



Enviado 22/03/2023  
Aprobado 27/06/2023  
Publicado 19/09/2023

# ADICCIÓN A LA RED SOCIAL TIKTOK EN JÓVENES UNIVERSITARIOS COLOMBIANOS

*Addiction to social media TikTok in Colombian university students*

**Carlos Andrés Trejos-Gil<sup>1</sup>:**

Universidad Católica Luis Amigó. Colombia.

[carlos.trejosgi@amigo.edu.co](mailto:carlos.trejosgi@amigo.edu.co)

**Carla Cristina Tordecilla-Pájaro:**

Universidad Católica Luis Amigó. Colombia.

[carla.tordecillapa@amigo.edu.co](mailto:carla.tordecillapa@amigo.edu.co)

**Daniela Mena Mena:**

Universidad Católica Luis Amigó. Colombia.

[daniela.mename@amigo.edu.co](mailto:daniela.mename@amigo.edu.co)

## Cómo referenciar este artículo:

Trejos-Gil, C., Tordecilla-Pájaro, C. y Mena M. D. (2024). Adicción a la red social TikTok en jóvenes universitarios colombianos. *Revista de Comunicación y Salud*, 14, 1-18.  
<https://doi.org/10.35669/rcys.2024.14.e339>

## Resumen

**Introducción:** El uso de las redes sociales se ha transformado en uno de los fenómenos más influyentes pero desafiantes para el sistema sociosanitario debido al COVID 19, un virus pandémico que afectó al mundo y tuvo en jaque a la humanidad. Durante esta etapa se evidenció un incremento del uso de redes sociales, donde hace parte TikTok, una de las más famosas, ya que tiene en sus usuarios a miles de millones de seguidores en todo el mundo, siendo los jóvenes el grupo de mayor riesgo a las amenazas que trae consigo a causa de que son personas curiosas y las que más se conectan a Internet a través de distintos dispositivos y usos por mayor cantidad de tiempo que el resto de la población. **Metodología:** El objetivo es validar una escala que mida la

<sup>1</sup> Carlos Andrés Trejos Gil: PhD(c) Estudios Interdisciplinarios en Psicología; Magíster Internacional en Dirección Estratégica; Magíster en Administración y Dirección de Empresas (MBA). Especialista en Alta Gerencia. Publicista. Ingeniero Administrativo.

adicción a TikTok correlacionada con los síntomas de ansiedad o depresión. Se realizó un estudio cuantitativo de tipo correlacional con técnica principal el análisis factorial exploratorio con fiabilidad ( $\alpha = 0,887$ ) a una muestra poblacional de 381 estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín. **Resultados:** Los resultados evidencian que la escala quedó construida por 33 ítems en 6 factores con cargas factoriales superiores a 0,40 con varianza acumulada del 52,75% las variables están relacionadas entre sí ( $p = 0,000$ ) y ( $KMO = 0,84$ ). **Discusión:** el componente 1 denominado ansiedad, conexión y TikTok es el que más explica con 11,17% el fenómeno analizado, este descubrimiento confirma nuestra hipótesis y coincide con lo encontrado en la mayoría de trabajos estudiados en esta investigación. **Conclusiones:** Se concluye que el instrumento es fiable, válido y óptimo para medir la adicción a TikTok durante el confinamiento por trastornos de ansiedad y depresión en los jóvenes y adolescente universitarios.

**Palabras clave:** redes sociales, adicción, pandemia, salud mental, aislamiento social.

## Abstract

**Introduction:** The use of social networks has become one of the most influential but challenging phenomena for the social and health system due to COVID 19, a pandemic virus that affected the world and threatened humanity. During this stage there was evidence of an increase in the use of social media networks, where TikTok is part, one of the most famous, as it has in its users billions of followers worldwide, being young people the group most at risk of the threats that it brings because they are curious people and those who connect to the Internet through different devices and uses them for more time than the rest of the population. **Methodology:** The goal is to validate a scale that measures TikTok addiction correlated with symptoms of anxiety or depression. A quantitative study of a correlative type with the main technique was performed, the exploratory factor analysis with reliability ( $\alpha = 0,887$ ) to a population sample of 381 university students from the city of Medellín. **Results:** The results show that the scale was constructed by 33 items in 6 factors with factor loads greater than 0.40 with accumulated variance of 52.75% the variables are related to each other ( $p = 0.000$ ) and ( $KMO = 0.84$ ), **Discussion:** Component 1, called anxiety, connection and TikTok, is the one that explains the most with 11.17% of the analyzed phenomenon; this finding confirms our hypothesis and coincides with what was found in most of the works studied in this research. **Conclusions:** It is concluded that the instrument is reliable, valid and optimal to measure addiction to TikTok during confinement due to anxiety and depression disorders in university youth and adolescents.

**Keywords:** social media, addiction, pandemics, mental health, social isolation.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Internet surge en 1969 cuando el Departamento de Defensa de los EE. UU desarrolló ARPANET (Red de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados) (Arab y Díaz, 2015; Sevilla, 2018). Este invento generó el uso popular de las computadoras, la llegada de la World Wide Web, el correo electrónico, redes sociales y el iPod, el cual impuso el desarrollo de smartphones, con diversas aplicaciones, a nivel global (Caro, 2017; López, 2006; Romero y Rivera, 2019).

Los *smartphones* se han convertido en una necesidad para el ser humano lo cual ha llevado a que sean de uso masivo y rutinario (Aranda *et al.*, 2017; Baraybar *et al.*, 2021; Herrero *et al.*, 2019; MacLuhan, 1996; Schwartz y Settimi, 2008). Sin embargo, no todo en estos equipos es de práctica educativa o laboral dado que el entretenimiento forma parte de sus múltiples usos (Munayco *et al.*,

2020; Viñals, 2013). Esta versatilidad y funcionalidad convierte al Smartphone en una de las tecnologías con mayor impacto en la vida cotidiana y las relaciones sociales, que comprende la amplia gama de entornos digitales para los jóvenes en la actualidad (Aranda *et al.*, 2017; Dabós, 2015; Herrero *et al.*, 2019; Zapata *et al.*, 2018).

Parte de los entornos digitales pertenecen las redes sociales que a través de los años han tenido gran auge en el mundo y se han convertido en el epicentro de la vida de las personas, ya que permiten acceder de manera fácil y sencilla a diferentes plataformas (Arab y Díaz, 2015; Labuena, 2021; Ramos *et al.*, 2017), por lo menos en Colombia, de 51.96 millones de habitantes aproximadamente el 74,0% de la población está conectada a las redes sociales (We are social y Meltwater, 2023), siendo Facebook la red social más popular y TikTok la cuarta plataforma más usada por los colombianos y quinta para el 2023 con un 67,9% (Data reportal, 2022; Statista Research Department, 2023; We are social y Meltwater, 2023). Además, según el informe de We are social y Meltwater, la población entre 18 a 24 años representa la segunda población más conectada después de las personas entre 25 a 34 años (2023). Colombia es el 4to país en el mundo con más horas diarias ( $f= 09:13$ ) conectado usando Internet, en redes sociales ocupa el 5to lugar ( $f= 03:35$ ) Mujeres ( $\varphi = 03:10$ ) Hombres ( $\delta = 02:39$ ) entre los 16 y 24 años; y en relación a su población el 77,9% de su población son usuarios activos en redes sociales, en TikTok 20.11 millones de colombianos mayores de edad ( $\varphi = 59,8\%$ ) y ( $\delta = 40,2\%$ ) (We Are Social y Hootsuite, 2022; We Are Social y Meltwater, 2023).

Por otro lado, el uso de las redes sociales se ha transformado en uno de los fenómenos más influyentes pero desafiantes para el sistema sociosanitario debido al COVID 19 (Baraybar *et al.*, 2021; Labuena, 2021; Ochoa y Barragán, 2022), un virus pandémico que afectó al mundo y tuvo en jaque a la humanidad en el año 2020 (Domínguez y Amador-Bedolla, 2020), y ocasionó el llamado aislamiento social o confinamiento (Ministerio de Salud y la Protección Social de Colombia, 2020).

El confinamiento consiste en aislar a la comunidad en sus hogares con el fin de evitar y controlar el contagio masivo por COVID 19 (Ministerio de Salud y la Protección Social de Colombia, 2020; Ramos, 2020), durante esta etapa se evidenció un incremento del uso de redes sociales (Gupta *et al.*, 2021; Ochoa y Barragán, 2022; Olivares *et al.*, 2020). Este tipo de herramientas digitales generan un espacio propicio para sostener constante interacción entre las personas (Cabero *et al.*, 2020b; Ochoa y Barragán, 2022; Valdés, 2019). No obstante, esta nueva realidad virtual se caracteriza por: la capacidad que tienen los individuos en las redes sociales de construir o crear una identidad, propia o falsa, de manera colectiva e individual (Cascardo y Veiga, 2020 ; Echebur y Sebasti, 2010; Gupta *et al.*, 2021), y por transformaciones sociales que acarrean una serie de repercusiones que producen consecuencias negativas en el comportamiento, como el uso anormal de estos medios (García *et al.*, 2014; Herrero *et al.*, 2019; Valdés, 2019; Vázquez *et al.*, 2019).

Es importante considerar que TikTok es una de las redes sociales más usadas en la actualidad, con más de mil millones de usuarios en todo el mundo (Espinoza *et al.*, 2021; Boffone, 2022). TikTok es una red social de carácter horizontal, es decir una red donde puedes consumir y compartir todo tipo de contenido, (Ramón y Segovia, 2016; Trejos-Gil, 2020), como videos musicales, de comedia, publicitarios, entre otros (Bermejo, 2021; Boffone, 2022; Griffiths, 2023; Olivares *et al.*, 2020). Esta plataforma satisface la necesidad del usuario de expresarse, sentirse realizado, interactuar y sobre todo escapar de la realidad (Arab y Díaz, 2015; Gupta *et al.*, 2021). Justo en diciembre de 2020 se produjo alrededor de 56 millones de nuevas descargas de la aplicación TikTok (Labuena, 2021), y para inicios del 2022 se convierte en la quinta aplicación más descargada (We are social, 2022). Para el 2021 de 631 millones de usuarios registrados, el 11,3%

eran menores de 13 años (Labuena, 2021), convirtiéndose en una plataforma con una gran presencia de adolescentes (Gupta *et al.*, 2021). Por otro lado, el 41% de la audiencia de TikTok tienen entre 16 a 22 años, siendo la población más común (Espinoza *et al.*, 2021). En Colombia, por lo menos el 27% de la población usa TikTok (We are social y Meltwater, 2023).

Los adolescentes, personas entre 12 a 18 años, y jóvenes, personas entre 18 a 25 años (BVSColombia, 2019; Congreso de Colombia, 2006; Minsalud, 2022), parten del grupo de mayor riesgo a las amenazas que trae consigo las redes sociales, a causa de que son personas curiosas y las que más se conectan a Internet a través de distintos dispositivos y usos por mayor cantidad de tiempo que el resto de la población (Ballesta-Pagán *et al.*, 2015; Cascardo y Veiga, 2020; García *et al.*, 2014; Valdés, 2019).

¿Pero qué amenazas puede traer el uso de estos medios? Cada día los jóvenes y adolescentes pasan más tiempo en redes sociales en comparación con cualquier otra actividad, convirtiéndose tarde o temprano en una adicción, dado que al estar en constante exposición o contacto con este tipo de tecnologías son más propensos a generar patrones negativos que puedan afectar el comportamiento y las emociones (Costa *et al.*, 2021; Critikián y Núñez, 2021; Echebur y Sebasti, 2010; Herrero *et al.*, 2019; Martín y Medina, 2021; Munayco *et al.*, 2020; Valdés, 2019).

Cabe recordar que la adicción es un término asociado con la dependencia donde el individuo se somete a una actividad de manera repetitiva (Martín y Medina, 2021; Robles, 2015; Valdés, 2019). Es considerado como una condición de falta de control para detenerse sin importar el daño que dicho comportamiento le podría causar a su conducta (Arab y Díaz, 2015; Méndez *et al.*, 2017). Normalmente las personas que padecen de adicción no reconocen que son adictos, lo mismo sucede con las personas que padecen de ciberadicción (Critikián y Núñez, 2021; Echebur y Sebasti, 2010; Young, 1996).

El término de ciberadicción o ciberdependencia ha sido objeto de debate desde hace algunos años, y se define como la dependencia a lo cibernético tal como la Internet y las redes sociales (Arab y Díaz, 2015; Echebur y Sebasti, 2010; Valdés, 2019). Un tecnoadicto puede tener las mismas sensaciones que una persona adicta a las drogas o el alcohol tales como la abstinencia al momento de interrumpir el consumo (Cabero *et al.*, 2020b; Caro, 2017; Critikián y Núñez, 2021; Echebur y Sebasti, 2010; Sotero *et al.*, 2019; Valdés, 2019); sin embargo, se diferencian por el impacto en los procesos cognitivos; es decir, que mientras la adicción a sustancias afecta las funciones neuronales, la ciberadicción altera la necesidad de procesar con éxito toda la información que contienen estos medios de comunicación (Caro, 2017; Herrero *et al.*, 2019; Méndez *et al.*, 2017; Schwartz y Settimi, 2008). Algunos de los estudios analizados se han remitido a evaluar la conducta adictiva desde diferentes instrumentos, sin embargo, el instrumento más común es la Escala de adicción a redes sociales de Sahin (2018) (SMA-SF) adaptada por Cabero *et al.* (2020a).

Lo cierto es que ahora existe una necesidad de siempre estar conectados, lo cual se ha ido incrementando conforme pasa el tiempo siendo más difícil alcanzar el mismo nivel de satisfacción que se tenía inicialmente (Echebur y Sebasti, 2010); esta sensación suelen describirla como un efecto tragamonedas, el cual parte de la teoría de usos y gratificaciones (Katz, 1959), en el caso de TikTok se estimula la adicción en el gesto de actualización con el *scroll-down* o *infinity scroll*; es decir, la invitación permanente de recibir una recompensa aleatoria cada vez que se desliza el *feed* hacia abajo mediante *touch* (Aranda *et al.*, 2017; Costa *et al.*, 2021).

Es preciso agregar que cuando hay una dependencia, los comportamientos adictivos se vuelen automáticos, emocionalmente activados y con poco control, por eso el abuso a TikTok puede

facilitar el bajo rendimiento académico, el desinterés, los trastornos de conducta, y el aislamiento y son precisamente señales de alarma que indican una ciberdependencia e incluso casos de suicidio (Echebur y Sebasti, 2010; Llano-Castaño y López, 2022; Méndez *et al.*, 2017; Ramos *et al.*, 2017; Sotero *et al.*, 2019). También existen algunas características de personalidad o estados emocionales que de una o cierta manera aumentan la vulnerabilidad psicológica a la ciberadicción como: la impulsividad, la disforia, intolerancia a los estímulos displacenteros, tanto físicos como psíquicos, tales como los disgustos, las preocupaciones o las responsabilidades y pensamientos suicidas (Albino, 2020; Llano-Castaño y López, 2022; Méndez *et al.*, 2017; Ortiz *et al.*, 2013; Valdés, 2019). De hecho, hay estudios que asocian la ciberadicción en adolescentes que se sienten solos, que tienen la necesidad de adaptación social y que padecen ansiedad y depresión, enfermedades que aumentaron con el confinamiento causado por el COVID 19 y que pueden generar hasta pensamientos suicidas permitiendo que se busque terapias de psicología on-line (Amador-Sánchez *et al.*, 2021; Gràcia *et al.*, 2020; Gupta *et al.*, 2021; Herrero *et al.*, 2019; Llano-Castaño y López, 2022; Martín y Medina, 2021; Nadal, 2020; Trejos-Gil *et al.*, 2020). Diferentes estudios relacionan la Escala de Ansiedad y Depresión Hospitalaria (HADS) (Diaz *et al.*, 2018; Zigmond y Snaith, 1983).

Es necesario recordar que este fenómeno se ha venido estudiando desde 1996 cuando Young, psicóloga y experta en trastornos de adicción a Internet y comportamiento en línea, publicó la primera investigación, y que a lo largo de los años también han surgido opositores que asocian este comportamiento como una conducta adaptativa que surge a raíz de la rápida digitalización (Caro, 2017; Herrero *et al.*, 2019), un fenómeno que tuvo su auge durante la pandemia debido a que al estar confinados muchas actividades que se realizaban de manera presencial comenzaron a realizarse desde la virtualidad (Costa *et al.*, 2021; Ochoa y Barragán, 2022).

No obstante, quienes trabajan para el desarrollo de estas redes sociales reconocen la adicción a estas plataformas, por ejemplo, en TikTok si el usuario desea cerrar su cuenta, la plataforma va a preguntar los motivos del cierre y entre las opciones se visualizará “adicción”. Igualmente, para los usuarios que desean seguir activos, la app ofrece un panel que se llama “Desintoxicación digital”, el cual está compuesto por: Gráfica que mide el tiempo que el usuario pasa semanalmente en TikTok. Tiempo en pantalla diario, esta herramienta le permite poner al usuario un límite de uso. Se puede elegir entre 40 a 120 min y cuando se cumple ese tiempo la app se encarga de enviar una notificación, y si se quiere seguir usando TikTok después de eso se deberá poner un código de acceso. Descansos del tiempo en pantalla, se activa un recordatorio para descansar de la app después de un periodo interrumpido de tiempo en la pantalla. Y finalmente, Modo restringido, para evitar contenido inapropiado. Asimismo, la herramienta también ofrece la posibilidad de controlar el tiempo de uso de la red social desde la bandeja de notificaciones.

Con el presente estudio se pretende validar una escala que mida la adicción a TikTok correlacionada con los síntomas de ansiedad o depresión en los jóvenes y adolescentes universitarios. Para comprobarlo se plantea la siguiente hipótesis: si durante el confinamiento por COVID 19 aumentó la adicción a TikTok, entonces este hecho está directamente relacionado con el aumento de enfermedades mentales como la depresión y la ansiedad en adolescentes y jóvenes universitarios (Nadal, 2020).

## 2. METODOLOGÍA

El presente estudio se desarrolló con un enfoque cuantitativo donde se usaron algunos referentes que permitieron profundizar sobre la adicción a TikTok y medición en redes sociales (Trejos-Gil *et al.*, 2020; Trejos-Gil, 2020). La herramienta para verificar la hipótesis fue las estadísticas de

fiabilidad y análisis factorial exploratorio donde se analizaron, en una muestra que representa a los jóvenes universitarios de la ciudad de Medellín (n=381), la correlación entre el aumento de la adicción a redes sociales con el surgimiento de síntomas de depresión y ansiedad.

## 2.1. Población

La población consistió en (N=666) estudiantes universitarios habitantes de la ciudad de Medellín, cuya edad oscilaba entre los 15 a los 52 años; sin embargo, se seleccionó una muestra (n=381) (Tabla 1) donde los participantes tenían entre 15 a 27 años; es decir, los que son catalogados como jóvenes y adolescentes de la generación Z (nacidos después de 1995) (Álvarez-Ramos *et al.*, 2019; Fernández, 2021; García-Rivero *et al.*, 2022; Santana *et al.*, 2014). La muestra declara no tener trastornos de Ansiedad ni Depresión.

**Tabla 1.** Muestra poblacional (n= 381).

Sexo	Frecuencia	%	Edad	Frecuencia	%
Femenino	292	76,6	15 - 18	42	11,0
Masculino	89	23,4	19 - 22	227	59,6
			23 - en adelante	112	29,4
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>		<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.2. Instrumento

Los instrumentos que se usaron para comprobar la hipótesis son: 1) la Escala de adicción a redes sociales de Sahin (2018) (SMA-SF) adaptada por Cabero *et al.* (2020b), la cual está conformado por 28 ítems tipo Likert y cinco opciones de respuesta que van desde “totalmente de acuerdo” a “totalmente en desacuerdo”. Su elección se justifica en su fundamentación teórica y su fiabilidad o confiabilidad, según la teoría, de un Alpha de Cronbach ( $\alpha=0,95$ ). Este instrumento se adaptó para lograr medir la adicción a la red social TikTok.

**Tabla 2.** Instrumentos de medición.

Instrumento	Autor	Año	Ítems	$\alpha$	Likert	Asignación
Escala de Adicción a Redes Sociales (SMA-SF)	Sahin	2018	28	0,95	Totalmente en desacuerdo	1
	Cabero <i>et al.</i>	2020a			En desacuerdo	2
					Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
					De acuerdo	4
					Totalmente de acuerdo	5
Escala de Ansiedad y Depresión Hospitalaria (HADS)	Zigmond y Snaith	1983	7 (ansiedad)	0,88	Totalmente en desacuerdo	1
			7 (depresión)		En desacuerdo	2
					Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
					De acuerdo	4
					Totalmente de acuerdo	5
<b>Total</b>			<b>42</b>			

**Fuente:** Elaboración propia.

La Escala de Ansiedad y Depresión Hospitalaria (HADS), elaborado por Zigmond y Snaith (1983), el cual consta de 14 ítems, integrado por dos subescalas de 7 ítems cada una, donde los números impares evalúan la depresión y los números pares la ansiedad. Sus opciones de respuesta son de tipo Likert que van del 1 al 5 con puntaje mínimo de 1 y máximo de 35. Su elección se justifica en

su fácil entendimiento, fundamentación teórica y su fiabilidad o confiabilidad, según la teoría, de un Alpha de Cronbach ( $\alpha=0,88$ ).

### 2.3. Procedimiento

Se realizó un formulario de Google Forms donde se reflejaron las Escalas antes mencionadas, hubo un total de 42 preguntas que analizaban tanto la adicción a TikTok como la depresión y la ansiedad. Se recolectó la información sirviéndose del *networking* con docentes de distintas universidades de la ciudad de Medellín, que permitieron el envío del formulario a los correos institucionales, y el acceso a los salones de clase para que los estudiantes realizaran la encuestas en un espacio de 20 minutos aproximadamente. Este proceso de desarrollo entre julio y septiembre de 2022.

Los datos recolectados se descargaron a un libro de Excel donde se realizó su debida depuración. Se les asignó un valor numérico a las cinco opciones de respuesta de SMAS-SF (Sahin, 2018; Cabero et al., 2020a) y de HADS (Zigmond y Snaith, 1983):

En total 666 estudiantes resolvieron la encuesta, de esa cantidad se eliminaron 211 participantes debido a que hubo datos perdidos por encima del 10%, por no estar comprometidos con la resolución del cuestionario, respondiendo en todos los ítems "algo en desacuerdo" y "Ni desacuerdo ni en desacuerdo" de la Escala de Likert, se eliminaron 2, y 72 casos de estudiantes universitarios que sobrepasaban los 27 años de edad.

### 2.4. Análisis estadístico

Frente a la muestra, para verificar que fuera confiable se usó la fórmula construida por Gaskin (2016), quien indica que para que una muestra poblacional sea confiable debe haber por lo menos 3 personas por ítems. Con el propósito de alcanzar el objetivo del estudio, cada ítem de las escalas usadas fue analizado mediante el programa estadístico SPSS v25.

Teniendo en cuenta que los instrumentos contienen una cantidad de 73 variables numéricas, y adicional se agregaron una variable dicotómica (sexo) y otra discreta (edad), se analizaron estos dos segmentos numéricos por separado y se procedió a realizar diferentes análisis; el segmento de variables numéricas que indican la Escala de Ansiedad y Depresión Hospitalaria (HADS) y la Escala de Adicción a Redes Sociales (SMA-SF) se sometió a un estudio de fiabilidad interna (George y Mallory, 2003; Hernández et al., 1991) mediante la prueba estadística Alpha de Cronbach ( $\alpha$ ), el coeficiente de fiabilidad compuesta en el que se consideran óptimos valores mayores de .70 según Gefen y Straub (2005). Se calcularon medidas de tendencia central (M) y de dispersión (DT).

Como técnica principal el análisis factorial exploratorio bajo el método de extracción de componentes principales, teniendo en cuenta su capacidad de resumir un amplio volumen de información permitiendo identificar las diferentes dimensiones más significativas para el estudio, y así evitar consideraciones subjetivas.

Inicialmente se verificó la adecuación de la muestra de la matriz de correlaciones, se revisó la posible factorización con la técnica de multivariante y normalización con prueba de KMO según el criterio de Kaiser – Mayer – Olkin (idoneidad de los datos) y una extracción de componentes, varimax (Guisande et al., 2011). Acto seguido, se procedió a extraer las variables que no se agrupaban (Hair et al., 2004; Pérez, 2004). En ese sentido, mejora el KMO y se aplica de nuevo la técnica de Análisis Factorial a las variables restantes.

### 3. RESULTADOS

Los primeros resultados arrojados corresponden a las 71 variables numéricas, 1 dicotómica (sexo), y otra discreta(edad), las cuales fueron sometidas a estadísticos descriptivos y con medidas de tendencia central, que permiten analizar las frecuencias de cada variable y sus diferentes distribuciones (DT), promedios (M), asimetrías (A) y curtosis (K) (Tabla 3)

En la tabla 3 se encuentran los resultados descriptivos, entendiéndose los ítems B como los correspondientes a la Escala de Adicción a Redes Sociales, y los ítems C como los correspondientes a la Escala de Ansiedad y Depresión Hospitalaria.

Según los resultados, el valor de la media total es de ( $M_t = 2,54$ ) en un rango del 1 al 4, obteniendo los siguientes valores, la variable de sexo ( $M=1,23$ ), indica que en la muestra hubo más participación de mujeres que de hombres con un 76,6%. La variable de edad ( $M=2,18$ ), muestra que el rango de edad predominante fue de 19 a 22 años con un 59.6%. La media más alta fue la del ítem B39 ( $M=4,05$ ) la cual revela que la mayoría de los participantes les gusta usar TikTok para mantenerse informado sobre las tendencias. En términos de varianza se presentan altas desviaciones, teniendo en cuenta que su rango oscila entre  $DT= ,424$  y  $DT= 1,380$  en los ítems sexo y B19 (veo las redes sociales como escape del mundo real) respectivamente, indicando variabilidad de los datos alta.

**Tabla 3.** Estadísticos descriptivos – variables numéricas, dicotómicas y discretas.

Ítems	M	DT	A	K
1_Sexo	1,23	,424	1,264	-,404
2_Edad	2,18	,609	-,119	-,457
3_B16	2,36	1,186	,301	-1,132
4_B17	2,72	1,366	,093	-1,381
5_B18	3,59	1,267	-,773	-,431
6_B19	2,28	1,380	,586	-1,062
7_B20	1,69	,990	1,287	,752
8_B21	1,74	,978	1,224	,678
9_B22	1,37	,748	2,281	5,167
10_B23	2,01	1,211	,888	-,428
11_B24	1,84	1,176	1,261	,539
12_B25	2,05	1,189	,758	-,701
13_B26	1,61	1,001	1,573	1,466
14_B27	3,10	1,352	-,311	-1,156
15_B28	1,62	,975	1,478	1,174
16_B29	2,44	1,192	,233	-1,036
17_B30	1,97	1,173	,982	-,257
18_B31	1,66	,989	1,427	1,300
19_B32	2,77	1,137	-,158	-,835
20_B33	1,55	,924	1,631	1,699
21_B34	2,37	1,226	,333	-1,067
22_B35	1,40	,866	2,386	5,130
23_B36	2,34	1,378	,576	-1,071
24_B37	1,55	1,001	1,862	2,493
25_B38	2,35	1,338	,520	-1,024
26_B39	4,05	1,070	-,1338	1,370
27_B40	3,50	1,187	-,741	-,271
28_B41	2,75	1,297	-,001	-1,231
29_B42	3,32	1,255	-,489	-,758
30_B43	<b>3,07</b>	<b>1,276</b>	-,281	<b>-1,045</b>
32_C45	3,87	1,183	-,936	-,064
35_C48	2,93	,992	,002	-,197
38_C51	2,61	1,161	,381	-,655
39_C52	2,19	1,026	,598	-,339
40_C53	2,10	1,303	,749	-,749

41_C54	2,80	1,346	,098	-1,191
43_C56	1,91	1,022	,997	,231

Fuente: Elaboración propia.

Con el propósito de reducir el margen de error y aumentarle la fiabilidad y validez del instrumento HADS se eliminaron 7 de 14 ítems, 5 de depresión y 2 de ansiedad, las cuales fueron: **Depresión:** C45 ¿Todavía disfruto de las cosas que solía disfrutar?, C47 ¿Puedo reírme y ver el lado divertido de las cosas?, C49 ¿Me siento alegre?, C55 ¿Espero con placer las cosas?, C57 ¿Puedo disfrutar de un buen libro o programa de radio o televisión? **Ansiedad:** C46 ¿Comúnmente tengo una especie de sensación de miedo como si algo terrible fuera a pasar?, C50 ¿Puedo sentarme cómodamente y sentirme relajado?

El alfa de Cronbach que indica fiabilidad fue de coeficiente negativo (-,32), puesto que la población de la teoría es diferente a la de este estudio (Diaz et al., 2018), luego del cambio arrojó un nivel de fiabilidad aceptable con ( $\alpha= 0,75$ ), categorizando el instrumento como fiable según el criterio de George y Mallory (2003); Gefen y Straub (2005); y Hernández *et al.* (1991). Dando como resultado final, por los 33 elementos, un nivel de fiabilidad alto con ( $\alpha= 0,887$ ).

Al aplicar la técnica multivariante de componentes principales (Guisande *et al.*, 2011) para determinar el nivel de correlacional entre las variables, resultaron 6 componentes que explican el fenómeno en un 52,75%, siendo el componente 1, denominado ansiedad, conexión y redes sociales el que más lo explica con un 11,17%, representando la mayoría de información (Tabla 4).

**Tabla 4. Matriz de componentes rotados – Rotación Varimax.**

Factores	Reactivos	Componentes					$\alpha$
		ACTT	RTT	SN	PDI	ITT	
Ansiedad y conexión a TikTok	B32	0,648					,882
	B16	0,636					,881
	B27	0,616					,882
	B17	0,615					,883
	B18	0,588					,885
	B29	0,566					,882
	B20	0,509					,882
	B21	0,48					,882
Relacionamiento y TikTok	B22		0,704				,884
	B28		0,692				,883
	B25		0,677				,882
	B23		0,664				,883
	B19		0,479				,880
Sensaciones negativas	C52			0,768			,886
	C48			0,761			,886
	C56			0,758			,884
	C44			0,642			,883
	C54			0,603			,888
Productividad, descuido e infelicidad	B30				0,688		,881
	B33				0,677		,882
	B36				0,659		,883
	B37				0,566		,884
	B35				0,566		,883
	B31				0,548		,883
Información y TikTok	B40					0,773	,883
	B42					0,718	,886
	B39					0,658	,885
	B43					0,637	,884

Apariencia, depresión y TikTok	B41		0,622		,885
	C53			0,665	,889
	C51			0,515	,887
	B38			-0,465	,885
	B24			-0,464	,885
	<b>Alpha</b>	<b>.810</b>	<b>.755</b>	<b>.772</b>	<b>.765</b>
				<b>.766</b>	<b>.211</b>
	Autovalor	3,689	3,336	3,057	3,035
	% Varianza	11,179	10,111	9,264	9,198
				8,451	4,553
	Kaiser - Meyer - Olkin de adecuación de muestreo				<b>0,845</b>
					<b>X<sup>2</sup></b> 4597,104
	Prueba de esfericidad de Bartlett				gl 0,528
					Sig. 0,000

X<sup>2</sup> = chi cuadrado gl= grados de libertad Sig= significancia

**Fuente:** Elaboración propia.

Para comprobar el grado de relación conjunta entre las variables se realizó una prueba de adecuación de Kaiser-Meyer Olkin (KMO), el resultado de esta prueba fue de (0,84), lo cual indica, según el criterio de Kaiser (1970), que al ser un valor cercano a 1 las variables están relacionadas entre sí (tabla 4).

Como se observa en la tabla 4 el determinante de la matriz de correlaciones en el valor de la significancia es 0, lo que indica que el grado de intercorrelación de las variables es muy alto, este valor es confirmado por la significancia asociada al test de esfericidad de Bartlett, que es 0,000, por lo que se puede rechazar la hipótesis nula de incorrelación entre variables.

#### 4. DISCUSIÓN

El objetivo principal de la investigación era comprobar si realmente TikTok es una plataforma adictiva, y si está directamente relacionada con la generación de síntomas de depresión y ansiedad en los jóvenes y adolescentes durante la pandemia por COVID 19. Para iniciar, es importante comentar que los resultados obtenidos confirman estudios previos que dicen que la población más común en TikTok son quienes tienen entre 16 a 22 años de edad (Espinoza *et al.*, 2021).

Por otro lado, el uso de las redes sociales, especialmente TikTok tuvo un incremento durante la etapa de confinamiento por COVID 19 (Gupta *et al.*, 2021; Ochoa y Barragán, 2022; Olivares *et al.*, 2020), esto lo confirman estudios como We are Social (2022), donde se contabilizaron la cantidad de descargas que tuvo TikTok durante el confinamiento, y autores como Labuena (2021), quién afirma que la red social se convirtió en una de las más populares y descargadas a raíz del confinamiento. Tanto así que para el 2022 está ya era la quinta aplicación más descargada con 631 millones de usuarios registrados. Sin embargo, autores como Caro (2017) afirman que se trata de una conducta adaptativa, una teoría que tiene sentido puesto que durante ese tiempo se atravesó por una rápida digitalización donde se tuvieron que realizar actividades que antes se hacían de manera presencial, tal como la educación. Lo anterior coincide con lo encontrado en uno de los ítems utilizados cuando el 52% de la muestra afirmó que usaban las redes sociales o TikTok para estar informado sobre sus cursos buena parte del tiempo o todo el tiempo.

Como se mencionó en los resultados, el componente 1 denominado ansiedad, conexión y TikTok es el que más explica, con 11,17%, el fenómeno analizado, este descubrimiento confirma nuestra hipótesis y coincide con lo encontrado en la mayoría de trabajos como los de Gracia *et al.*(2020); Gupta *et al.* (2021) y Herrero *et al.* (2019), quienes mencionan que los que padecen ciberadicción en su mayoría se sienten solos, tienen la necesidad de adaptación social, y que padecen ansiedad o depresión.

En esta misma línea de la depresión y TikTok, los resultados arrojaron una similitud entre el descuido de la apariencia física y el deseo de aparentar quienes no son en la red social; es decir que quienes padecen de este síntoma de depresión por lo general pretenden crear una identidad falsa en redes sociales, especialmente la analizada en este estudio. Trabajos como los de Albino (2020) Cascardo y Veiga, (2020); Echebur y Sebasti (2010); Gupta *et al.*(2021); Olivares *et al.*(2020); Ortiz *et al.* (2013); Valdés (2019), ponen en manifiesto los resultados mencionados anteriormente cuando hablan de disforia como un estado emocional que de una o cierta manera aumenta la vulnerabilidad psicológica a la ciberadicción.

Cuando existe una dependencia, los comportamientos adictivos se vuelven automáticos, emocionalmente activos y con poco control, por eso los autores Echebur y Sebasti (2010); Méndez *et al.* (2017); Ramos *et al.* (2017); Sotero *et al.* (2019), mencionan que el abuso a TikTok puede facilitar el bajo rendimiento académico, el desinterés, los trastornos de conducta y el aislamiento. Lo anterior se relaciona con los resultados que asociaron la productividad, el descuido y la infelicidad, puesto que demostraron que las personas que omiten sus tareas por estar en TikTok, por lo general olvidan que tienen hambre o sed, se olvidan de sus familiares; es decir que no pasan tiempos con ellos, y se sienten infelices cuando no usan la plataforma.

Tampoco se puede afirmar que, estos resultados sean inesperados ya que hay una evidencia empírica acumulada. Cuando algunos de los sujetos de la investigación descubrieron en el momento del *netwoorking* que la red social analizada sería TikTok, muchos expresaron que sí se sentían dependientes a ella, y cuando se les contra preguntaba si sentían hambre o sed cuando la usaban, o si sentían que el tiempo pasaba rápido su respuesta casi siempre fue afirmativa. Por otro lado, muchos se negaban a saber el tiempo real que pasaban en TikTok como una negativa a su adicción tal como lo menciona Echebur y Sebasti (2010) y Young (1996).

## 5. CONCLUSIONES

Se concluye que la Escala de Adicción a Redes Sociales en general y por factores si aporta evidencia de confiabilidad y validez con un alfa de cronbach de ( $\alpha=0,9$ ). Por otra parte, la Escala de Ansiedad y Depresión Hospitalaria aporta evidencia de confiabilidad por modificaciones internas; es decir, por una adaptación a la muestra de este estudio, logró un alfa de cronbach de ( $\alpha=0,887$ ) (George y Mallery, 2003; Hernández *et al.*, 1991).

Otro resultado de este estudio que vale la pena resaltar, es que el fenómeno se explica con el 52% de los componentes analizados, siendo el primer factor denominado ansiedad, conexión y TikTok el que más lo explica con 11,17%. Así mismo, se puede extraer del estudio de cara a la intervención realizada que se cumplió con el objetivo, el cual se comprobó que TikTok es una plataforma adictiva. También se confirmó que su uso aumentó durante el confinamiento por COVID 19. Esto también se logra concluir cuando descubrimos que las personas que suelen omitir sus tareas por estar en TikTok son quienes olvidan pasar tiempo con sus familiares y amigos, y además, no sienten hambre ni sed cuando usan esta plataforma. Además, los desarrolladores de TikTok han reconocido que existe una adicción al crear un panel llamado “Desintoxicación Digital”, una función que al día de terminar de redactar este artículo ya no existe con ese nombre.

Otras cuestiones que se pueden concluir a la luz de los resultados, es que hubo más participación de mujeres que de hombres, y el rango de edad más popular fue entre 19 a 22 años. Para finalizar, nuestra hipótesis fue confirmada, puesto que los resultados arrojaron una similitud entre las personas que tienen síntomas de ansiedad y depresión con la adicción a TikTok, esto se puede

confirmar cuando se asocia que las personas que suelen descuidar su apariencia son las más propensas a generar una adicción a TikTok porque son vulnerables psicológicamente.

Finalmente, se propone para futuros estudios aplicar el instrumento con los factores desarrollados en otras muestras poblacionales y culturales, dado que se descubrió que en el caso de la escala de ansiedad y depresión (Zigmond y Snaith, 1983) fue inicialmente aplicada a otro tipo de individuos con características diferentes. Uno de las limitaciones del estudio es la aplicabilidad del instrumento a estudiantes universitarios de solo una institución, se propone de igual forma para futuros estudios que se amplíe el rango de geográfico e instituciones no solo privadas sino también públicas.

## 6. REFERENCIAS

- Albino, M. (2020). *Estado del arte sobre los riesgos y la prevención en el uso de Internet en niños y adolescentes* [Tesis pregrado, Universidad Pontificia Javeriana]. Respositorio Institucional Javeriano. <https://bit.ly/3bISVTq>
- Álvarez-Ramos, E., Heredia-Ponce, H. y Romero-Oliva, M. (2019). La Generación Z y las Redes Sociales. Una visión desde los adolescentes en España. *Revista Espacios*, 40(20)1-13.
- Amador-Sánchez, O. A., Trejos-Gil, C. A., Castro-Escobar, H. Y. y Angulo, E. J. (2021). Psicoterapia online en tiempos de pandemia: Intervención cognitivo-conductual en pacientes colombianos con depresión. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(4) 49-60. <https://doi.org/10.31876/rcc.v27i.36993>
- Arab, L. E. y Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e Internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/J.RMCLC.2014.12.001>
- Aranda, M., Fuentes, V. y García, M. (2017). “No sin mi Smartphone”: Elaboración y validación de la Escala de Dependencia y Adicción al Smartphone (EDAS). *Terapia Psicológica*, 35, 35-45.
- Ballesta-Pagán, F. J., Lozano Martínez, J., Cerezo Máiquez, M. C. y Soriano Ayala, E. (2015). Internet, redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la Región de Murcia. *Revista Fuentes*, 16(16), 109-130. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2015.i16.05>
- Baraybar, A., Arrufat, S. y Rubira, R. (2021). Public information, traditional media and social networks during the COVID-19 crisis in Spain. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126534>
- Bermejo-Sánchez, EM (2021). *Impacto de la red social TikTok: Influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por COVID-19* [Tesis pregrado, Universidad de Sevilla]. Idus. <https://idus.us.es/handle/11441/126185>
- Boffone, T. (2022). Introduction: The Rise of TikTok in US Culture. *TikTok Cultures in the United States*, 1-14. <https://doi.org/10.4324/9781003280705-1a>
- BVSColombia. (2019). *Grupos etarios | BVSColombia*. <https://bit.ly/3Qshseb>

- Cabero, J., Martínez, S., Valencia, R., Leiva, J., Orellana, M. y Harvey, I. (2020a). La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano. *Revista Complutense de Educación*, 31(1), 1-11. <http://dx.doi.org/10.5209/rced.61722>
- Cabero, J., Pérez, J. y Valencia, R. (2020b). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 27, 2-29. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>
- Caro, M. (2017). Adicciones tecnológicas: ¿Enfermedad o conducta adaptativa? *Medisur*, 15(2). <https://medisur.sld.cu/index.php/medisur>
- Cascardo, E. y Veiga, C. M. (2020). *Tecnoadictos los peligros de la vida online*. Ediciones B 2. <https://bit.ly/3kdWUYX>
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley N° 1098 De 2006. 2006*. <https://bit.ly/3BRv9PB>
- Costa, P., Capoano, E. y Barredo, D. (2021). *Digitales como espejos sociotécnicos de Iberoamérica*, 33-46.
- Critikián, D. M. y Núñez, M. M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Dabós, M. (2015). Diseñando en entornos digitales. *Bold*, 2(2), 32-37. <https://bit.ly/3OM4PJO>
- Data reportal. (15 de febrero de 2022). *Digital 2022: Colombia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-colombia>
- Díaz, C., González, A., Sánchez, C. y Fernández, M. (2018). Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS) in Mexicans with Asthma: Reliability and Validity. *Psicología Iberoamericana*, 26(2), 75-91. <https://bit.ly/3ShofJu>
- Domínguez, L. y Amador-Bedolla, C. (2020). The origin of COVID-19: what is known, what is supposed and (a little) about conspiracy theories. *Educacion Química*, 31(2), 3-11. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2020.2.75461>
- Echebur, E. y Sebasti, S. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Revista Adicciones*, 22(2), 91-96. <http://bitly.ws/JbsJ>
- Espinoza, I., Pérez, F., Suquy, E., Arévalo, J., Tenesaca, S., Ankuash, L., Peralta, N., Suquilanda, M., Castro, E., Astudillo, R., Cárdenas, B., Gómezcoello, J., Asanza, J., Ávila, I., Saa, S., Cuzco, B. y López, K. (2021). *TikTok más allá de la hipermialidad* (Primera ed). Universidad Politécnica Salesiana. <https://bit.ly/3rR1xw6>
- Fernández, A. (2021). «Generación Z» en la universidad y la educación médica durante la crisis por COVID-19. *Educación Médica*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2020.09.018>
- García-Rivero, A., Martínez E. E. y Bonales, G.D. (2022). TikTok Y Twitch: Nuevos Medios Y Fórmulas Para Impactar En La Generación Z. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1770>

- García, B., López, M. y García, A. (2014). Los riesgos de los adolescentes en Internet: los menores como actores y víctimas de los peligros de Internet. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 462-485. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1020>
- Gaskin, J. (2016). *Modelos causales*. Gaskination StatWiki. <https://bit.ly/3T8SBgg>
- Gefen, D. y Straub, D. (2005). A Practical Guide to Factorial Validity Using PLSGraph: Tutorial And Annotated Example. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 91-109. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01605>
- George, D. y Mallory, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step A Simple Guide and Reference* (4th ed.). Wadsworth Publishing Co. <https://bit.ly/2Ux43W2>
- Gràcia, M., Viñas, F., Juárez, J. y Malo, S. (2020). Risk of Addiction: Its Prevalence in Adolescence and its Relationship with Security of Attachment and Self-concept. *Clínica y Salud*, 31(1), 21-25. <https://doi.org/10.5093/clysa2020a1>
- Griffiths, L. (2023). Dancing through Social Distance: Connectivity and Creativity in the Online Space. *Body, Space and Technology*, 22, 65-81. <https://doi.org/10.16995/BST.9700>
- Guisande, C., Vaamonde, A y Barrero, A. (2011). *Tratamiento de datos con R, Statistica y SPSS. Diaz de Santos*. [www.edittiazdesantos.com](http://www.edittiazdesantos.com)
- Gupta, A. K., Upreti, D., Shrestha, S., Sawant, S., Karki, U. y Shoib, S. (2021). Adolescent-parent conflict in the era of 'TikTok': Case reports from Nepal. *Journal of Affective Disorders Reports*, 6. <https://doi.org/10.1016/J.JADR.2021.100219>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. y Black, W. C. (2004). Análisis multivariante. In *Análisis multivariante* (5th ed.). Prentice-Hall. <http://bitly.ws/JbKi>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill. <https://bit.ly/2MEaKFC>
- Herrero, J., Torres, A., Vivas, P. y Urueña, A. (2019). Smartphone Addiction and Social Support: A Three-year Longitudinal Study. *Psychosocial Intervention*, 28(3), 111-118. <https://doi.org/10.5093/pi2019a6>
- Kaiser, H. F. (1970). A second generation little jiffy. *Psychometrika*, 35(4), 401-415. <https://doi.org/10.1007/BF02291817>
- Katz, E. (1959). Mass Communications Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for This Journal. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6. <https://bit.ly/3P2TQeZ>
- Labuena, I. V. (2021). *Consecuencias del uso de redes sociales en la salud mental health of young people in times of COVID-19* [Tesis pregrado, Universidad Zaragoza]. Zaguan. <http://bitly.ws/JbMA>
- Llano-Castaño, D. y Montoya-López, N. (2022). *Influencia de las redes sociales en el pensamiento suicida de los jóvenes*. XXIV Encuentro Nacional de Investigación. Universidad Católica Luis Amigó. <https://bit.ly/3ZDTCR6>

- López, G. (2006). Tecnologías de Internet (de Arpanet a la 3G). *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 5, 13-35. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i5.256>
- MacLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación Las extensiones del ser humano* (1st ed.). Paidós. <https://bit.ly/3zsEP1E>
- Martín, D. y Medina, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Méndez, M., Romero, B. M., Cortés, J., Ruiz, A. E. y Prospéro, O. (2017). Neurobiología de las adicciones. *Revista de La Facultad de Medicina de La UNAM*, 60, 6-16.
- Ministerio de Salud y la Protección Social de Colombia. (2020). Orientaciones y Protocolos. *Minsalud*. <http://bitly.ws/JbN6>
- Minsalud. (2022). *Ciclo de Vida*. Minsalud. <https://bit.ly/3bDoeio>
- Munayco, S., Oreste, E. y Anchante, P. (2020). *Ansiedad y su Relación con la adicción a las Redes Sociales en una Muestra de Jóvenes de la Provincia de Chincha, 2020* [Tesis pregrado, Universidad Autónoma de ICA]. Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de ICA. <http://bitly.ws/JbPE>
- Nadal, M. V. (2020). Por qué es tan difícil tomar decisiones en mitad de una crisis. *Retina*, 27, 70-71. <https://bit.ly/3MvRBzU>
- Ochoa, F. y Barragán, M. (2022). The excessive use of social networks amid the pandemic. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 9(1), 85-92. <https://doi.org/10.30545/academo.2022.ene-jun.8>
- Olivares, F., Inés, M. y Majuelos, M. (2020). Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 243-252. <https://doi.org/10.20318/RECS.2020.5422>
- Ortiz, M., Mesa, M. y Muñoz, A. (2013). *Caracterización y evaluación del uso desadaptativo de Internet en estudiantes universitarios* [Tesis Doctoral, Universidad de Granada]. Digibug. <https://bit.ly/3zKqYm7>
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de análisis multivariante de datos. Aplicaciones con SPSS*. Pearson Education S.A. <https://bit.ly/3U82tbz>
- Ramón, A. y Segovia, C. (2016). *Comunicación integrada de marketing* (1st ed.). Esic Editorial. <https://bit.ly/3yXI3Zi>
- Ramos, C. (2020). COVID-19: The new disease caused by a coronavirus. *Salud Pública de Mexico*, 62(2), 225-227. <https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/11276/11857>
- Ramos, C., Jadán, J., Paredes, L., Bolaños, M. y Gómez, A. (2017). Procrastinación, adicción al Internet y rendimiento académico de estudiantes universitarios ecuatorianos. *Estudios Pedagógicos XLIII*, 3, 275-289. <https://bit.ly/3yXI3Zi>
- Robles, E. D. A. (2015). Adicción a la adicción a Internet. *Rev Psicol Hered*, 10(2). <http://bitly.ws/JbQN>

- Romero, L. y Rivera, D. (2019). De lo audiovisual a lo transmedia. Competencias para las nuevas narrativas de los prosumidores en el ecosistema digital. In E. López (Ed.), *La comunicación en el escenario digital* (1st ed.). Pearson. <https://bit.ly/3ONzAhr>
- Sahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169-182. <https://bit.ly/3vLfdKZ>
- Santana, M., Franco, P. y Hernández, R. (2014). *Rol de las redes sociales Rol de las redes sociales en la elección de una universidad* (1st ed.). Esan.
- Schwartz, P. J. y Settimi, C. (2008). Perspective. *Forbes*, 182(7), 52-53. <https://doi.org/10.5558/tfc70499-5>
- Sevilla Robles, M. (2018). *Resumen sobre Internet*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Departamento de Sistemas de Información. <http://bitly.ws/JbRz>
- Sotero, L., Ferreira da Veiga, G. Carreira, D., Portugal, A. y Relvas, A. P. (2019). Facebook Addiction and Emerging Adults: The influence of sociodemographic variables, family communication, and differentiation of self. *Escritos de Psicología*, 12(2), 81-92.
- Statista Research Department. (2023). *Redes sociales con más usuarios en Colombia en 2023*. Statista. <http://bitly.ws/JaWS>
- Trejos-Gil, C. A. (2020). Pertinencia del marketing digital en las empresas de Aburrá Sur. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 88, 81-101. <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2696>
- Trejos-Gil, C. A., Castro-Escobar, H. y Amador S. (2020). Indicador de Medición en Psicología online en América Latina en tiempos de pandemia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 457-476. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1485>
- Valdés, V. (2019). Uso y abuso de Internet en adolescentes y su relación con la inteligencia emocional. *In Psycholgy*, 2(1). <http://bitly.ws/JbyX>
- Vázquez M, Cabrejos S, Yrigoin Y, Robles R y Toro C. (2019). Adicción a Internet y calidad de sueño en estudiantes de medicina de una Universidad peruana, 2016. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rhcm/v18n5/1729-519X-rhcm-18-05-817.pdf>
- Viñals, A. (2013). Las Redes Sociales Virtuales como espacios de ocio digital. *DEUSTO*, 1-18.
- We are social y Meltwater. (2023). *Digital 2023 Colombia (febrero 2023) v01*. Datareportal. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-colombia-february-2023-v01>
- We are social y Hootsuite. (2022). *Digital 2022: La evolución del panorama digital en el Reino Unido - We Are Social UK*. <http://bitly.ws/JbSc>
- Young, K. S. (1996). Internet Addiction: the Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1(3), 237-244. <http://netaddiction.com/articles/newdisorder.pdf>

Zapata, L., Karam, J. y Gutiérrez, D. (2018). La Tecnología y su Impacto en la Vida Cotidiana Revisión y Comentarios del libro: Silicon Valley vs. Hollywood: cuando las empresas de tecnología y medios se confunden. *Revista de Management de la Universidad de Palermo*, 17, 43-53. <https://bit.ly/3BvIkWw>

Zigmond, A. S. y Snaith, R. P. (1983). The Hospital Anxiety and Depression Scale. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 67(6), 361-370. <https://acortar.link/rPEJo5>

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

**Conceptualización:** Trejos Gil, Carlos Andrés, Tordecilla Pájaro, Carla Cristina. **Metodología:** Trejos Gil, Carlos Andrés, Tordecilla Pájaro, Carla Cristina y Mena Mena, Daniela. **Software:** Trejos Gil, Carlos Andrés. **Validación:** Trejos Gil, Carlos Andrés, Tordecilla Pájaro, Carla Cristina. **Análisis formal:** Trejos Gil, Carlos Andrés, Tordecilla Pájaro, Carla Cristina. **Curación de datos:** Mena Mena, Daniela. **Redacción-Preparación del borrador original:** Mena Mena, Daniela y Tordecilla Pájaro, Carla Cristina. **Redacción-Revisión y Edición:** Trejos Gil, Carlos Andrés, Tordecilla Pájaro, Carla Cristina y Mena Mena, Daniela. **Visualización:** Mena Mena, Daniela. **Supervisión:** Trejos Gil, Carlos Andrés. **Administración de proyectos:** Trejos Gil, Carlos Andrés. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Trejos Gil, Carlos Andrés, Tordecilla Pájaro, Carla Cristina y Mena Mena, Daniela.

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiamiento externo, y no procede de ningún proyecto financiado por alguna entidad.

**Agradecimientos:** Agradecimientos especiales a la Universidad Católica Luis Amigó quien ha apoyado al desarrollo de la investigación y al suministro de los recursos para los estudios doctorales del autor principal.

**Conflicto de intereses:** Los autores declaran que no existe ningún potencial conflicto de interés relacionado con el artículo.

## AUTORES

### Carlos Andrés Trejos-Gil

PhD(c) Estudios Interdisciplinarios en Psicología; Magíster Internacional en Dirección Estratégica; Magíster en Administración y Dirección de Empresas (MBA). Especialista en Alta Gerencia. Publicista. Ingeniero Administrativo. Docente investigador integrante del grupo de investigación Urbanitas. Docente Investigador desde el año 2018, con funciones administrativas como líder del grupo de investigación URBANITAS categoría (A) periodo 2021-2022. Director encargado del Doctorado en Comunicación durante el 2022-1.

Los artículos en áreas de interés investigativo son en comunicación social, administración de empresas, mercadeo, publicidad, marketing digital, TIC, blended learning, psicología organizacional, salud mental, ansiedad, depresión, languidez, conducta prosocial, inteligencia emocional, pensamiento criminal. Consultor empresarial en áreas administrativas, comerciales, financieras, mercadeo, salud mental ocupacional, coaching ontológico. Capacitador y formador en TIC y tecnologías digitales.

**Índice H:** 5

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-6769-3396>

**Scopus ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219440207>

**Google Scholar:** <https://bit.ly/3yBdlXG>

**ResearchGate:** <https://bit.ly/40r5SoF>

**Academia.edu:** <https://bit.ly/3ndYOxq>

**CvLac:** <https://bit.ly/3XD8miT>

**Redalyc:** <https://bit.ly/3lwNkEy>

**WOS ID:** C-1737-201

**Carla Cristina Tordecilla-Pájaro**

Comunicadora Social. Integrante del grupo de investigación Urbanitas. Auxiliar de investigación desde el año 2019 en el grupo de investigación Urbanitas. Áreas de interés en la investigación son las redes sociales y cómo afecta el comportamiento de los jóvenes en ellas. Apoyo en investigaciones sobre Salud Mental Positiva Ocupacional, sitios de psicología online, y como las redes sociales influenciaron en las votaciones para la alcaldía de Medellín en el año 2018.

**Orcid ID:** <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-1025-420X>

**Daniela Mena Mena**

Estudiante de Comunicación Social. Integrante del grupo de investigación Urbanitas. Auxiliar de investigación desde el año 2022 en el grupo de investigación Urbanitas. Áreas de interés en la investigación son las redes sociales y cómo estas afectan el comportamiento de los jóvenes. Apoyo en investigaciones sobre Salud Mental Positiva y cómo las redes sociales influenciaron en las votaciones para la alcaldía de Medellín en el año 2018.

**Orcid ID:** <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-9267-2071>