 4. ¿Qué red social utilizas más?:

En esta pregunta la opción de respuesta era libre, no limitando las posibles respuestas. En total ha habido 74 respuestas.



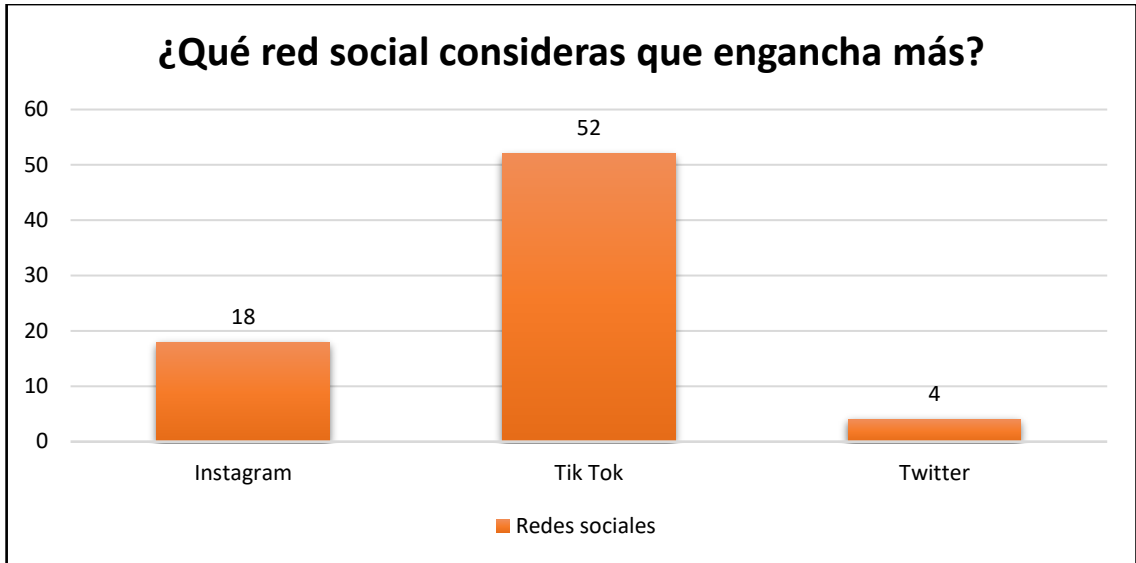
Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 4.

Hay una red social claramente más usada por las personas encuestadas, esa red social es Instagram. 40 personas responden que es su red social más utilizada, en porcentaje corresponde al 54% de todas las respuestas. Otras redes sociales son también nombradas reiteradamente, Twitter (12 veces), WhatsApp (11 veces) y Tik Tok (9 veces). Por lo que Instagram es la red social más representativa de la muestra.

#### 5. ¿Qué red social consideras que engancha más?:

En esta pregunta la opción de respuesta era libre, no limitando las posibles respuestas. En total ha habido 74 respuestas.

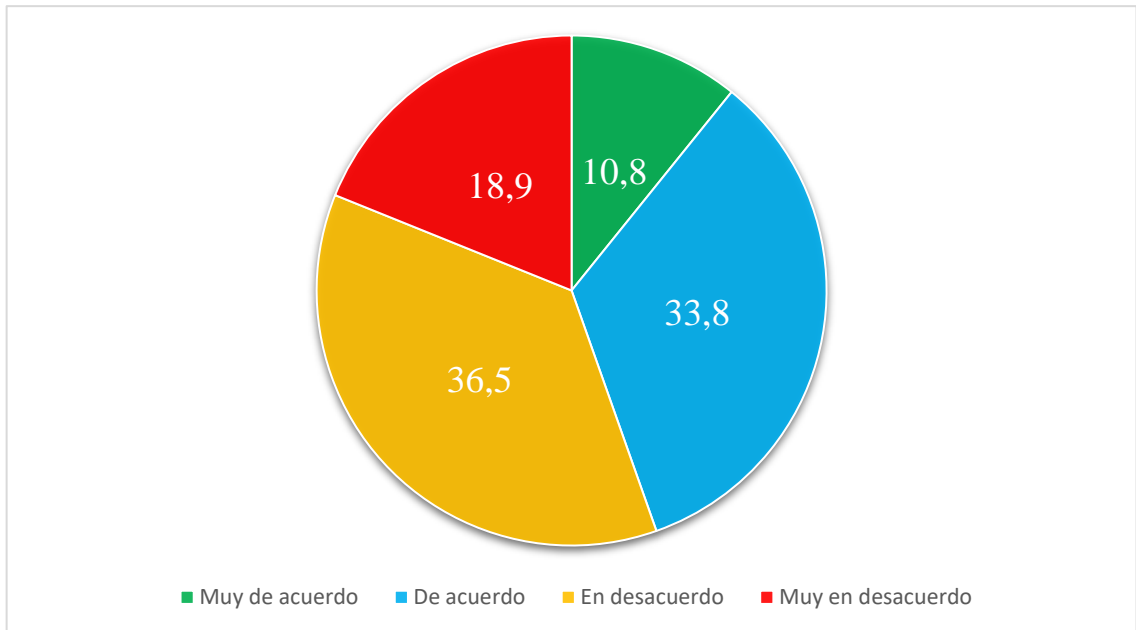
A pesar de que en la pregunta anterior 40 personas respondieron que su red social más utilizada es Instagram, solamente 18 personas la identifican como la red social con más posibilidad de crear un “enganche”. Mientras que Tik Tok solo es la red social más utilizada por 9 personas, pero 52 personas la consideran la red social más “adictiva”. Coincidiendo la gráfica con lo expuesto en el marco teórico. Tik Tok es la red social con más posibilidad de generar una adicción (Elena Sanz, 2022).



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 5.

### 6. Hablo con más personas por redes sociales que cara a cara:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 6.

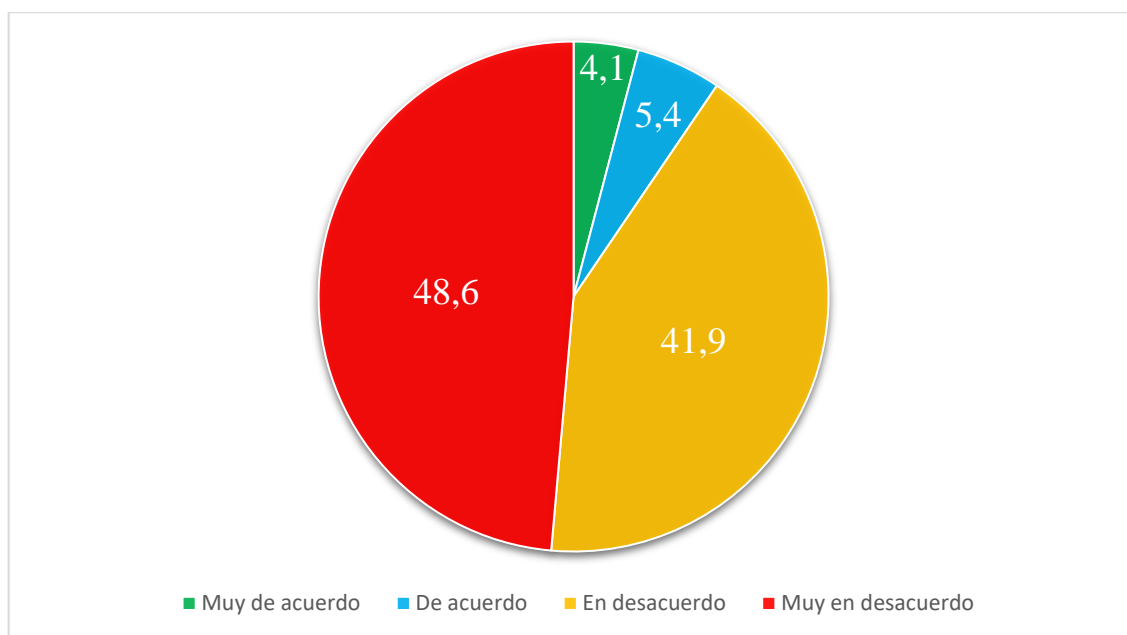
Las respuestas a esta pregunta son muy dispares, las respuestas “de acuerdo” y “en desacuerdo” están muy igualadas, existiendo apenas un 2,7% de diferencia entre ellas. Podemos deducir que es una pregunta sin consenso general, teniendo más respuestas que



muestran su disconformidad, siendo el 55,4%. Por lo que hablar con más personas cara a cara que mediante las redes social depende del propio carácter o situación de la persona.

### 7. Prefiero hablar por las redes sociales que cara a cara:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 7.

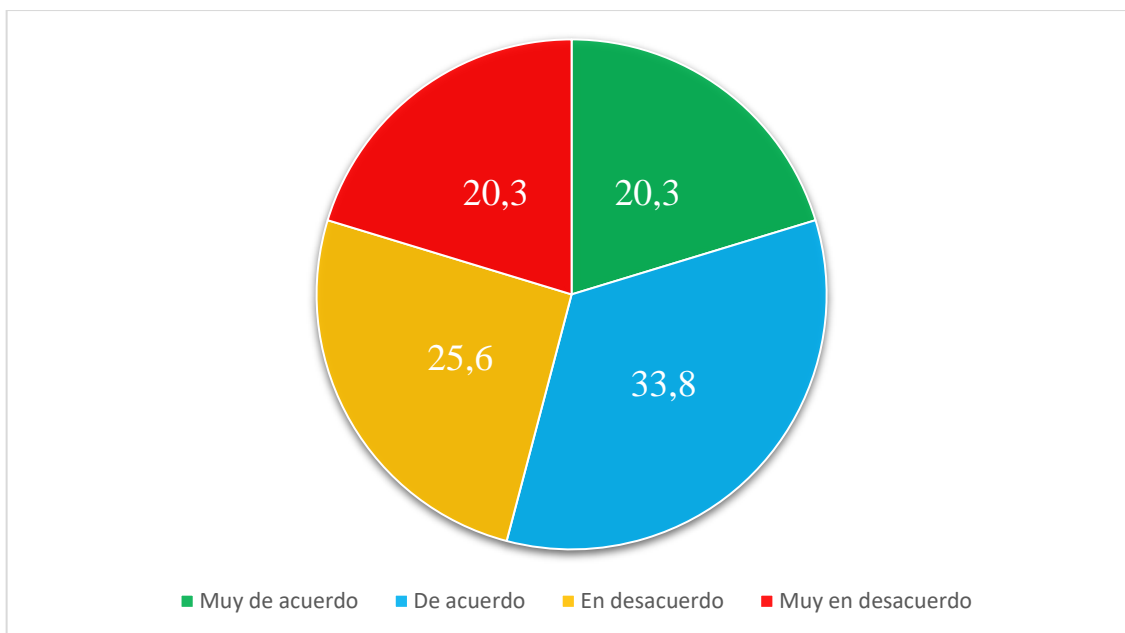
Esta pregunta muestra una clara relación con la pregunta anterior. Destaca la enorme disconformidad o negación de esta pregunta, estando el 48,6% de las personas “muy en desacuerdo” y el 41,9% “en desacuerdo”. En total estas dos respuestas suman el 90,5%. Solo un 9,5% esta “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con esta afirmación, resultado contrario al obtenido en la pregunta anterior donde el 44,6% refleja que tiene más contactos por redes sociales. Por lo que existen muchas personas que niegan preferir hablar por redes sociales, pero aun así sigue hablando más por ellas que cara a cara.

### 8. Me desvelo por la noche usando alguna red social:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

Otra pregunta con disparidad de respuestas y por la tanto de opiniones. Las respuestas más extremas (“muy de acuerdo” y “muy en desacuerdo”) obtienen la misma cantidad de respuestas, el 20,3%. En desacuerdo no está muy lejos de ellas, teniendo un 25,6%. Con esta

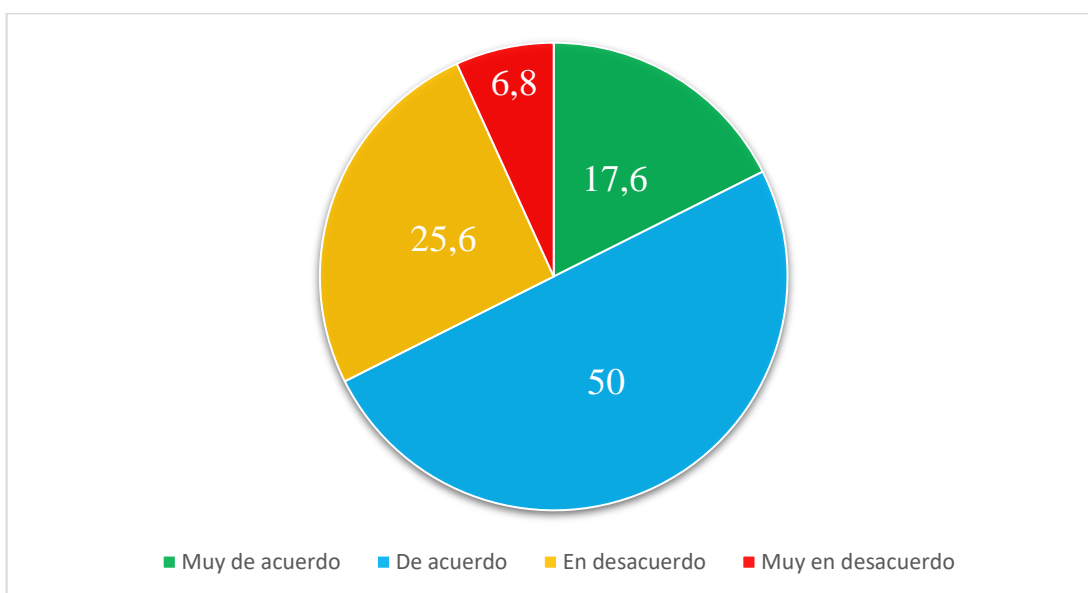
información podemos ver como la respuesta más habitual es “de acuerdo” con un 33,8%. Esto nos indica que la mayoría de las personas si se identifican con que se desvelan por las noches usando alguna red social, aunque hay una gran diversidad de opiniones.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 8.

**9. Cuando estoy en situaciones que no debo utilizar las redes sociales (en el trabajo, en clase, mientras se conduce, en el avión...) acabo utilizando las redes sociales:**

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

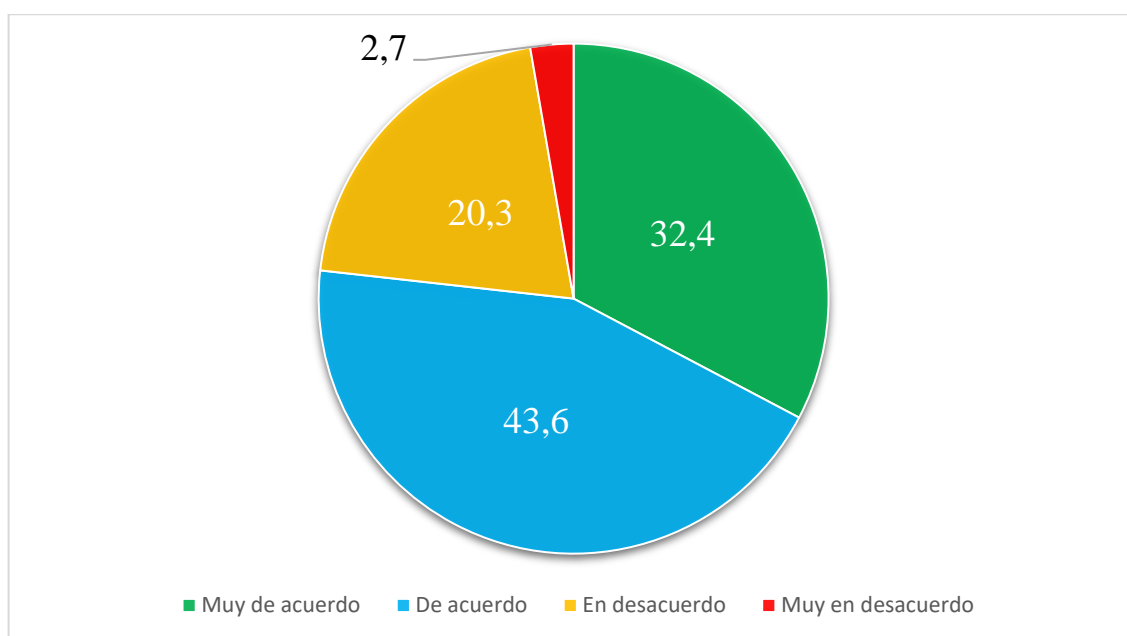


Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 9.

Al contrario que en la afirmación anterior, a la hora de responder si utilizan el móvil en situaciones donde no se debería, sí que hay una gran mayoría que indican la misma respuesta. El 50% de las personas están “de acuerdo” con que, a pesar de no deber usar el móvil, en la mayoría de las situaciones lo acaba usando. También tener en cuenta que el 25,6% contesta que está “en desacuerdo” estableciendo que lo usa en algunas ocasiones cuando no debería, aunque normalmente no. También cabe destacar la poca gente que afirma no usar nunca o casi nunca el móvil cuando no se debe, siendo solo un 6,8%.

#### 10. Utilizo las redes sociales para desconectar o evadir la realidad:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

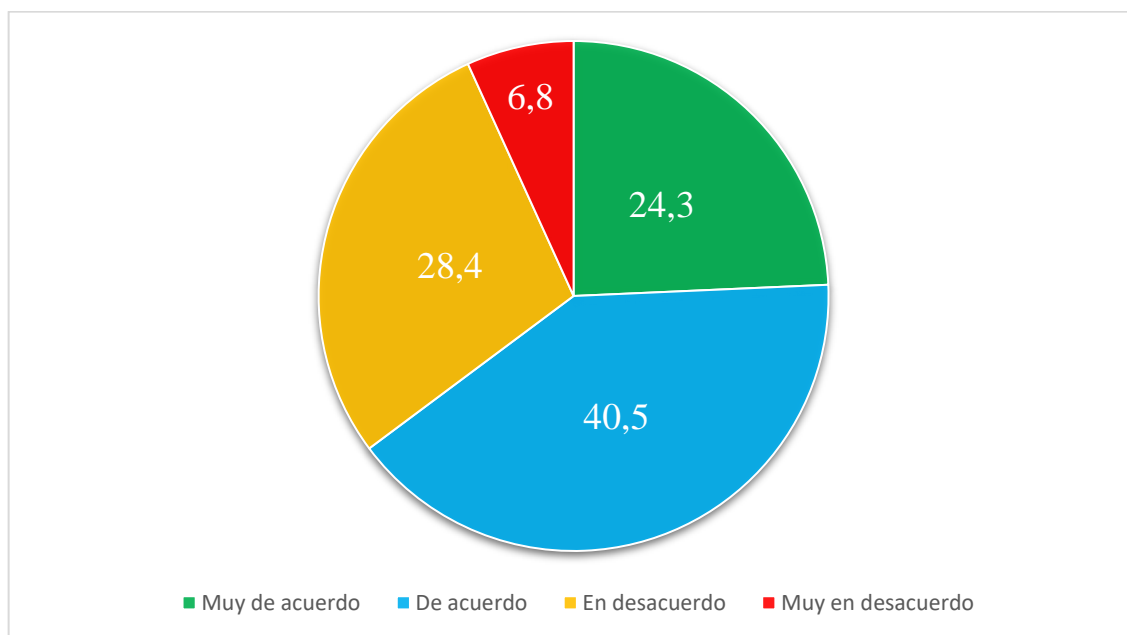


Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 10.

Podemos observar en la gráfica como hay una gran mayoría de personas que afirman utilizar las redes sociales a modo de desconexión, sumando entre “de acuerdo” y “muy de acuerdo” un 76%. Estableciendo un claro uso de las redes sociales como evasores de realidad y de forma de ocio.

#### 11. Aunque no me sienta a gusto y en ocasiones me desagraden, acabo utilizando las redes sociales:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.



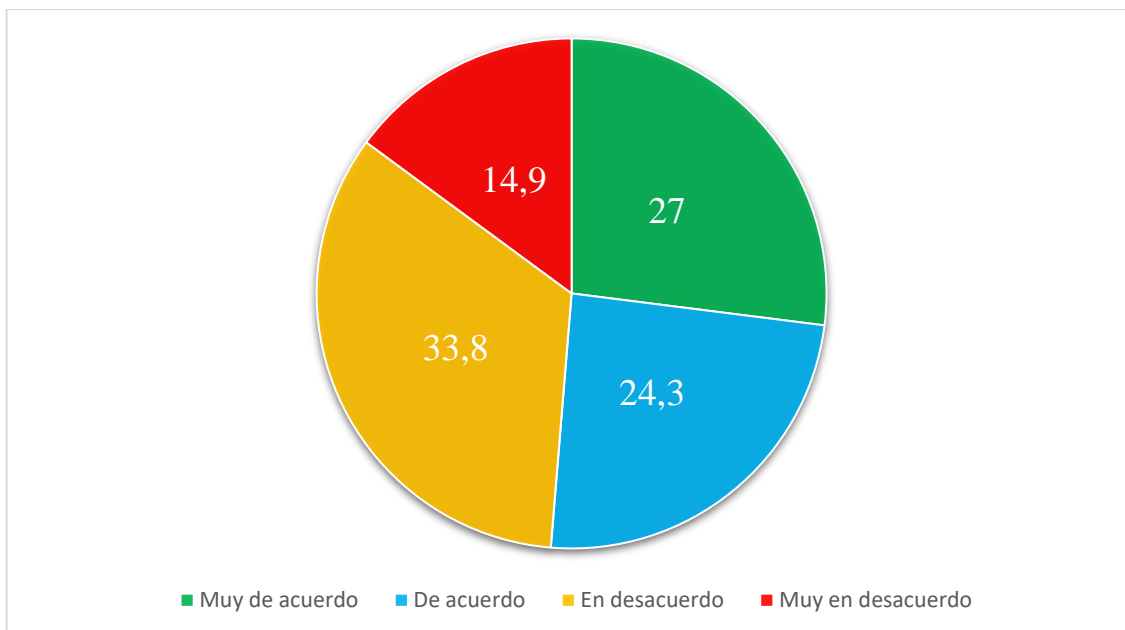
Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 11.

En la pregunta anterior podemos ver como el 76% respondían que estaban “de acuerdo” o “muy de acuerdo” en usar las redes sociales como forma de evadir la realidad o forma de desconexión. A pesar de afirmar esto, el 64,8% de las personas nos indica que a pesar de sentirse mal dentro de ellas o desagradarles siguen utilizándolas. Por lo que podemos vincular una dependencia a estas redes sociales, que primeramente entramos a ellas de forma de desahogue y luego nos “atrapan”. Respecto a la pregunta anterior, el número de personas con respuestas “en desacuerdo” o “muy en desacuerdo” aumentan.

## 12. Soy capaz de no utilizar las redes sociales durante un día entero:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

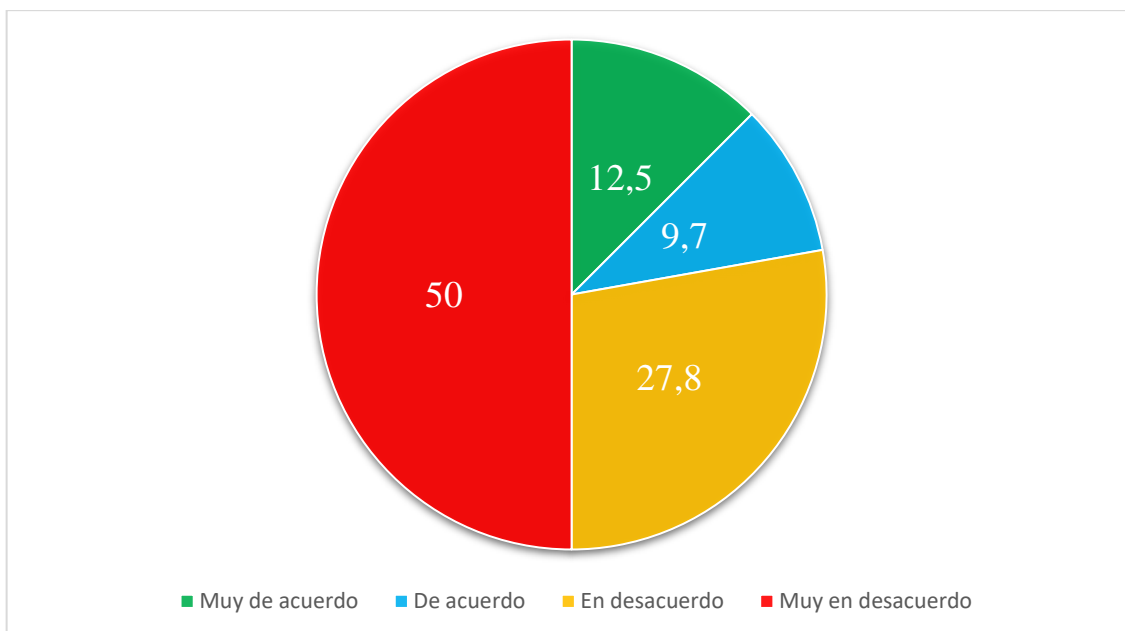
A pesar de establecer un corto período de prohibición de uso de las redes sociales, el 33,8% de las personas cree que no podría estar un día sin ellas y el 14,9% está seguro de que no podría estar un día sin ellas. Lo llamativo de este gráfico es que hay más gente que es capaz de asegurar que podría no usar las redes sociales en un día (27%), que personas que creen que no podrían usarlas en un día. Dejando clara la confianza en sí mismos de esa parte de los encuestados. Las respuestas son diversas sin que haya una opinión clara o unánime.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 12.

### 13. Soy capaz de no utilizar las redes sociales durante una semana entera:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 72 personas.



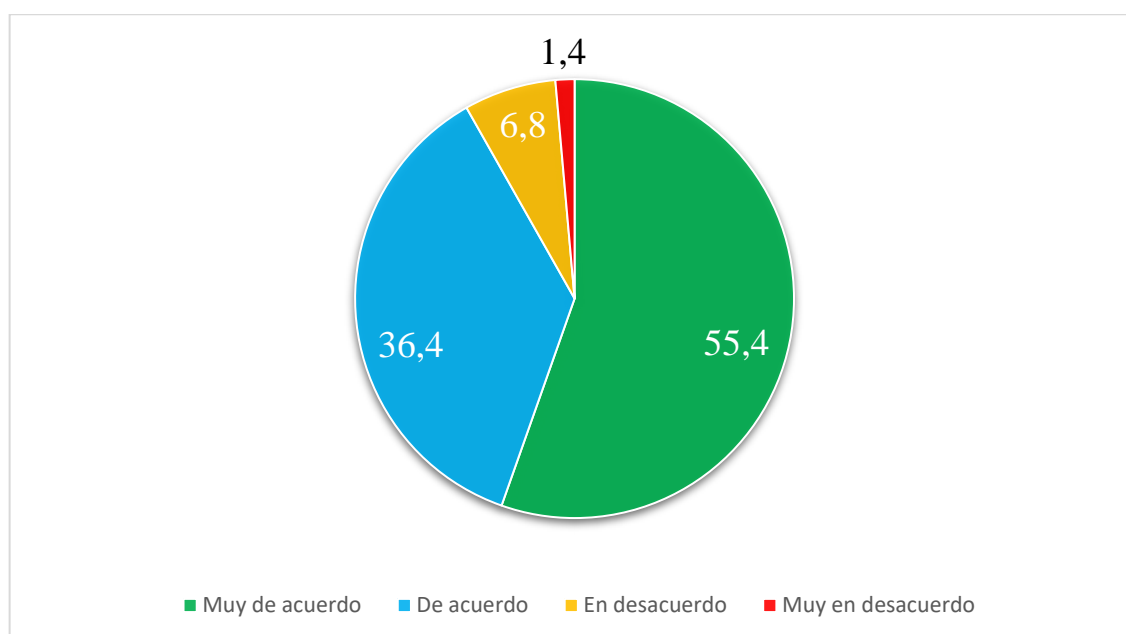
Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 13.

En relación con el gráfico anterior, si aumentamos el tiempo de prohibición de las redes sociales de un día a una semana, las respuestas cambian muy marcadamente. Antes solamente estaban muy en contra el 14,9% de las personas, en cambio ahora están muy en contra de esta

afirmación el 50%, subiendo un 35,1%. Las respuestas “en desacuerdo” sufren un bajón porcentual, pasando de 33,8% a un 27,8%, no sufriendo un gran cambio. Aunque a pesar de la gran subida porcentual de las respuestas de “muy en desacuerdo”, sigue habiendo más número de personas que niegan que no sean capaces de estar una semana sin usar las redes sociales (12,5%) frente a las que creen que son capaces de estar una semana sin las redes sociales (9,7%). Por lo que si aumentamos el tiempo de prohibición se ve claramente un aumento de personas que no podrían estar cierto período de tiempo sin las redes sociales.

#### 14. Dedico más de 2 horas a las redes sociales en mi día a día:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

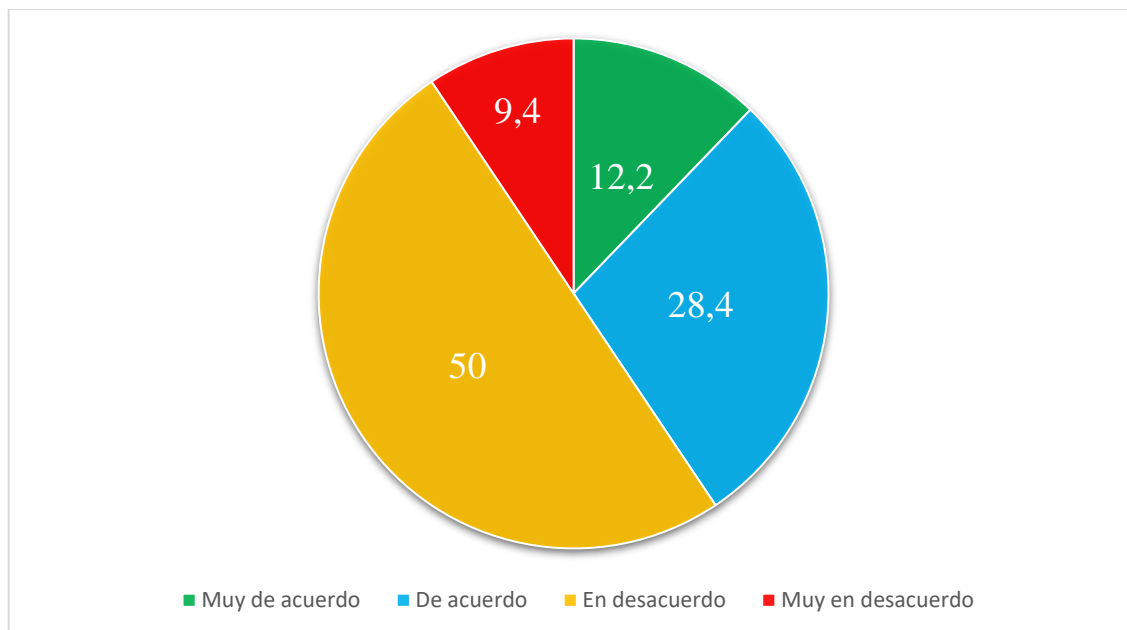


Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 14.

Respecto al uso diario de las redes sociales podemos observar como la mayoría de las personas encuestadas refieren que usan más de 2 horas al día las redes sociales, siendo un total del 91,8% de la muestra. El 55,4% está “muy de acuerdo” con la afirmación y el 36,4% “está de acuerdo”.

#### 15. Dedico más de 5 horas a las redes sociales en mi día a día:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

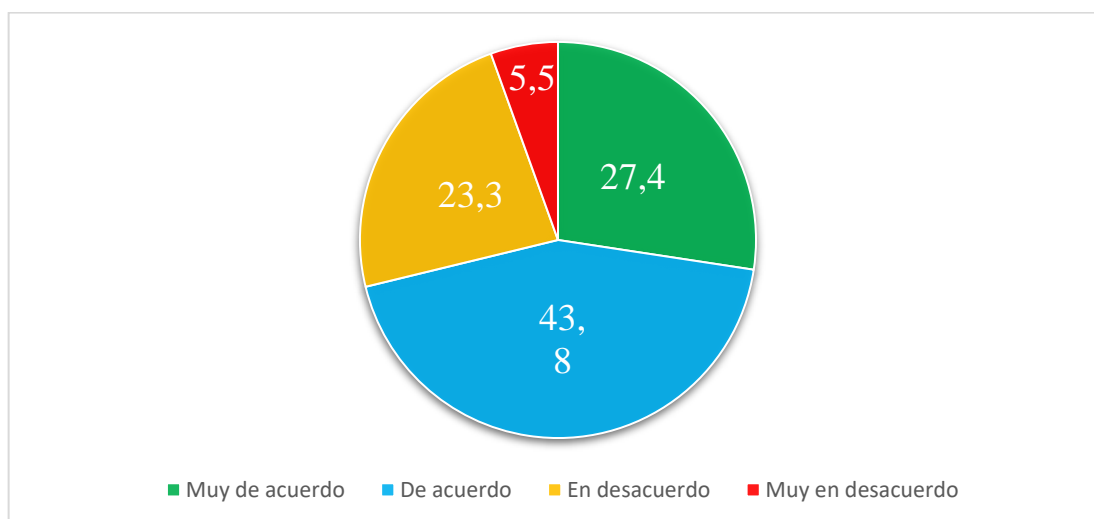


Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 15.

Respecto a la pregunta anterior, si aumentamos el tiempo a cinco horas diarias, las respuestas cambian radicalmente. Mientras que el 91,8% afirmaba usar las redes sociales más de dos horas al día, solo la utilizan más de cinco horas al día el 40,6%. La opción más votada es “en desacuerdo” con un 50% de las respuestas, indicándonos que no usan las redes sociales más de 5 horas al día, pero tampoco lo niegan rotundamente.

#### 16. Te mantienes en línea más tiempo del que quieres:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 73 personas.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 16.

Como podemos observar en la siguiente gráfica, la respuesta más repetida es “de acuerdo” con un 43,8%, le sigue “muy de acuerdo” con un 27,4%. Con estos datos podemos observar como la mayoría de las personas, que forman parte de la muestra, se mantienen en línea más del tiempo que quieren estar, demostrando que el potencial adictivo de las redes sociales es una realidad y que nos permite estar muchas horas en ellas, perdiendo la noción del tiempo.

### 17. Si estoy en un lugar sin cobertura, me siento:

En esta pregunta la opción de respuesta era libre, no limitándolas. Aunque debido a la gran cantidad de diferentes respuestas, las palabras con significados parecidos o que se pueden considerar sinónimas se suman. Esta pregunta ha sido la menos respondida con solo 68 respuestas.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 17.

Como podemos apreciar las personas encuestadas dan variedad de respuestas a esta pregunta. 8 personas refieren que el no poseer cobertura no les produce ninguna sensación, quedándose “igual”, mientras que 26 respuestas dan connotaciones positivas a cerca de no poseer cobertura, “me siento a gusto”, me produce “tranquilidad” o “estoy bien o estaría mejor” son contestaciones que claramente nos muestran que hay personas que el no tener cobertura les da igual o les favorece. Aunque la mayor parte de las respuestas tienen connotaciones negativas, concretamente 34. “Me aburriría”, “estaría estresado”, “que agobio” son respuestas de personas que no conciben poder realizar actividades sin depender de internet o que se sienten

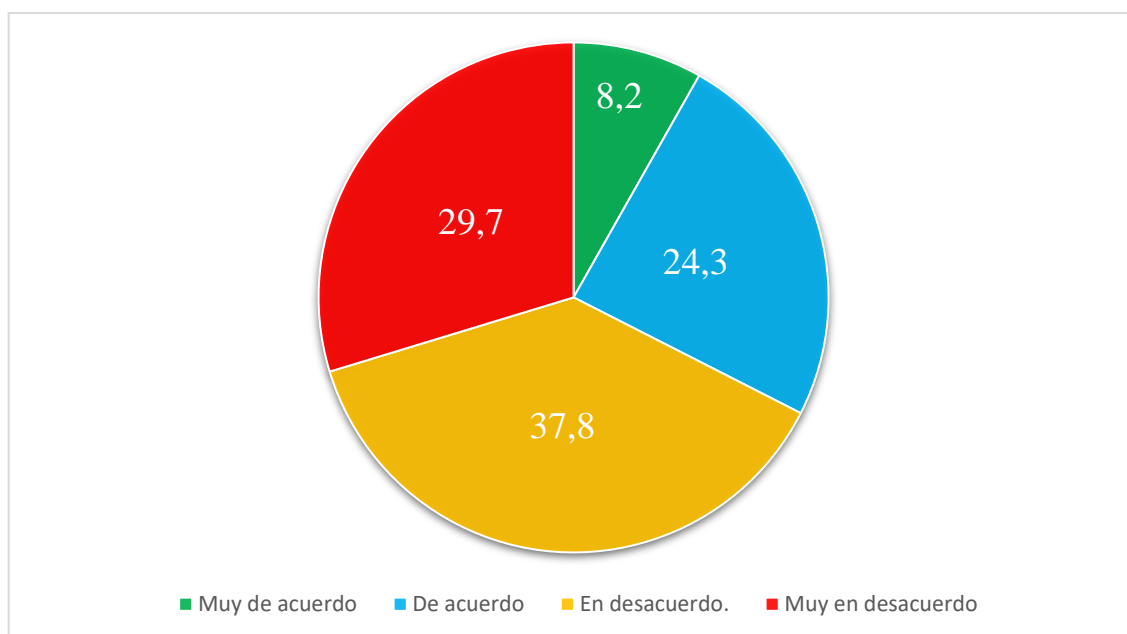


desprotegidos al no poder estar en constante comunicación. La variedad de respuestas nos indica que, dependiendo de la persona, el tener o no cobertura puede ser algo positivo o negativo, ya que la mitad opina que es algo bueno y la otra mitad opina lo contrario.

### 18. Mis familiares, amigos/as o entorno cercano me han dicho que uso demasiado o en exceso las redes sociales:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

Respecto a esta pregunta el 37,8% de las personas está “en desacuerdo” y el 29,7 está “muy en desacuerdo”, dándonos a entender que la situación en la que familiares, amigos/as o entorno cercano avisan al grupo muestral de un uso excesivo de las redes no es una situación tan común como yo creía. El 8,2% está “muy de acuerdo” por lo que reiteradamente le dirán esta afirmación, estando claramente en riesgo de ser una persona adicta.



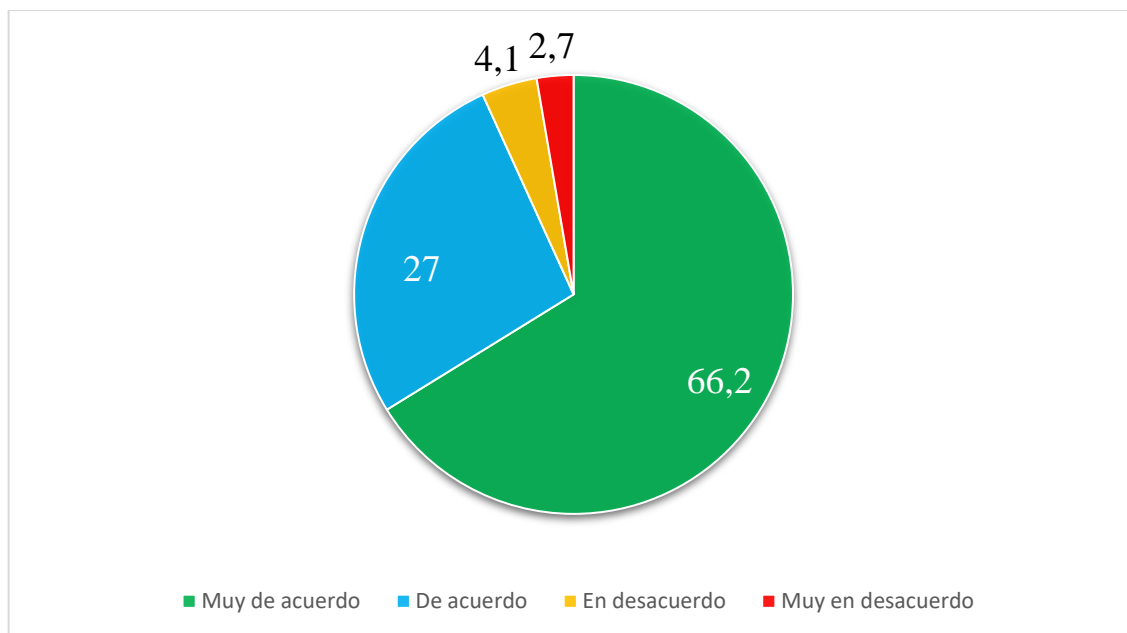
Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 18.

### 19. Tengo algún conocido/a que utiliza más de 5 horas las redes sociales:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.

En este gráfico podemos apreciar como la gran mayoría del grupo muestral se ve muy identificado o identificada con la afirmación de que poseen algún conocido que usa más de cinco horas al día las redes sociales, sumando ambas respuestas obtenemos el 93,2%. Por lo

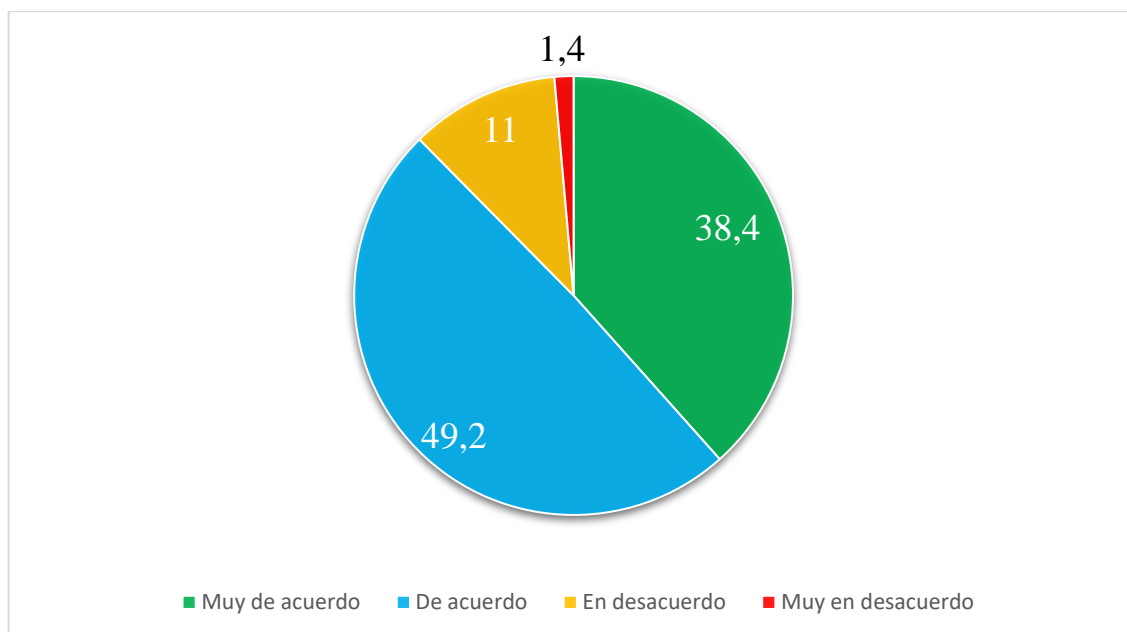
que es fácil reconocer cuando una persona externa está en riesgo de adicción, pero comparando con la pregunta 15 (Dedico más de 5 horas a las redes sociales en mi día a día), podemos apreciar cómo es más difícil observar cuando uno mismo está en riesgo.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 19.

## 20. Las redes sociales son peligrosas:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 73 personas.

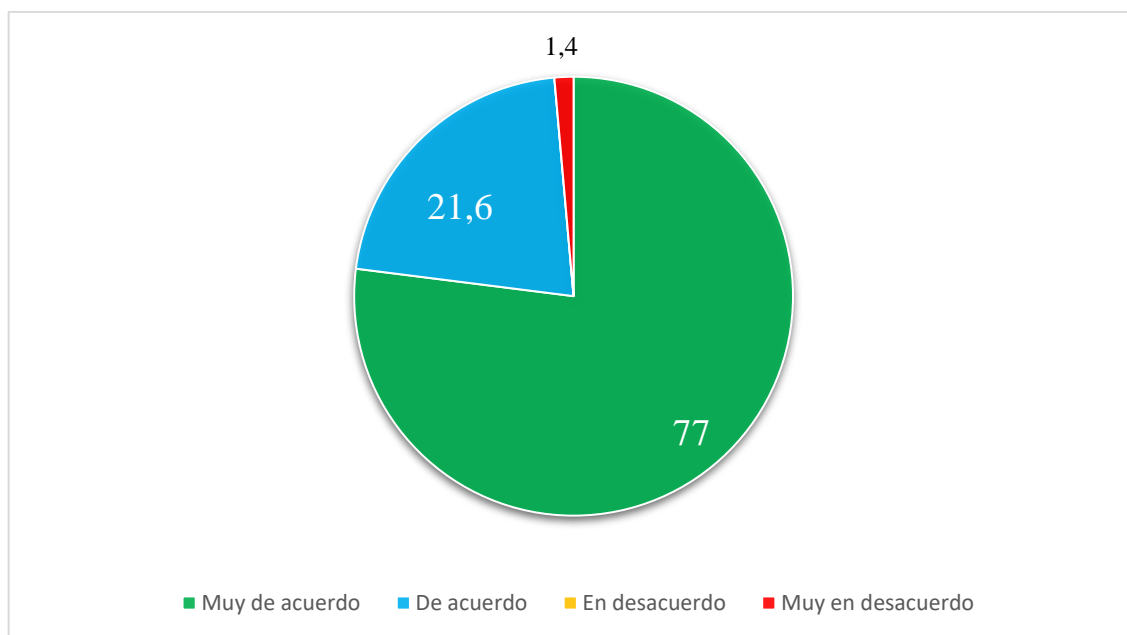


Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 20.

La gráfica anterior refleja las respuestas sobre si las redes sociales son peligrosas. Los datos nos muestran que “de acuerdo” y “muy de acuerdo” son las respuestas más repetidas, correspondiéndose al 87,6% de la muestra. La respuesta “muy en desacuerdo” solo le corresponde un 1,4% y a la respuesta “en desacuerdo” un 11%. Por lo que, bajo estos datos, el grupo muestral es consciente de que las redes sociales son peligrosas.

## 21. Las redes sociales pueden ser adictivas:

Las posibles respuestas de esta pregunta eran las siguientes: Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo. En total contestaron 74 personas.



Fuente: Elaboración propia a partir de mi cuestionario “Las redes sociales” preg. 21.

Como pudimos ver en la gráfica anterior, el grupo muestral afirma que las redes sociales son peligrosas en mayor o menor medida. Si les planteamos la pregunta de si las redes sociales son adictivas, los resultados varían. El 77% está “muy de acuerdo” con el potencial adictivo de las redes social y el 21,6% esta “de acuerdo”, dejándonos claro que el grupo muestral concuerda y afirma que las redes sociales son potencialmente adictivas.

## 6. CONCLUSIONES

Una vez realizada la revisión bibliográfica y pudiendo observar y comprender el estado actual de la adicción a las redes sociales, considero que el excesivo y mal uso de las redes sociales debería ser considerada como una adicción. He podido comprobar como no es fácil reconocer adicciones si no existe sustancia de por medio, habiendo sido bastante complicado reconocer a los videojuegos como una adicción. Pero que no exista sustancia no significa que no sea potencialmente adictiva, fundamentándome en lo expuesto en el marco teórico, existen teorías y estudios psicológicos que demuestran que la interacción producida dentro de las redes sociales afecta de forma directa a nuestro cerebro, cosa que ya en sí debería ser suficiente para reconocer los riesgos de la misma. A esto le podemos añadir que existen trastornos derivados del mal uso de las mismas y que puede afectar gravemente a todas las áreas de la vida de la persona. Por lo que sí, las redes sociales son potencialmente adictivas.

Respecto al análisis de resultados, en primer lugar, se ha podido comprobar la percepción de que Tik Tok es la red social más adictiva, validándolo con los resultados finales del cuestionario. A la hora de hablar de las hipótesis planteadas, estas al final han sido en mayor o menor medida acertadas. La mayoría de las personas del grupo muestral a pesar de querer dejar de usar las redes sociales y aunque les genere rechazo, se siguen viendo obligadas a usarlas, llegando a utilizarlas en lugares y momentos donde no se debería. Tampoco son capaces de realizar un uso saludable de las mismas, ya que acaban estando más tiempo del que en principio querían estar, excediendo el tiempo de uso recomendado establecido en dos horas diarias (Sampasa-Kayinga et Lewis, 2015) y pudiendo llegar a las cinco horas o más, siendo considerado un uso perjudicial y adictivo (BBC News Mundo, 2018). También son incapaces de estar largos periodos de tiempo sin el móvil. Con estos datos confirmamos que las redes sociales sí que poseen un potencial adictivo e inhibidor que provoca que las personas que conforman la muestra estén en riesgo de poder desarrollar una posible adicción. Pero al contrario de lo inicialmente planteado, el grupo muestral es consciente de los peligros de un mal uso de las redes sociales y del potencial adictivo de las mismas, desmintiendo mi hipótesis principal que establecía lo contrario. Aunque conocer los riesgos y el potencial adictivo de las redes sociales no es suficiente, ya que como explicamos antes, el grupo muestral tiende a realizar un mal uso de estas. Por lo que la población de 18 a 26 años vallisoletana o que reside en Valladolid, representada en la muestra explicada en el análisis de datos, es totalmente consciente de los riesgos y peligros de un mal uso de las redes sociales y su potencial adictivo,

pero a pesar de saberlo, no son capaces de controlar y gestionar su uso, convirtiéndolas en personas potencialmente adictas.

Con todo lo anteriormente nombrado y expuesto durante este trabajo, considero que el Trabajo Social podría ayudar a afrontar esta problemática, poniendo el foco en potenciales asociaciones destinadas a tratar con personas adictas a las redes sociales, internet y los videojuegos.

### **Limitaciones y prospectiva**

Durante la realización de este trabajo he ido encontrando varias limitaciones. En primer lugar, exponer que no existe demasiada bibliografía o estudios en castellano acerca del tema en cuestión, siendo difícil encontrar información fiable que sea reciente o este actualizada. Algo que no facilita la existencia de una amplia bibliografía y limita la realización de los mismos es el continuo carácter cambiante de las redes sociales y los pocos datos o información específica que existe. En cambio, si que he podido encontrar más literatura en inglés de autores que exponen y tratan a las redes sociales y la posible adicción, existiendo multitud de estudios e investigaciones. Si relacionamos esto con el progresivo auge de las redes sociales y el aumento de la necesidad de usar las mismas de la pandemia por COVID-19, encontramos la posibilidad de poder realizar nuevas líneas de investigación a cerca de la adicción a las redes sociales y el estado actual de la forma de comunicación e interacción social. Otra limitación ha sido la no existencia de literatura científica que defina y clasifica las redes sociales, teniendo que recurrir a analizar páginas web e indagar cuál es la categorización más repetida. La última limitación respecto a la revisión bibliográfica ha sido la inexistencia de estudios específicos en el ámbito español que aporten datos sobre uso de redes sociales, viéndome obligado a tratar los datos por franjas de edad más generales y no pudiendo ajustarme a las características de mi grupo muestral. Respecto a la realización del cuestionario y el análisis de datos, la única limitación ha sido a la hora de lograr que las personas respondan al cuestionario, ya que cuesta conseguir participación a la hora de cumplimentarlo.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Adictalia. (23 de noviembre de 2022). *El circuito de recompensa*.  
<https://www.adictalia.es/noticias/el-circuito-de-recompensa/>
- Almenara, J. C. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. *Grupo Editorial Universitaria*.
- BBC News Mundo (12 de junio 2018) *¿2, 5 o 7 horas al día?, ¿cuánto tiempo es demasiado usando redes sociales?* Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44438861#:~:text=De%20acuerdo%20con%20una%20investigaci%C3%B3n,tener%20problemas%20de%20salud%20mental.>
- Becoña Iglesias, E., & Cortés Tomás, M. (2016). Manual de adicciones para psicólogos especialistas en psicología clínica en formación.
- Carbonell, X., Fúster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2012). Adicción a internet y móvil: una revisión de estudios empíricos españoles. *Papeles del psicólogo*, 33(2), 82-89.
- Carbonell, X., & Oberst, U. (2015). Las redes sociales en línea no son adictivas. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 33(2), 13-19.
- Clasificación Internacional de Enfermedades, undécima revisión (CIE-11), Organización Mundial de la Salud (OMS) 2019/2021, <https://icd.who.int/browse11/l-m/es#/http://id.who.int/icd/entity/1448597234>
- Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas. *Rev. ORL*. 11(2), 139-153.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in human behavior*, 17(2), 187-195.
- Del Castillo, J. A. G. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Salud y drogas*, 13(1), 5-13.
- Domínguez, D. C. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.

- Echeburúa, E., & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías ya las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-95.
- F doble efe. (8 de abril de 2019). *Tipos de redes sociales – Clasificación y rasgos*. <https://doble-efe.com/tipos-redes-sociales/>
- Fernández Núñez, L. (2007). ¿Cómo se elabora un cuestionario?
- García Alcaraz, F., Alfaro Espín, A., Hernández Martínez, A., & Molina Alarcón, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(5), 232-236.
- García-Ruiz, R., Morueta, R. T., & Gómez, Á. H. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula abierta*, 47(3), 291-298.
- Griffiths, M. (1995). Technological addictions. In *Clinical psychology forum* (pp. 14-14). Division of Clinical Psychology of the British Psychol Soc.
- Instagram. (s.f.). *Información sobre Instagram*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://help.instagram.com/424737657584573>
- Instituto Nacional de Estadística. (29 de noviembre de 2022). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares* [Notas de prensa] [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2022.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2022.pdf)
- LinkedIn. (s.f.). *Acerca de LinkedIn*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://about.linkedin.com/es-es?lr=1>
- López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015). La encuesta. En P. López-Roldán y S. Fachelli, *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.3. Edición digital: <http://ddd.uab.cat/record/163567>
- Marcos, A. P. (2004). La revisión bibliográfica. *NURE Investigación*.
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38-47.

Manzanera-Román, S., & Seán, G. R. B. (2022, April). Aproximación a las nuevas formas de sociabilidad digital impulsadas por la pandemia. In *Anales de Documentación* (Vol. 25). Facultad de Comunicación y Documentación y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.

Meta. (s.f.). *Facebook App*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://about.meta.com/ltam/technologies/facebook-app/>

Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (2022). *Informe sobre Trastornos Comportamentales 2022: Juego con dinero, uso de videojuegos y uso compulsivo de internet en las encuestas de drogas y otras adicciones en España EDADES y ESTUDES*. Madrid: Ministerio de Sanidad. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. [https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2022\\_Informe\\_Trastornos\\_Comportamentales.pdf](https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2022_Informe_Trastornos_Comportamentales.pdf)

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). (Diciembre de 2011). *Las Redes Sociales en Internet*. [https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes\\_sociales-documento\\_0.pdf](https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf)

Odrizola, 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*, 4, 435-48.

Ortí, C. B. (2011). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Univ. Val., Unidad Technol. Educ*, (951), 1-7.

Pedraz, Azucena. (2004). La revisión bibliográfica. *Nure Investigación*, núm. 2, 1-3.

Pinterest. (s.f.). *Company*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://newsroom.pinterest.com/en/company>

Prego, C. (6 de noviembre de 2022). *Qué fue de Vine, la plataforma pionera de microvídeos que Twitter mató y Elon Musk quiere recuperar*. Xataka. <https://www.xataka.com/historia-tecnologica/que-fue-vine-plataforma-pionera-microvideos-que-twitter-mato-elon-musk-quiere-recuperar>



- Proyecto hombre. (10 de febrero de 2021). *Presente y futuro de las adicciones a las redes sociales, a internet y al juego online* Recuperado de <https://proyctohombre.es/articulos/enrique-echeburua-adiccion-redes-sociales-internet-juego-online/>
- Rocamora, J. (3 de mayo de 2022). *Historia de Tuenti: nacimiento, ascenso y... ¿desaparición? de una marca pionera en el digital español*. Marketing4ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-tuenti-cronica-de-una-muerte-anunciada/#:~:text=O%20sea%2C%20que%20Tuenti%20pas%C3%B3,chat%20entre%20usuarios%20sin%20coste>
- Reinservida. (s.f.) *Qué es la adicción a las nuevas tecnologías*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://reinservida.com/tratamiento-adiccion-nuevas-tecnologias-valladolid/>
- Rodríguez, O., Gallego, V., Rodríguez, M. J., & López, M. Á. (2012). Adicción a las nuevas tecnologías. *Psicología de las Adicciones*, 1(1), 2-6.
- Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent Use of Social Networking Sites Is Associated with Poor Psychological Functioning Among Children and Adolescents. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 18(7), 380–385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055>
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149-159.
- Sanz, E. (11 de agosto de 2022). *Cómo afecta Tik Tok al cerebro*. *La mente es maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/como-afecta-tiktok-cerebro/>
- Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S., & Stein, D. J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and anxiety*, 17(4), 207-216.
- Sherman, L. E., Hernández, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2018). What the brain ‘Likes’: neural correlates of providing feedback on social media. *Social cognitive and affective neuroscience*, 13(7), 699-707.

- Skype. (s.f.). *What is Skype?* Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://www.skype.com/en/about/>
- Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, (29), 222-239.
- Telegram. (s.f.). *Preguntas generales*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://telegram.org/faq?setln=es#p-que-es-telegram-que-puedo-hacer-aqui/>
- Terán, A. (2019). Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC). In *Congreso de actualización pediatría* (pp. 131-141).
- Tik Tok. (s.f.). *Nuestra Misión*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://www.tiktok.com/about>
- Twitter. (s.f.). *Preguntas frecuentes para nuevos usuarios*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://help.twitter.com/es/resources/new-user-faq#:~:text=Twitter%20es%20un%20servicio%20que,%2C%20videos%2C%20enlaces%20y%20texto>
- Unlimited Growth. (1 de octubre de 2020). *¿Qué tipo de redes sociales existen?* <https://unlimitedgrowth.online/tipos-de-redes-sociales/>
- Vilanova, J. C. (2012). Revisión bibliográfica del tema de estudio de un proyecto de investigación. *Radiología*, 54(2), 108-114.
- Villegas, N. E. M., & Cortés, S. R. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 46-52.
- We Are Social. (s.f.). *Digital 2023 Spain*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>
- WhatsApp. (s.f.). *Acerca de WhatsApp*. Recuperado el 29 de abril de 2023 de <https://www.whatsapp.com/about>

## ANEXOS

### Cuestionario “LAS REDES SOCIALES”

Buenos días, mi nombre es Diego Palencia Cuadrado y soy alumno de Trabajo Social en la Universidad de Valladolid. Este cuestionario pertenece a mi TFG y trata sobre preguntas básicas del uso de las redes sociales y la imagen que podéis tener de ellas.

- Edad:
- Género:
- Ocupación:
- ¿Qué red social utilizas más?:
- ¿Qué red social consideras que engancha más?:
- Hablo con más personas por redes sociales que cara a cara

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo

- Prefiero hablar por las redes sociales que cara a cara

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Me desvelo por la noche utilizando alguna red social.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Cuando estoy en situaciones que no debo utilizar las redes sociales (en el trabajo, en clase, mientras se conduce, en el avión...) acabo utilizando las redes sociales.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Utilizo las redes sociales para desconectar o evadir la realidad.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Aunque no me sienta a gusto y en ocasiones me desagraden, acabo utilizando las redes sociales.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Soy capaz de no utilizar las redes sociales durante un día entero

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Soy capaz de no utilizar las redes sociales durante una semana entera.

Muy de acuerdo; de acuerdo; ni de acuerdo ni en desacuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Dedico más de 2 horas a las redes sociales en mi día a día.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Dedico más de 5 horas a las redes sociales en mi día a día:

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Te mantienes en línea más tiempo del que quieres.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Si estoy en un lugar sin cobertura, me siento:
- Mis familiares, amigos/as o entorno cercano me han dicho que uso demasiado o en exceso las redes sociales

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Tengo algún conocido/a que utiliza más de 5 horas las redes sociales

Muy de acuerdo; de acuerdo; ni de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Las redes sociales son peligrosas

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.

- Las redes sociales pueden ser adictivas.

Muy de acuerdo; de acuerdo; en desacuerdo; muy en desacuerdo.