Treball de Fi de Grau

Títol

El impacto de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes españoles: el caso de Instagram y TikTok

Autoria

Martina Altimira García

Professorat tutor

Juana Gallego Ayala

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

1 de juny de 2023	X
28 de juliol de 2023	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	L'impacte de les xarxes socials en la salut mental dels joves espanyols: el cas d'Instagram i TikTok
Castellà:	El impacto de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes españoles: el caso de Instagram y TikTok
Anglès:	The impact of social networks in spanish youth's mental health: the case of Instagram and TikTok

Autoria:		Martina Altimira García		
Professorat tutor:		Juana Gallego Ayala		
Curs:	2022/23	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Xarxes socials, digitalització, salut mental, adicció, autoestima, depressió
Castellà:	Redes sociales, digitalización, salud mental, adicción, autoestima, depresión
Anglès:	Social networks, digitization, mental health, addiction, self-esteem, depression

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Les xarxes socials formen part de la vida dels joves arran de l'impacte del procés de digitalització, sobretot Instagram i TikTok. Així doncs, aquesta investigació se centra a saber si Instagram i TikTok afecten la salut mental dels joves que les utilitzen i, també, en com aquest col·lectiu percep la situació. Així doncs, mitjançant la realització de tres grups focals diferents, s'ha dut a terme una anàlisi qualitativa amb un total de 15 joves d'entre 15 i 24 anys, amb la finalitat de conèixer les seves experiències a les dues plataformes.
Castellà:	Las redes sociales forman parte de la vida de los jóvenes a raíz del impacto del proceso de digitalización, sobre todo Instagram y TikTok. Por ello, la presente investigación se centra en saber si Instagram y TikTok afectan a la salud mental de los jóvenes que las utilizan y, también, en cómo este colectivo percibe la situación. Así pues, mediante la realización de tres grupos focales distintos, se ha llevado a cabo un análisis cualitativo con un total de 15 jóvenes de entre 15 y 24 años, con la finalidad de conocer sus experiencias en ambas plataformas.
Anglès:	Social networks are part of the youth's life as a result of the impact of the digitization process, especially Instagram and TikTok. Because of that, this research focuses on finding out if Instagram and TikTok affect the mental health of the youth who use both platforms and, also, on how this group perceives the situation. Thus, by effecting three different focus groups, a qualitative analysis has been carried out with a total of 15 young people between the ages of 15 and 24, in order to learn about their experiences in Instagram and TikTok.

TRABAJO DE FINAL DE GRADO

EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA SALUD MENTAL DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES:

EL CASO DE INSTAGRAM Y TIKTOK

Universitat Autònoma de Barcelona

Autora: Martina Altimira García

Tutora: Juana Gallego Ayala

Grado: Periodismo | Curso: 2022-2023

ÍNDICE

1. Introducción. 1-4
1.1. Objetivos. 4
1.2. Hipótesis y preguntas de investigación. 4

2. Marco Teórico. 5-16
2.1. Salud mental. 5-7
2.2. Redes sociales. 8-14
2.2.1. La adicción a las redes sociales. 9-11
2.2.2. La autoestima relacionada con la depresión. 11-14
2.3. Salud mental, redes sociales y jóvenes. 14-16

3. Justificación social. 17-22
3.1. Instagram. 18-20
3.2. TikTok. 20-22

4. Metodología. 23-25
4.1. *Focus Group*. 24-25
4.1.1. Características de los participantes. 24
4.1.2. Planteamiento de los grupos focales. 24-25

5. Resultados de los grupos focales. 26-62
5.1. Resultados del *Focus Group* de jóvenes de secundaria. 27-37
5.1.1. Percepción del término “redes sociales”. 28-29
5.1.2. Uso de las redes sociales: Instagram y TikTok. 29-31
5.1.3. La percepción del término “salud mental” 32-33
5.1.4. Reacción al vídeo de TikTok. 33-35
5.1.5. Conclusiones del *Focus Group* de jóvenes de secundaria. 35-37

5.2. Resultados del *Focus Group* de jóvenes de bachillerato. 38-47
5.2.1. Percepción del término “redes sociales”. 38-39
5.2.2. Uso de las redes sociales: Instagram y TikTok. 39-41
5.2.3. La percepción del término “salud mental”. 41-43
5.2.4. Reacción al vídeo de TikTok. 43-45
5.2.5. Conclusiones del *Focus Group* de jóvenes de bachillerato. 45-47

5.3. Resultados del *Focus Group* de jóvenes de la universidad. 47-57
5.3.1. Percepción del término “redes sociales”. 47-48
5.3.2. Uso de las redes sociales: Instagram y TikTok. 48-50
5.3.3. La percepción del término “salud mental”. 51-54
5.3.4. Reacción al vídeo de TikTok. 54-55
5.3.5. Conclusiones del *Focus Group* de jóvenes de la universidad. 55-57

5.4. Resultados globales. 58-62
5.4.1. Conclusiones de los tres *focus group*. 58-62

6. Conclusiones. 63-64

7. Bibliografía. 65-71

8. Anexos. 72-76
8.1. Guión para los *focus group*. 72-75
8.2. Formulario enviado a los participantes de los *focus group*. 76

1. Introducción

Es evidente que, con el paso de los años, las redes sociales se han convertido en parte de la realidad de muchas personas, pues estas plataformas digitales se han integrado plenamente en la sociedad en un período relativamente corto de tiempo. Aun así, pese a que este nuevo canal de comunicación interfiere en la rutina de millones de personas, las redes sociales han penetrado más fuertemente en aquellos que han crecido de la mano del proceso de digitalización: los jóvenes.

En la actualidad, este grupo de edad está plenamente sumergido en el mundo digital. De esta manera, muchos de ellos dejan de lado los medios de comunicación tradicionales a la hora de informarse y recurren a herramientas que facilitan el acceso a múltiples datos en cuestión de segundos: los motores de búsqueda de Internet. Teniendo en cuenta que Internet es la principal fuente de información para este colectivo, es importante considerar que Google es uno de los motores de búsqueda con más demanda del mercado. Asimismo, este motor de búsqueda alcanzó la mayor cuota de mercado digital nacional en 2021 y 2022 —con cifras superiores al 92%—. Por ello, es posible que muchos jóvenes españoles recurran a Google para consultar cualquier tipo de información, y ello puede influir en su percepción de la realidad.

Respecto a la percepción que este grupo de edad tiene sobre el término ‘salud mental’, el diccionario de Google, *Oxford Languages*, aporta dos definiciones del término genérico ‘salud’. La primera de estas visibiliza la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS), organismo que define el concepto ‘salud’ como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Sin embargo, pese a que en la actualidad se le está empezando a dar voz a la salud en términos mentales, ello no garantiza que las personas sean del todo conscientes de su relevancia. En relación con este suceso, la segunda definición de ‘salud’ que ofrece el diccionario digital de Google es la siguiente: “serie de condiciones físicas en que se encuentra un ser vivo en una circunstancia o un momento determinados”. Así pues, en esta explicación no se incluyen las afecciones mentales y, por lo tanto, reduce la percepción de este término a aquello meramente físico. De esta manera, Google no contribuye a la visibilidad de la salud mental, al contrario, ayuda a que los jóvenes la tengan menos en cuenta.

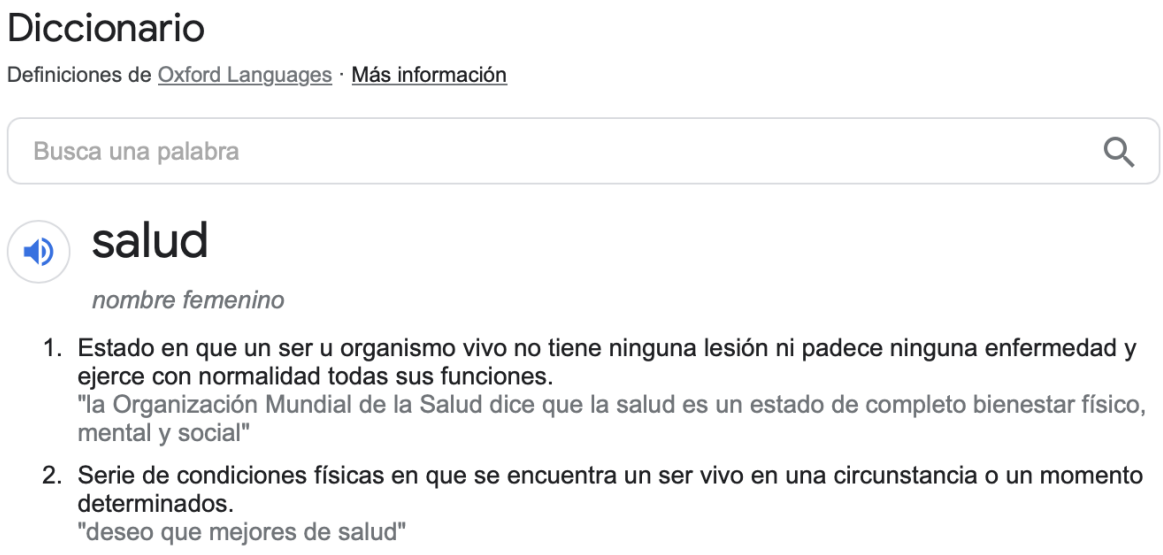


Figura 1: Captura de pantalla de las definiciones que ofrece el diccionario de Google, *Oxford Languages*, sobre el término 'salud'

Por esa misma razón, esta investigación pretende averiguar si los jóvenes son conscientes de la relevancia de su salud mental y de que cabe la posibilidad de que las redes sociales repercutan en esta. Considero que cualquier persona puede ser víctima de un trastorno mental, y puede que estas plataformas tengan algo que ver con el desarrollo de enfermedades de este tipo.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los jóvenes son aquellas personas cuya franja de edad oscila entre los 15 y los 24 años. Además, teniendo en cuenta que, según la misma organización internacional, la adolescencia la forman aquellas personas de entre 10 y 19 años, este trabajo toma como grupo de estudio a personas que cursan tercero y cuarto de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y un grado universitario. Es decir, a jóvenes adolescentes y a jóvenes que ya han pasado esa etapa.

El interés por este tema surge debido a que, hasta hace poco, no se le daba mucha voz a los problemas de salud mental, como por ejemplo a la adicción o a la depresión. Es más, la salud física es algo de lo que, habitualmente, se oye hablar más. No obstante, las enfermedades mentales siempre han existido, y cuanta menos información haya sobre estas más perjudicial puede llegar a ser para el individuo. Al fin y al cabo, la información es poder, y si una persona conoce y es consciente de la importancia de este concepto puede tratar de prevenir problemas de salud mental o incluso combatirlos.

En cambio, de lo contrario, el individuo tendrá menos herramientas para poder hacerles frente. Así, el eje central de este trabajo es investigar la relación que existe entre las redes sociales y la salud mental de los jóvenes, haciendo especial hincapié en el uso que este colectivo hace de Instagram y TikTok. De igual manera, otra de las motivaciones principales es profundizar en los efectos y la manera en la que influyen los medios sociales en los jóvenes, ya sea positiva o negativamente. Y es que las redes sociales son utilizadas por millones de jóvenes, pero eso no significa que les beneficien.

También, otro de los intereses que conduce a la realización de esta investigación es poner de manifiesto el posible contraste de visiones que existe entre personas del colectivo juvenil, si es que lo hay. Es decir, este trabajo tiene el interés de indagar sobre si los jóvenes adolescentes y los jóvenes que ya han pasado esa etapa de la vida tienen la misma percepción respecto al uso de las redes sociales así como su salud mental o, por contra, difieren en la concepción de esta realidad. De esta forma, el colectivo juvenil conforma un grupo de edad tan amplio que existe la posibilidad de que sus vivencias y percepciones sean completamente distintas.

La adolescencia es una etapa en la que el individuo empieza a conocerse a sí mismo, así como al mundo que le rodea. El joven adolescente se encuentra en un momento clave de su vida: el momento en el que se empieza a formar en términos de personalidad. En cambio, a diferencia de los adolescentes, los jóvenes mayores de 19 años ya han construido su propia personalidad, así como adquirido madurez y conocimiento debido al paso de los años. Por este motivo, puede que el joven adolescente sea más vulnerable que el resto de jóvenes en cuanto a la recepción de estímulos externos, los cuales pueden provenir de las redes sociales. Asimismo, estos estímulos pueden influir más fácilmente en su manera de ser, de pensar y también de sentir, cabiendo la posibilidad de que este fenómeno les repercuta en su salud mental. Por ello, el estudio de este fenómeno es otro de los pilares fundamentales de esta investigación.

La parte práctica de esta investigación se basa en una técnica cualitativa que engloba la realización de tres grupos focales distintos, los cuales se desarrollan a lo largo de este trabajo.

1.1. Objetivos

El objetivo general de esta investigación es conocer si las redes sociales Instagram y TikTok influyen en la salud mental de los jóvenes españoles de entre 15 y 24 años, y en caso afirmativo, conocer si lo hacen de forma positiva o negativa.

En cuanto a los objetivos específicos, este trabajo pretende:

- ➢ Conocer si la autoestima de los jóvenes, así como su estado de ánimo, se ven afectados por las redes sociales de Instagram y TikTok.
- ➢ Comprobar si Instagram y TikTok provocan adicciones conductuales en el colectivo estudiado.
- ➢ Averiguar si las personas jóvenes son conscientes de la importancia de la salud mental.
- ➢ Analizar si la edad es un factor que influye en que la salud mental sea más vulnerable para unos jóvenes que para otros.

1.2. Hipótesis y preguntas de investigación

La hipótesis en la que se basa este trabajo es la siguiente: “Las redes sociales afectan más negativamente que positivamente a la salud mental de los jóvenes españoles, y este colectivo no es consciente de ello”.

Asimismo, con la finalidad de reafirmar o desmentir la hipótesis, la presente investigación aspira a responder estas preguntas a lo largo de su desarrollo:

- ➢ ¿El uso de las redes sociales puede generar dependencia o incluso adicción conductual a los jóvenes españoles?
- ➢ ¿El estado de ánimo de la juventud española se puede ver afectado por Instagram o TikTok?
- ➢ ¿Cuál es la percepción de los jóvenes acerca de su autoestima en relación con el consumo que hacen de Instagram y TikTok?
- ➢ ¿Los jóvenes se ven afectados, en mayor o menor medida, por las redes sociales en función de su edad?
- ➢ ¿Las personas jóvenes son conscientes de la importancia de la salud mental?

2. Marco teórico

Antes de proceder con la ejecución de la parte práctica de este trabajo, cabe realizar una investigación que permita conocer qué estudios existen relacionados con la salud mental, las redes sociales y los jóvenes. Por ello, a continuación se exponen algunas de las aportaciones que han realizado distintos expertos y entidades a lo largo de los últimos años sobre la temática en cuestión.

2.1. Salud mental

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define el término 'salud mental' como "un estado de bienestar en el cual cada individuo desarrolla su potencial, puede afrontar las tensiones de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera, y puede aportar algo a su comunidad". Aun así, pese a que el principal organismo internacional de salud ofrezca esta definición aparentemente clara, la conceptualización de este término es compleja. Asimismo, la definición de 'salud mental' ha variado con el paso de los años en función del contexto social, cultural e ideológico, así como de las respectivas necesidades sociales. Así lo refleja el estudio "Evolución del constructo de Salud mental desde lo multidisciplinario" (Macaya Sandoval et al., 2018), en el que también se menciona que "por mucho tiempo se ha homologado el concepto de salud mental con el concepto de enfermedad mental [...]" (Macaya Sandoval et al., 2018:324). En la misma investigación, se recogen citas de expertos como el médico e investigador Emiliano Galende. De hecho, cabe considerar que en el Primer Congreso Provincial de Salud Mental y Adicciones realizado el año 2017 en la provincia de Buenos Aires (Tandil), este investigador declaró que "la salud mental recupera al sujeto con sufrimiento mental como sujeto de pleno derecho" (Galende, 2017).

Por otra parte, en la tesis doctoral "Salud mental: un concepto polisémico" (Fernández Castrillo, 2012) la autora menciona que los estudios acerca de la salud mental se focalizan en las causas que conducen al deterioro de esta, mientras que la autora expone que también hace falta tener en cuenta los fenómenos sociales que rodean al individuo. Así pues, la docente defiende que la mirada objetiva que ha puesto su foco en la salud mental debería ir más allá, pues esta depende, en su mayoría, de factores subjetivos. En esta investigación, Fernández habla de la relación entre el concepto 'salud mental' y los Derechos Humanos. En este sentido, la autora defiende que la salud mental no solamente implica a aquellos afectados, sino que va más allá dando lugar a una sociedad que los ciudadanos pueden "construir colectivamente en términos de calidad de vida, las

condiciones que favorezcan a una genuina salud mental y el desarrollo social" (Fernández Castrillo, 2012).

Adentrándonos en la visión de la juventud española, en el artículo "La salud de los jóvenes" (Hernán et al., 2004) ya se menciona que la percepción de este colectivo sobre la salud es amplia. En este artículo, los autores afirman que, además de las condiciones físicas, los jóvenes tienen en cuenta las emociones a la hora de valorar la salud de un individuo. Esta concepción se sustenta a raíz de la pandemia de COVID-19, ya que este fenómeno de ámbito mundial afectó a los jóvenes españoles en relación con su salud mental.

"Salud mental infanto-juvenil y pandemia de Covid-19 en España: cuestiones y retos" (Paricio del Castillo et al., 2020) es una revisión bibliográfica en la que se reflejan los efectos psicológicos que la pandemia provocó en los jóvenes y niños de nuestro país durante la primera mitad del año 2020. Asimismo, en esta revisión se afirma que "el cierre de los centros educativos y el confinamiento domiciliario prolongado suponen cambios importantes en las rutinas y hábitos de vida de niños y adolescentes que, unidos a los factores estresantes intrínsecos a la vivencia de una emergencia sanitaria de tal calibre (miedo al contagio, duelos y pérdidas de seres queridos, merma de la capacidad adquisitiva de las familias...), pueden influir desfavorablemente en su salud mental" (Paricio del Castillo et al., 2020:31). Así pues, si se toma en consideración el cierre de las escuelas y universidades, así como el confinamiento domiciliario de los ciudadanos, las autoras creen que los trastornos por estrés postraumático, el duelo, la ansiedad y la depresión son las principales consecuencias psicológicas del colectivo joven, especialmente de los niños y de los adolescentes. Además, ambas autoras mencionan que el mal uso de las nuevas tecnologías en aquel momento perjudicó gravemente la salud mental del colectivo estudiado, ya que factores como el aislamiento fueron los que influyeron en el aumento del consumo de contenidos digitales.

Pese a que en la actualidad ya no tiene lugar el aislamiento domiciliario —el cual implica la disminución de actividades lúdicas más allá de las pantallas— la pandemia de COVID-19 ha dejado huella en las rutinas de la población en general, incluyendo a aquellos más jóvenes. De hecho, en febrero de 2021, el organismo internacional UNICEF publicó una declaración en la que refleja el aumento del tiempo que tanto niños como jóvenes destinan al uso de las pantallas digitales a raíz de la pandemia. Cabe destacar que, previamente a la pandemia, la misma institución ya había realizado un informe bajo el nombre *Children in a Digital World* (2017) en el que el Director Ejecutivo de este organismo internacional, Anthony Lake, hizo pública su intención de proteger a los usuarios de Internet frente a sus posibles daños para

maximizar los beneficios de esta nueva era y, a su vez, minimizar los riesgos: “Protegiendo a los niños de los daños que puede causar la tecnología digital y mejorando su acceso, podemos inclinar la balanza hacia algo mejor.” (Anthony Lake, 2017:6). Así pues, el mismo documento refleja que ya en 2017 los jóvenes eran el colectivo más conectado a Internet en todo el mundo, pues el 71% de ellos ya formaban parte del mundo virtual. Si a este hecho se le suma que, dos años después, el Banco Mundial expuso que el 90,7% de la población española usaba Internet, queda evidenciado que los jóvenes españoles por aquel entonces ya estaban plenamente familiarizados con la red, incluso antes de que la pandemia de COVID-19 afectara tan gravemente a nuestro país. Y es que, pese al alto porcentaje que ya había en 2019, según datos ofrecidos por la organización estatal “Solidaridad Intergeneracional” en 2020 la pandemia de COVID-19 supuso un aumento del uso de Internet, y en concreto de las redes sociales. Los mismos datos reflejan que este incremento fue del 170% por parte de los jóvenes españoles. Además, y respecto al pasado año 2022, el informe digital “Digital 2022” realizado por la plataforma de gestión de redes sociales *Hootsuite* y la agencia especializada en estas plataformas *We Are Social* muestra que el porcentaje de españoles que se incorporó a la burbuja de internet durante el último año se eleva ya al 94%. Por lo tanto, las cifras evidencian el auge de este nuevo canal digital de comunicación ya que, aun habiéndose superado la pandemia, estas plataformas siguen creciendo en cuanto a número de usuarios activos.

Teniendo en cuenta que España comenzó a adentrarse en el uso rutinario de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) a comienzos del siglo XXI, se podría afirmar que en la era actual la inclusión social requiere formar parte del entorno digital. Ello conlleva que procesos vitales como el de socialización se produzcan mediante las redes sociales, y no es descabellado pensar que la salud mental de los usuarios de estas plataformas digitales guarda cierta relación con este fenómeno, aparentemente imparable. Además, según la undécima edición del *Digital News Report 2022* —estudio realizado por la Universidad de Oxford y el Instituto Reuters—, las crisis globales vividas en los últimos años, incluyendo la pandemia, han provocado que la sociedad migre más rápidamente hacia un entorno mediático plenamente digitalizado, donde plataformas como las redes sociales juegan un papel esencial para los ciudadanos.

2.2. Redes sociales

Según el artículo “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship” (2007) de la revista académica *Journal of Computer-Mediated Communication*, las redes sociales son “servicios basados en la web que permiten a las personas construir un perfil público o semippúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y ver y recorrer su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema” (M. Boyd et al., 2007: 211). Esta definición no entra en detalles sobre cómo estas plataformas afectan a los individuos. Aun así, si bien es cierto que esto fue publicado hace más de 15 años, también lo es el hecho de que, por aquel entonces, ya se mencionaba la rápida expansión de las redes sociales entre la población.

Seis años más tarde, en el análisis de Néstor Fernández Sánchez publicado bajo el título “Trastornos de conducta y redes sociales en Internet” (2013) vuelve a aparecer la definición de ‘red social’ en Internet. En este caso, el autor la define como “esquema que permite a los individuos atender un punto de interés común para compartir contenidos en diversos formatos de comunicación y establecer relaciones interpersonales”, además de mencionar que “su peculiaridad es la posibilidad de comunicación por medio de la red de redes” (Fernández Sánchez, 2013:521).

Las dos explicaciones expuestas anteriormente dan a entender que estas plataformas digitales han logrado interconectar a diferentes personas obviando límites temporales, territoriales y geopolíticos. Teniendo en cuenta que los seres humanos somos seres sociales por naturaleza, podría entenderse que las redes sociales solventan la necesidad humana de socializar e interactuar con los demás, facilitando este proceso en cuestiones, por ejemplo, de tiempo y lugar. Por ello, es innegable que estas plataformas influyen de varias formas en los individuos y, en especial, en el colectivo juvenil. Es más, el informe “Salud mental y redes sociales” publicado el 26 de julio de 2017 por la Real Sociedad de Salud Pública (RSPH) y el Movimiento Juvenil de Salud (YHM) del Reino Unido refleja que estos nuevos medios de comunicación causan más efectos negativos que positivos a los jóvenes. Si bien hacer uso de las redes sociales puede aportar cierta riqueza en términos de competencias digitales e informacionales a aquellos quienes las emplean, cabe la posibilidad de que utilizar estas plataformas en cualquier momento del día conduzca a este colectivo a normalizar cierta dependencia hacia las mismas. De hecho, el último informe mencionado resalta el aumento de casos de jóvenes con problemas de salud mental en los últimos años, incluyendo la adicción a las redes sociales como patología.

2.2.1. La adicción a las redes sociales

La adicción se considera una enfermedad vinculada a los problemas de salud mental. Así lo refleja la Confederación “Salud Mental España” en una noticia publicada el 24 de junio de 2022: “El 70% de las personas que acuden a consultas por temas relacionados con la adicción presentan también una patología de salud mental”.

Pese a ello, hoy en día sigue poniéndose en duda que este trastorno sea realmente un trastorno mental. En junio de 2017, el organismo científico-médico sin ánimo de lucro, Sociedad Española de Patología Dual (SEPD), publicó un decálogo en colaboración con la Asociación Mundial de Patología Dual (WADD), los Institutos Nacionales de Salud de Estados Unidos (NIH) y la Sección de Patología Dual de la Asociación Mundial de Psiquiatría (WPA), en el cual afirman lo siguiente: “Las adicciones constituyen, según las actuales clasificaciones internacionales de la Organización Mundial de la Salud y la Asociación Americana de Psiquiatría (CIE y DSM) un trastorno mental, como otros, y no un problema de voluntad, fallo del ‘carácter’ o vicio de aquellos que lo sufren” (2017:2). Aun así, en el mismo documento se refleja cómo el término adicción sigue generando cierta controversia en la actualidad, pues en este se recoge la siguiente declaración de la directora del Instituto Nacional sobre el Abuso de Drogas de Estados Unidos, Nora Volkow: “El motivo de que se cuestione la adicción como un trastorno mental quizá se debe, entre otros motivos, al desconocimiento de los mecanismos neurobiológicos que subyacen a estas conductas, y que la investigación en neurociencias comienza a aclarar” (Volkow, 2017: 1).

La adicción acompaña a la población hace ya varios años, y esta no solo se entiende en relación con el consumo de sustancias químicas, sino también en relación con malos hábitos de conducta. Aquí es donde entra en juego el consumo de redes sociales. El Instituto Superior de Estudios Psicológicos (ISEP) publicó un artículo bajo el nombre “Adicciones tecnológicas: internet, móviles y redes sociales” en el que habla de que es peligroso abusar de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), ya que estas pueden generar adicción. Y es que la entidad habla de las TIC incluyendo también a las redes sociales. Pese a este fenómeno, el Comunicado del Grupo de Trabajo Multidisciplinar sobre Salud Mental en la Infancia y Adolescencia de abril de 2022 recoge que el 88% de los jóvenes no son conscientes de que el uso en exceso de estas plataformas puede conllevar este tipo de trastornos.

Cuando las redes sociales ya habían comenzado a penetrar en la sociedad española, el Dr. José Antonio García del Castillo publicó el artículo “Adicciones tecnológicas: el auge de las

redes sociales” (2013) en colaboración con el Instituto de Investigación de Drogodependencias España. En este, el catedrático menciona las ‘adicciones conductuales’, entre las cuales hace referencia a la presencia de Internet y de las redes sociales: “Con la llegada de los Servicios de Redes Sociales (SRS) y su amplia repercusión, nos encontramos con un nuevo frente susceptible de adicción. Estos servicios, además de su atractivo y funcionalidad, cuentan con la facilidad de conexión en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que los convierte en potentes reforzadores inmediatos, el mejor caldo de cultivo para una adicción" (García del Castillo, 2013:5).

En 2010, la revista en línea “Adicciones” en su artículo “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto” ya mencionó que la adicción a las redes sociales es equiparable a la adicción a cualquier otra sustancia. De esta manera, el artículo expone que la adicción hacia estas plataformas conlleva el consumo abusivo de una tecnología, aspecto que perjudica al individuo: “Como ocurre en las adicciones químicas, las personas adictas a una determinada conducta experimentan un síndrome de abstinencia cuando no pueden llevarla a cabo, caracterizado por la presencia de un profundo malestar emocional [...]” (Echeburúa et al., 2010:92). La misma publicación recoge que es complicado ser consciente de una adicción, y además sus autores Enrique Echeburúa y Paz de Corral, ambos miembros del Centro de Investigación Biomédica en Red de Salud Mental, subrayan que las características de las redes sociales pueden influir en que los jóvenes se sientan especialmente atraídos hacia estas plataformas. Uno de los motivos que ellos ofrecen es que estos medios digitales facilitan el acceso a la información en cuestión de segundos, proporcionando respuestas rápidas a inquietudes de muchas personas, incluyendo las del colectivo juvenil. Ello, igual que las ganas de interactuar con los demás o incluso de evadirse del mundo real por parte de los jóvenes, puede dar lugar a la necesidad de consumir las redes sociales, suceso que guarda relación con la adicción.

Además de tener en cuenta que la adicción a las redes sociales ha sido estudiada con anterioridad, cabe destacar que sus consecuencias también han sido estudiadas en distintas investigaciones. Así pues, la revista “Salud mental” del Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz (México) publicó el artículo “Trastornos de conducta y redes sociales en Internet” en 2013, escrito por Nestor Fernández.

En esta publicación se afirma que la adicción a las redes sociales, más allá de implicar el uso en exceso de estas plataformas, trae consigo consecuencias como el dominio del individuo por la adicción en términos de pensamientos, sentimientos y conducta. De la misma manera, el autor sostiene que el adicto “altera sus estados emocionales como consecuencia de implicarse en la actividad” (Fernández, 2013), siendo más propenso a

dejar de lado sus responsabilidades o incluso a aislarse de todos por completo. Asimismo, la mentira es otra de las consecuencias que Néstor Fernández menciona en este artículo, junto con la privación del sueño o la pérdida de la noción del tiempo. También cabe considerar que el uso en exceso de las redes sociales, así como la aparición de una adicción conductual hacia estas plataformas, guarda paridad con el tipo de personalidad del individuo sometido a este estímulo. En el estudio de 2016 bajo el nombre "Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes" de Norma Edith Muñoz y Sandra Ramírez, ambas concluyen que las personalidades introvertidas son más propensas a sufrir adicción que las extrovertidas. De hecho, ellas consideran que, en la mayoría de casos, la adicción suplanta un déficit en la personalidad del adicto, cubriendo cualquier carencia en ese aspecto. Además, en la publicación mencionada con anterioridad de Enrique Echeburúa y Paz de Corral se menciona que "El uso y abuso de Internet están relacionados con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes y el apoyo familiar y social" (Echeburúa et al., 2010:91). Por lo tanto, cabe pensar que existe un perfil de persona adicta, pese a que a la hora de la verdad cualquiera puede acabar sufriendo este trastorno.

2.2.2. La autoestima relacionada con la depresión

Teniendo en cuenta que según la Real Academia Española la autoestima es la "valoración generalmente positiva de sí mismo", el Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz (Chile) publicó en 1996 un estudio bajo el título "Autoestima y salud mental en los adolescentes". En este, la psicóloga María Elena Montt Steffens y la psiquiatra Fresia Ulloa Chávez analizan la relación entre la salud mental y la autoestima del individuo en términos sociales, familiares, escolares y personales. Según este Instituto, los jóvenes adolescentes pueden ser más vulnerables y, por tanto, tener más probabilidades de sufrir una baja autoestima respecto al resto de personas, hecho que puede causarles problemas de salud mental. Ello se explica debido a las exigencias sociales que este colectivo sufre, pues el estudio confirma que la autoestima social es sin duda el principal detonante que conduce a problemas de este tipo.

En cuanto a la socialización que se produce entre los jóvenes mediante las redes sociales, cabe destacar que la autoestima juega un papel fundamental en este proceso. Si bien la frecuencia de uso de las redes sociales puede influir en la salud mental del individuo, también lo hace el tipo de contenido con el que este interactúa. El informe *Digital News Report 2022,* ya mencionado al inicio del marco teórico*,* expone que las redes sociales dan voz a "perspectivas extremas que antes no tenían un alcance amplio", y ello puede afectar a

los individuos que las consumen. De hecho, la Revista Electrónica en Salud Mental, Alcohol y Drogas (SMAD) publicó en 2020 la investigación "¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental?" de Samir Antonio Rodrigues Abjaude, Lucas Borges Pereira, Maria Olívia Barboza Zanetti y Leonardo Régis Leira Pereira, en la que se defiende lo siguiente: "El tipo de contenido publicado y consumido por los usuarios es aún más impactante para la salud mental. Se sabe que muchas publicaciones refuerzan el narcisismo, el nivel de vida, el consumo y el estado, por lo que han contribuido a una mayor prevalencia de diversos trastornos psiquiátricos, incluidos los síntomas depresivos, la ansiedad y la baja autoestima" (Rodrigues Abjaude et al., 2020). Con ello, los autores reflejan cómo el contenido en redes sociales puede llegar a ser perjudicial para el individuo, también, en relación con su estado de ánimo y su autoestima.

Así pues, las autoras María Basterra y Laura Cabrera del trabajo de investigación "Las redes sociales y su influencia en trastornos como la depresión en los jóvenes" de 2020 inciden en que jóvenes tienden a comparar sus vidas con las que los demás muestran en redes sociales, hecho que influye en que su autoestima baje. Además, cuando los usuarios suben contenidos a estas plataformas, también buscan cierta aprobación por parte del resto: "Muchas veces las publicaciones son una competición para ver quién aparenta ser más feliz, y la realidad es que lo único que quieres al subir algo es que el resto lo vea. O sea que no solo estás compitiendo en quién aparenta tener la mejor vida, sino que también estás buscando aprobación de forma incesante" (Basterra et al., 2020). Asimismo, ambas mencionan que, a veces, las personas en redes sociales publican contenidos poco realistas sobre sí mismas y ello les provoca sentimientos como la pérdida de autoconciencia y una baja autoestima (Basterra et al., 2020). Por lo tanto, según estas autoras, el contenido que se muestra en estas plataformas puede dañar a cualquier usuario que interactúe con él, incluso a aquel que lo publica.

Querer encontrar la aceptación en otras personas en lugar de reforzar la de uno mismo da lugar a la dependencia de las opiniones ajenas, lo cual puede traer consigo consecuencias negativas para el individuo.

De hecho, la Directora del Área de Investigación e Innovación del centro de investigación Área Humana, Marta Giménez, denomina a aquella sensación como "necesidad de aprobación" en su artículo "La necesidad de aprobación: Cuando la opinión de los demás impera en ti". En este artículo, el cual está disponible en el portal digital de "Área Humana", la psicóloga Marta Giménez menciona que esta necesidad puede ocurrir por dos motivos. En primer lugar, porque el individuo quiere que su imagen en la vida real sea la misma que

se ha encargado de construir en redes sociales: es decir, que las personas de su alrededor le perciban igual que lo hacen sus seguidores en estas plataformas. En segundo lugar, por miedo a perder la aceptación de los demás, hecho que guarda relación con la incertidumbre de no saber cómo actuar para que los demás te acepten. De esta manera, la Directora y a su vez psicóloga, Marta Giménez, también piensa que la autoestima del individuo va estrechamente vinculada con su salud mental, ya que esta puede causar trastornos como, por ejemplo, la depresión.

En relación con la depresión, este es uno de los trastornos mentales más mencionados en las investigaciones del consumo de las redes sociales. Tanto es así que la mayoría de los estudios relacionan la baja autoestima con esta patología, un fenómeno que parece ser evidente. Así lo reflejan la Real Sociedad de Salud Pública (RSPH) y el Movimiento Juvenil de Salud (YHM) en el estudio referido en el apartado 2.2.2., entidades que además confirman una correlación entre el aumento de las tasas de depresión y el auge de las redes sociales.

Según publicó la Organización Mundial de la Salud a principios de 2023, la depresión es muy común en la sociedad, siendo una de las patologías que sufren más personas. Así pues, la misma entidad identifica este trastorno como una patología psíquica caracterizada por el sentimiento permanente de tristeza, la falta de placer hacia actividades que previamente eran gratificantes para quien la padece y graves repercusiones en el sueño. De esta manera, el Comunicado del Grupo de Trabajo Multidisciplinar sobre Salud Mental en la Infancia y Adolescencia de 2022, mencionado anteriormente en el punto apartado 2.2.1., refleja cómo desde el año previo a la pandemia en España (2019) las tasas de depresión se llegaron a cuadriplicar. Por lo tanto, queda reflejada la evidente correlación entre el auge del uso de las redes sociales y el aumento de los casos de depresión, junto con la inconsciencia del colectivo juvenil respecto a enfermedades como la adicción a las redes sociales, referida anteriormente.

Así pues, cabe destacar que la depresión afecta de una manera particular a los jóvenes en comparación con el resto de individuos. Y es que, más allá de los síntomas ya mencionados —presentes también en los adultos que padecen este trastorno— la Revista de Estudios de Juventud (2009) incluye un estudio titulado “La salud mental de las personas jóvenes en España”. En este artículo se sostiene que la depresión en los jóvenes se refleja en su tipo de comportamiento. De hecho, en la misma investigación se afirma que actitudes relacionadas con la desobediencia, la inasistencia a los centros educativos o incluso las tendencias masoquistas pueden ser indicios de que un joven padece depresión (García Alonso, 2009). Teniendo en cuenta estos aspectos, no hay que obviar que el trastorno

depresivo puede aparecer como consecuencia del uso de redes sociales, y que además el número de personas afectadas por esta patología va en aumento —junto con el número de usuarios de redes sociales—.

Finalmente, cabe considerar la apreciación del filósofo surcoreano Byung-Chul Han en la edición de 2017 de su obra “Sociedad del cansancio”, pues en esta defiende que la depresión, así como otros trastornos psíquicos, indican un exceso de positividad (Han, 2017:24).

2.3. Salud mental, redes sociales y jóvenes

La sociedad actual no concibe una rutina sin el acceso a Internet, sobre todo los jóvenes, quienes han crecido junto a esta red. Tanto es así que estudiar, trabajar o incluso el tiempo de ocio van ahora de la mano de las nuevas tecnologías, un fenómeno innegable debido a la transición social hacia la era de la digitalización. Por ello, cabe destacar que, además de los numerosos estudios realizados acerca de este tema, el filósofo mencionado en el apartado anterior, Byung-Chul Han, profundiza en el proceso por el que está pasando la humanidad en algunas de sus obras.

Así pues, en su libro bajo el título de “Sociedad del cansancio”, ya referido en el apartado 2.2.2., expone cómo las personas de la sociedad occidental se ven inmersas en un entorno repleto de estímulos positivos. De esta forma, Han afirma que los ciudadanos pueden acabar frustrados e incluso deprimidos como consecuencia de querer hallar la positividad, situación aplicable al uso de las redes sociales por parte de los jóvenes. Y es que este aspecto tiene relación con el hecho de que, según algunos estudios previamente citados, los jóvenes tienden a reflejar y a su vez consumir falsas realidades en estas plataformas con la misma finalidad: la de encontrar cierto optimismo.

Pese a que esto suceda, el filósofo Han expone que este tipo de actitudes pueden provocar sensaciones negativas a las personas, como por ejemplo la “violenta positividad”. El autor de la obra emplea este término porque, para él, las patologías mentales como la depresión guardan relación con la abundancia de estímulos positivos. Cabe destacar que la especialista en asuntos de género, Gabriela Quintero Camarena, realizó una reseña de “Sociedad del cansancio” en 2017 en la que argumenta que “el motivo de estas enfermedades se debe al exceso de positividad, es decir, la libertad de poder hacer lo que uno quiera [...]”. Asimismo, este es otro de los aspectos que Han menciona en su obra, donde además también expone que aquello que proviene del interior del individuo es incluso más peligroso que los estímulos externos que este recibe.

Como se ha expuesto a lo largo del marco teórico, el uso que los jóvenes le dan a las redes sociales puede estar relacionado con su salud mental. Así pues, además de lo mencionado con anterioridad, es indispensable tener en cuenta que muchos jóvenes emplean estos nuevos medios digitales en su tiempo libre como modo de descanso, aspecto que puede resultar perjudicial para ellos. Asimismo, como bien refleja Byung-Chul Han en "Sociedad del cansancio", ese "descanso" no conlleva que la mente repose, sino que más bien la estimula. Gabriela Quintero, en la reseña citada en el anterior párrafo, explica que "la propuesta de practicar el *no-hacer*, aunque sea por periodos cortos, podría ser una buena alternativa, porque es lo único que puede salvarnos de ser almas infartadas, agotadas y aisladas" (Quintero, 2017). De ahí que el filósofo Han denomine a su libro como "Sociedad del cansancio", una sociedad sobreestimulada a la que le cuesta concebir un descanso real. Esta visión se refuerza con la aportación teórica del psicólogo miembro asociado de la Sociedad Británica de Psicología, Julián Melgosa, quien ha realizado distintas aportaciones asociadas a la salud emocional y mental. Concretamente, en su publicación "Preservando la salud mental" publicada en 2017 por la Revista de Investigación Apuntes Universitarios, el profesional afirma que una buena salud mental guarda relación con un buen descanso. Por lo tanto, el empleo de las redes sociales con el fin de "descansar" se puede asociar con el perjuicio de la salud mental del individuo. Asimismo, cabe destacar el siguiente fragmento de la obra "Sociedad del cansancio": "El comienzo del siglo XXI, desde un punto de vista patológico, no sería ni bacterial ni viral, sino neuronal" (Han, 2017:13).

Otro de los aspectos que Byung-Chul Han ha tratado a lo largo de su trayectoria como filósofo es el hecho de cómo puede afectar a las personas que la interacción social se haya reducido al entorno virtual. De esta manera, en su libro titulado "Infocracia" publicado en abril de 2022 se establece un símil entre "redes sociales" y "religión".

Y es que Byung-Chul Han argumenta que el *like* en las redes sociales se ha convertido en una metodología que afecta al individuo en su día a día de manera negativa: "Los medios de comunicación social son como una Iglesia: el *like* es el amén" (Han, 2022:19). En esta obra, Byung-Chul Han opina que las redes sociales aportan una falsa sensación de libertad a quienes las emplean. El autor opina que "la comunicación en las redes sociales basada en algoritmos no es libre ni democrática" (p.44), pues estas plataformas se basan en mostrarte un tipo de contenido u otro en función de lo que consume en las mismas. De esta manera, Han no sólo considera que este fenómeno se da en las redes sociales, sino que defiende la existencia de control sobre el individuo en el entorno digital. Según él, la sociedad siempre ha estado vigilada, el único cambio ha sido que esta situación ha migrado hacia el entorno digital. Asimismo, la sociedad contemporánea se caracteriza por poder

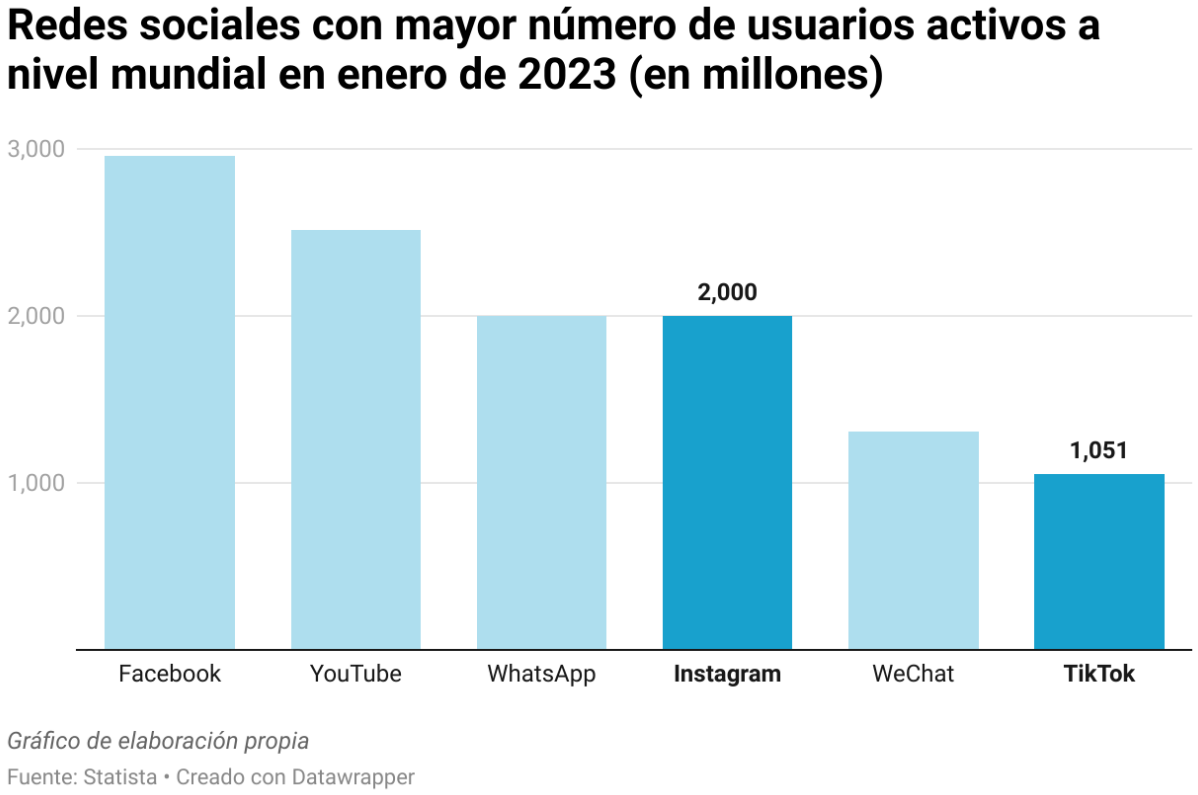
acceder a múltiples informaciones con tan solo un clic, pero ello no tiene por qué influir positivamente. Si bien es cierto que la digitalización ha supuesto un mejor acceso a la información, “Infocracia” expone cómo el gran flujo informativo que circula por Internet conlleva una amenaza para las personas usuarias de esta red. Según el filósofo, es fácil que se difunda información falsa y dañina en el entorno digital, y por lo tanto también lo es que los usuarios de internet la consuman. De esta manera, el individuo que acceda a esta puede verse afectado por la misma, y por lo tanto es primordial ser consciente de esta situación para poder hacerle frente.

También en “Infocracia”, Han subraya que la digitalización ha supuesto un gran cambio para los ciudadanos en términos de convivencia y percepción. Es decir, que las redes sociales contribuyen a que las personas se aíslen las unas de las otras y a que, a su vez, sus percepciones se homogenicen hasta tal punto de desdibujar por completo la capacidad racional del individuo. En relación con esta situación, y según este autor, el negocio ya no se basa en el conocimiento sino en el entretenimiento, hecho que hace que las personas busquen divertirse hasta morir (Han, 2022:28). Además, en esta obra el filósofo defiende que el actual régimen de la información aísla a la sociedad cada vez más, síntoma característico de uno de los trastornos mentales estudiados a lo largo de este trabajo: la adicción conductual.

Asimismo, esta investigación pretende ampliar los conocimientos aportados por los distintos académicos y profesionales citados acerca del uso de las redes sociales por parte de los jóvenes, centrándose en averiguar si este afecta a su salud mental.

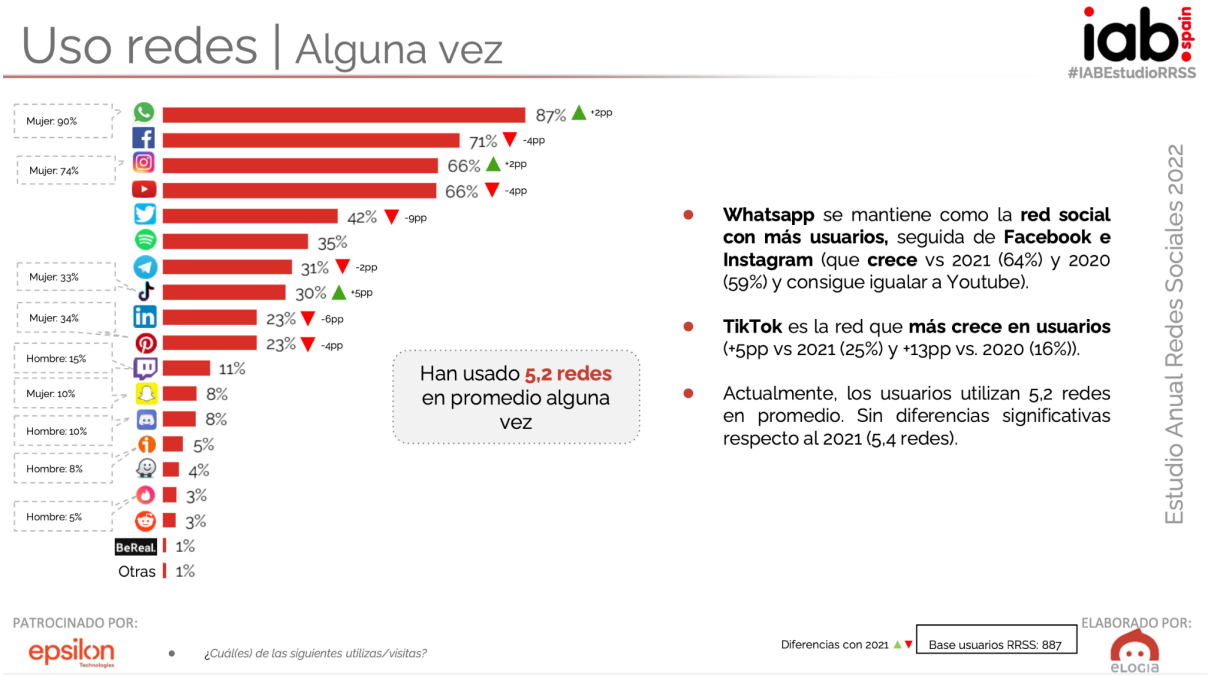
3. Justificación social

Este trabajo se centra en Instagram y TikTok porque son las dos redes sociales que han experimentado un crecimiento mayor respecto al resto de plataformas durante los últimos años. Así pues, en cuanto al ámbito mundial, Instagram llegó a los 2.000 millones de usuarios activos en enero de 2023, y a su vez TikTok logró superar los 1.000 millones (Figura 2).



(Figura 2) *Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2023 (en millones)*
Gráfico de elaboración propia - Fuente: Statista; Enlace: https://es.statista.com/

En relación a España, la asociación de comunicación *IAB Spain* elaboró el "Estudio de Redes Sociales 2022" hace menos de un año, en el cual muestra que el 85% de los españoles entre los 12 y 70 años emplean las redes sociales. De esta manera, el estudio de *IAB Spain* refleja que las redes sociales líderes durante el 2022 fueron WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, pero TikTok fue la que experimentó un crecimiento mayor en este período de tiempo (Figura 3).



(Figura 3) *Uso de las redes sociales en 2022 respecto al total de la población española (%)*

Fuente: Iab Spain; Enlace: https://iabspain.es/

En la Figura 3 se puede apreciar que TikTok creció 5 puntos porcentuales en 2022 respecto al 2021, e Instagram lo hizo con 2. En cambio, las cifras de las redes sociales con mayor porcentaje tendieron a disminuir —a excepción de WhatsApp—.

Por ello, este trabajo se centra en estas dos redes sociales, ya que tanto Instagram como TikTok han penetrado en la vida de los españoles de manera muy rápida.

3.1. Instagram

Instagram es una plataforma de origen estadounidense que fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger hace 13 años. Aun así, pese a originarse en 2010, a lo largo de los últimos años esta aplicación ha experimentado cambios sustanciales que la han ayudado a ocupar una posición muy alta dentro del ránking de redes sociales más empleadas en todo el mundo —también en España —.

Mientras que en 2010 su principal funcionalidad era la de publicar fotografías y vídeos cortos, Instagram ha ido evolucionando de tal forma que ha logrado incorporar muchos más elementos en menos de diez años. Además, cabe destacar que el propietario de Facebook, Mark Zuckerberg, compró esta plataforma en 2021, hecho que ha contribuido a que Instagram pase a ser una versión mejorada de lo que fue en sus inicios.

Actualmente, Instagram permite colgar tipos de contenidos muy diversos: publicaciones de fotografías y vídeos —también conocidos como *posts*—, vídeos bajo el nombre de *reels* con una duración máxima de 90 segundos y fotografías y vídeos a modo de historias que permanecen en el perfil del usuario durante 24 horas —a menos que se "destaquen", es decir, se fijen en el perfil—. De esta manera, existen muchas maneras de interactuar en Instagram, fenómeno característico de las redes sociales como ya se ha mencionado anteriormente en el marco teórico.

Además del estudio de *IAB Spain* de 2022, la plataforma de control parental y bienestar familiar Qustodio también refleja un aumento del uso de Instagram durante el año 2021. Así pues, en octubre de 2021 Qustodio publicó un artículo en el que expone que los jóvenes menores de España pasan más de 600 horas al año conectados a Instagram. Asimismo, el portal digital de servicios sociales Solidaridad Intergeneracional también hace público el papel tan relevante que juega Instagram como red social dentro de este país, afirmando a finales de 2021 lo siguiente: "Instagram sigue siendo la red social favorita de los menores de hasta 15 años en España". Por lo tanto, pese a que la franja de edad que se investiga en este trabajo es objetivamente amplia, es muy probable que casi un tercio de esta considere Instagram como su plataforma favorita según lo expuesto en este párrafo.

Profundizando más en el aspecto de la salud mental, y según los estudios mencionados en el marco teórico, Instagram al ser una red social podría influir en que los individuos sufran adicciones de tipo conductual. Por otra parte, la autoestima es otro de los pilares fundamentales de esta investigación. A finales de 2021 se hicieron públicos unos informes internos de la plataforma de Facebook bajo el nombre "Los archivos de Facebook", contenido de los cuales desvelaba que Instagram es una red tóxica para sus usuarios, sobre todo para los adolescentes. Así pues, en los mismos documentos se reflejaba que esta red social puede provocar daños psicológicos en el colectivo juvenil, sobre todo a las chicas —quienes hasta un 32% de ellas pueden sentirse mal con su cuerpo al consumir la plataforma—. Cabe considerar que la conclusión de los "Los archivos de Facebook" es la siguiente: "Las comparaciones con lo que ven en Instagram pueden alterar el modo en que las jóvenes se perciben y describen a sí mismas", hecho que añade mayor interés a la investigación de este trabajo.

También en 2021, el Departamento de Psicología Clínica y de la Salud Experimental y el Departamento de Trabajo de la Universidad de Ghent (Bélgica) publicaron el informe "La relación entre el uso de Instagram y los indicadores de salud mental: una revisión sistemática" donde también se hace referencia a la relación entre el uso de Instagram y la

salud mental de sus usuarios. En esta revisión se coincide con las conclusiones de “Los archivos de Facebook”, pues ambos documentos concluyen que existe una relación entre el individuo e Instagram que tiende a la comparación social. Es decir, que ya no se trata de las redes sociales en su conjunto, sino que en concreto Instagram influye en que las personas puedan dejar que su autoestima dependa de las opiniones y contenidos digitales ajenos.

3.2. TikTok

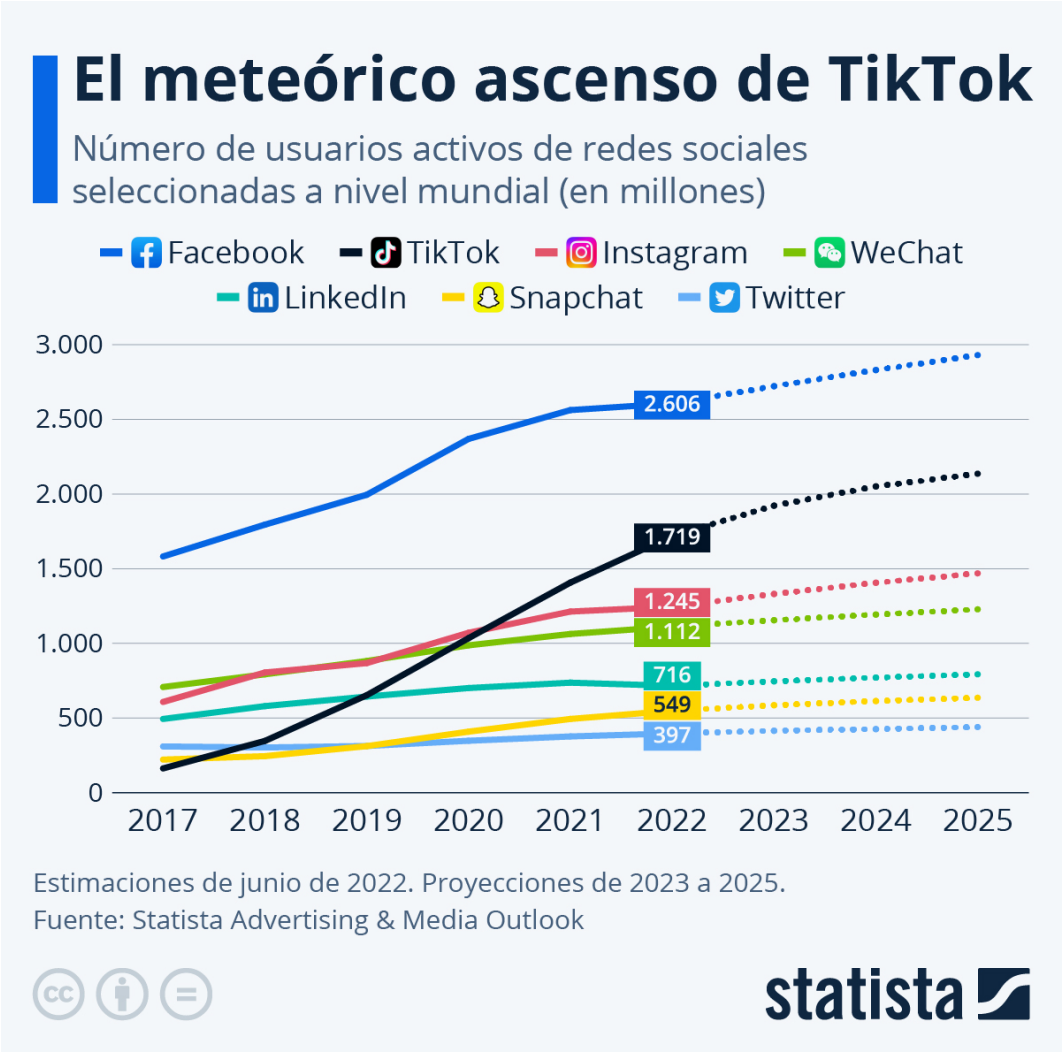
La red social TikTok también se considera una de las más populares entre los jóvenes españoles, aunque esta plataforma es un tanto peculiar y ello la hace diferente a Instagram. Si bien Instagram ha experimentado un crecimiento progresivo desde 2010, TikTok es la única aplicación que, sin duda, ha irrumpido en el panorama de las redes sociales como ninguna plataforma había hecho antes. Y es que su rápida popularización a nivel mundial ha convertido a TikTok en el día a día de muchas personas, incluyendo a los jóvenes españoles. Así lo refleja el informe *Digital News Report 2022* —mencionado anteriormente en el punto 2—, el cual define a esta red social como la plataforma que ha experimentado un crecimiento más rápido que el resto.

TikTok se originó en China en el año 2016 y su propietaria es la empresa ByteDance, la cual forma parte del sector tecnológico y de Internet. Esta empresa compró la antigua aplicación “Muscal.ly”, una red social que se basaba en la creación de secuencias musicales de corta duración —dinámica similar a la de TikTok—. Así pues, a raíz de la compra de Musical.ly la empresa ByteDance creó lo que actualmente se conoce como TikTok. No obstante, esta red social no se internacionalizó hasta dos años después de sus inicios. Una vez lo hizo en 2018, esta nueva red social empezó a crecer en cuanto al número de usuarios activos hasta que, finalmente, ha logrado mantener e incluso incrementar su popularidad. Su tipo de contenido, a diferencia de Instagram, se basa en los vídeos verticales cortos acompañados de música. Este fenómeno parece haber revolucionado el panorama de las redes sociales, pues nunca antes había tenido tanto éxito una aplicación así.

Según el estudio de Qustodio de 2021 —mencionado en el anterior apartado dedicado a Instagram—, hace menos de dos años TikTok ya se posicionaba en el tercer lugar del ranking de redes sociales más populares, con tan solo un 1,61% de diferencia respecto a Instagram —aplicación que se encontraba en el segundo puesto—. Ello es un claro indicador de que, en comparación al resto de las redes sociales cuyo crecimiento ha sido más progresivo, esta plataforma ha conseguido crecer en tiempo récord y ganarse un hueco

dentro del mundo de las redes sociales, llegando a ser la principal competidora de plataformas más antiguas como Instagram.

A mediados del año 2022, el portal digital Statista publicó un informe en el que menciona que la expansión de TikTok ha sido imparable desde que se internacionalizó. Y es que entre los años 2019 y 2021, esta red social experimentó un crecimiento de usuarios activos de un 38% en comparación a años anteriores. Si bien en el marco teórico de esta investigación se ha plasmado el incremento de las redes sociales como tendencia general durante el período 2019-2021 —el cual coincide con el periodo de la pandemia de COVID-19—, también es considerable destacar que en 2020 TikTok continuó creciendo. De esta manera, no se puede asociar este auge únicamente a la pandemia de coronavirus, ya que esta plataforma consiguió arrebatarle el puesto a Instagram en cuanto a número de usuarios activos en todo el mundo hace menos de tres años (Figura 4).



(Figura 4) *Estimaciones de junio de 2022. Proyecciones de 2023 a 2025*

Fuente: Statista; Enlace: https://es.statista.com

Concretando en el ámbito español, el portal Statista afirma que en 2022 el número de usuarios activos mensuales españoles de TikTok era 3 millones aproximadamente. Aun así, en el artículo de enero de 2022 de la empresa de monitorización de redes sociales, *Digimind*, se muestra que 8.8 millones de usuarios activos de TikTok en 2022 eran españoles de entre 16 y 25 años. Por lo tanto, se puede apreciar un auge de más de 5 millones de personas españolas que se han unido al mundo de TikTok en cuatro años, destacando el colectivo joven.

Todo ello visibiliza cómo TikTok, siendo una red social relativamente nueva en comparación con el resto de plataformas líderes en la actualidad, ha irrumpido en el ecosistema de las redes sociales más populares hasta ahora. Además, según el portal Statista, se prevé que TikTok logrará alcanzar prácticamente los 1.500 millones de usuarios en todo el mundo en 2025, hecho que indica que el fenómeno de crecimiento de esta red social no parece terminar.

Aun así, ocurre lo mismo que con Instagram. Si bien estos datos reflejan que la popularidad de TikTok va en aumento, también hay que destacar que existen estudios que concluyen que esta red social puede afectar negativamente en la salud mental de sus usuarios. Así pues, además de la adicción conductual, se han realizado estudios sobre cómo afecta TikTok en la salud mental de sus usuarios, los cuales mencionan que los jóvenes son especialmente vulnerables a las influencias de esta plataforma. Concretamente, en la tesis titulada “TikTok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes” publicada en 2022 por la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia), cuyas autoras son las estudiantes Josselyn Valentina Cuadros y Sarith Alejandra Torra, se afirma que la juventud es una etapa muy importante en la que influyen distintos factores. Asimismo, ellas sostienen que los jóvenes se encuentran en un período de la vida en el que se empiezan a definir los pensamientos y sentimientos del individuo, y la relación que este colectivo pueda entablar con la red social TikTok la describen como “preocupante ya que no hay un verdadero control sobre lo que los adolescentes pueden llegar a ver o aprender de otras personas por medio de una red social tan famosa”.

Por lo tanto, los datos numéricos así como los estudios expuestos añaden mayor interés a esta investigación.

4. Metodología

La elaboración de este trabajo se basa en la realización de una investigación de carácter cualitativo, la cual se lleva a cabo mediante tres *focus group* vía *online* —también conocidos como grupos focales—. Esta metodología consiste en analizar las actitudes y opiniones de personas acerca de una cuestión planteada. Así lo refleja Carlos Fernando cortés en su artículo "La técnica del *Focus Group* para determinar el diseño de experiencias de formación de usuarios" de 2008, en el cual describe la metodología cualitativa de los grupos focales como "una técnica que centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas". Cabe destacar que esta técnica requiere que los participantes involucrados en esta compartan un conjunto de características, con la finalidad de extraer unas conclusiones más concretas que, por ejemplo, mediante la realización de encuestas —las cuales van dirigidas a una muestra más amplia—.

De esta manera, el número de personas que participan en un grupo focal suele ser reducido, ya que este se toma para representar a un público objetivo determinado. La duración de este tipo de encuentros es susceptible a variar dependiendo del objetivo planteado. Según se menciona en el artículo de 2012 titulado "Grupo focal: Una técnica de recogida de datos en investigaciones cualitativas" —realizado por el Departamento de Enfermería (Universidad Federal de Pelotas, Brasil), la Facultad de Enfermería (Universidad de Murcia), la Universidad Federal de Río Grande del Sur (Brasil), el Curso de Enfermería (Universidad Católica de Pelotas, Brasil) y el Hospital Reina Sofía de Murcia—, el tiempo de duración de una sesión puede ser de entre una a dos horas. Aun así, si el objetivo planteado es más bien específico, la duración no debería superar los 40 minutos. Además, cabe destacar que las preguntas incluidas en este tipo de metodología suelen ser abiertas, ya que de esta manera se permite que las personas involucradas en el encuentro compartan experiencias y opiniones acerca de la problemática planteada. Y es que los grupos focales requieren una especie de reflexión acerca de la cuestión planteada, más allá de la brevedad.

Profundizando en los grupos focales en línea, es importante mencionar que esta ha sido la dinámica elegida para la ejecución de la parte práctica de este trabajo, pues esta facilita el encuentro entre distintas personas.

Asimismo, gracias al empleo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) no se requiere el desplazamiento de los participantes hacia un espacio determinado, y ello aporta facilidades para realizar los distintos *focus group*. Aun así, este tipo de encuentro requiere que el moderador se encargue de organizar y de entender la dinámica de grupo, además de controlar el transcurso de la conversación con la finalidad de que se obtengan resultados interesantes y pertinentes a la investigación en cuestión. Por lo tanto, el papel del moderador es muy importante.

4.1. *Focus group*

Los tres grupos focales realizados están compuestos por cinco personas cada uno. El primero está formado por adolescentes de tercero y cuarto de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO), el segundo incluye a alumnos de primero y segundo de bachillerato y, finalmente, en el último participan jóvenes que cursan un grado universitario. Como he mencionado en el apartado anterior, todos los participantes deben tener características en común.

En este caso, todos los participantes son jóvenes de entre 15 y 24 años y, a su vez, usuarios de las plataformas Instagram y TikTok. A raíz de esta selección se estudiará la percepción de un total de 15 jóvenes acerca de ambas redes sociales, junto con su opinión sobre la salud mental y su posible relación con estos medios digitales.

4.1.1.Características de los participantes

Las características que se tienen en cuenta a la hora de elegir a los miembros de los tres *Focus Group* son las siguientes::

- Edad
- Sexo
- Nivel de estudios
- Situación laboral y económica
- Clase social

4.1.2 Planteamiento de los grupos focales

En cada uno de los grupos focales se abordan los mismos temas. Así pues, estas son las temáticas tratadas:

- ➢ <u>Redes sociales (Instagram y TikTok)</u>
  - Uso de las redes sociales
  - Tiempo destinado diariamente a Instagram y TikTok y motivo por el cual las emplean
  - Tipo de contenido consumido en ambas plataformas
  - Opinión sobre si el uso de estas redes sociales les afecta (en términos generales)

- ➢ <u>Salud mental</u>
  - Percepción del término “salud mental”
  - Qué entienden por adicción
  - Qué entienden por autoestima
  - Opinión sobre si les afecta el uso de Instagram y TikTok en su salud mental

En el anexo se adjuntan las preguntas empleadas en el desarrollo de esta técnica, junto con la plantilla enviada a los diferentes participantes donde introdujeron sus datos personales.

5. Resultados de los grupos focales

Como bien se ha expuesto a lo largo del punto 4 de este trabajo, la presente investigación se basa en la ejecución de tres *focus group* formado por jóvenes de entre 15 y 24 años, cuyo funcionamiento, características y resultados se exponen a continuación.

Los tres grupos focales se basan en la misma plantilla de preguntas. Asimismo, en las tres dinámicas de grupo se respeta el esquema expuesto en el apartado 4.1.2. En primer lugar, todos los miembros participantes compartieron su percepción sobre el término "redes sociales". En segundo lugar, los jóvenes opinaron acerca del concepto "salud mental". Finalmente, se les mostró un vídeo de la cuenta oficial TikTok España, etiquetado como publicidad, el cual tiene la finalidad de concienciar a los usuarios de que su vida va más allá de TikTok. Este vídeo se basa en la combinación de ilustraciones coloridas y animadas junto con la canción "Girls Just Want To Have Fun" de la artista Cyndi Lauper versionada por la cuenta oficial de TikTok España, y en este se repite la frase "los pulgares solo se quieren divertir". Esta afirmación hace referencia a que la mayoría de personas utilizan su dedo pulgar para deslizar los vídeos de TikTok y que, por lo tanto, los usuarios de esta plataforma deberían darle un respiro a sus dedos de vez en cuando. De esta manera, y una vez visionado el vídeo, se leyeron en voz alta tres comentarios que fueron seleccionados al azar, con la finalidad de que opinaran al respecto. Los comentarios fueron los siguientes:

- "Pues haced una actualización para que los vídeos se pasen solos"
- "Si me duele el pulgar utilizo el otro dedo"
- "Que si mamá, ya voy a dormir"

Cabe mencionar que en este trabajo se mantiene el anonimato de los distintos participantes mediante el apelativo de "Informante" junto con una numeración que va del 1 al 15, con la finalidad de garantizar la no exposición de los distintos datos personales. A continuación se facilita una descripción acotada de los componentes de los tres grupos focales, consignando solo el sexo y la edad de cada uno de ellos.

Miembros del Grupo Focal de jóvenes de secundaria

- Informante 1: chico de 15 años
- Informante 2: chica de 16 años
- Informante 3: chico de 16 años
- Informante 4: chica de 15 años
- Informante 5: chica de 16 años

Miembros del Grupo Focal de jóvenes de bachillerato

- Informante 6: chica de 17 años
- Informante 7: chica de 17 años
- Informante 8: chico de 18 años
- Informante 9: chico de 18 años
- Informante 10: chica de 17 años

Miembros del Grupo Focal de jóvenes de la universidad

- Informante 11: chico de 24 años
- Informante 12: chico de 21 años
- Informante 13: chica de 22 años
- Informante 14: chica de 21 años
- Informante 15: chica de 21 años

Como ya se ha mencionado anteriormente en el apartado 4.1.2., en el anexo se adjunta la base de la plantilla enviada a cada uno de los participantes para que se pueda apreciar con detalle el planteamiento de los grupos focales, junto con los temas que se plantean. Cabe mencionar que la extracción de los resultados tiene en cuenta las variables expuestas en el apartado 4.1.1., pese a que la identidad de los informantes así como sus datos no se publicaran en ningún caso.

Antes de exponer los resultados de los distintos *focus group*, cabe considerar que muchos de los informantes se refieren a TikTok como “Musical.ly”, ya que Musical.ly es la empresa que ByteDance compró para, posteriormente, cambiarle el nombre a “TikTok” (fenómeno explicado en el apartado 3 de este trabajo).

5.1. Resultados del *Focus Group* de jóvenes de secundaria

El Grupo Focal de jóvenes de secundaria está formado por 3 chicas y 2 chicos de entre 15 y 16 años, los cuales cursan tercero y cuarto de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO). Asimismo, contacté con dos de los jóvenes vía redes sociales (concretamente, vía Instagram y vía WhatsApp) y ellos fueron quienes le propusieron a tres jóvenes más de su entorno el hecho de participar en la ejecución del *Focus Group*, teniendo en cuenta los parámetros edad y sexo para que hubiera la máxima variedad entre los cinco informantes.

El encuentro se llevó a cabo vía *online* durante la tarde del lunes 17 de abril de 2023, y duró exactamente 1 hora y 22 minutos.

5.1.1. Percepción del término “redes sociales”

El Grupo Focal de los jóvenes de secundaria está compuesto por los cinco primeros informantes. El primer bloque temático abordado fue el mismo que en el resto de grupos: las redes sociales Instagram y TikTok. En primer lugar, se les preguntó qué entendían por “redes sociales” y se les apeló a opinar sobre este.

El informante 1 considera que las redes sociales son “herramientas poderosas” que, aunque facilitan la difusión de información falsa que puede afectar a aquellos que la consumen, también posibilitan el contacto entre personas, y por lo tanto argumenta que las concibe como algo más positivo que negativo para el individuo.
En cambio, la informante 2 expone que las redes sociales conllevan más aspectos negativos que positivos. Por un lado, ella coincide con el argumento del informante 1 acerca de la positividad de estas plataformas en cuestiones de interacción entre diferentes individuos. No obstante, la informante 2 también comparte que “las redes sociales causan mucho daño a las personas”, ya que generan efectos muy negativos en los usuarios, como por ejemplo la adicción. Asimismo, ella es quien introduce el término “adicción” en la conversación, y pese a que confiesa que su actividad en las redes sociales es recurrente, opina que más allá de lo positivo hay que ser conscientes de que son muy peligrosas: “No me gusta aceptarlo, pero pienso que las redes sociales son más bien malas porque a veces me han hecho dudar de mí misma”, argumenta la informante 2.

Pese a que la informante 2 es la que hace más hincapié en los efectos negativos de las redes sociales, los informantes 3, 4 y 5 también coinciden en que las redes sociales conllevan problemas de salud para las personas. Aun así, los tres coinciden con la mirada positiva acerca del término que comparte el informante 1. Por un lado, aunque el informante 3 también menciona el término “adicción” en relación con las redes sociales, también defiende que estas plataformas le afectan más positivamente que negativamente, ya que le ayudan a combatir momentos de aburrimiento y, a su vez, a mantener el contacto con otras personas. Por otro, las informantes 4 y 5 opinan que la gran facilidad de comunicación que han supuesto las redes sociales para la sociedad tiene más peso que cualquier efecto negativo que estas puedan llegar a causar. De hecho, la informante 5 considera que “las redes son un entretenimiento y un entretenimiento no tiene por qué ser malo, a menos que entre en juego la adicción”. Por lo tanto, 3 de los cinco participantes han mencionado el

término “adicción” en relación con las redes sociales (informante 2, 3 y 5), pese a que también son 3 los que opinan que estas plataformas son más positivas que negativas (informante 1, 4 y 5).

5.1.2. Uso de las redes sociales: Instagram y TikTok

Una vez conocida la opinión de los cinco informantes acerca del término “redes sociales”, se les preguntó acerca del uso que ellos hacen de Instagram y TikTok. En esta ocasión las distintas aportaciones coinciden, pues el uso que le dan los cinco jóvenes a ambas plataformas es cotidiano. Aun así, la informante 2 es la única que afirma que las redes sociales son muy importantes en su vida y que, por ello, le costaría prescindir de estos medios de comunicación en su día a día. A diferencia de ella, los informantes 1, 3, 4 y 5 confiesan que podrían estar sin Instagram y TikTok sin que ello conlleve ningún tipo de malestar emocional, aunque es importante mencionar que si ellos fueran los únicos de su entorno en dejar de consumir ambas plataformas les costaría más tomar la decisión de dejar de ser usuarios de Instagram y TikTok.

En cuanto al tiempo que los informantes destinan a estas dos redes sociales, cabe destacar que los cinco destinan más de dos horas al día de media conectados a Instagram y TikTok. El informante 1 se unió a Instagram y TikTok con 12 años, aunque destaca que la primera red social que se instaló en el teléfono móvil fue Instagram. Además, él afirma que cuando se creó la cuenta de Instagram lo hizo a escondidas, ya que sus padres no le dejaban adentrarse en esta plataforma a esa edad, y que su motivación principal era consultar la vida de sus compañeros de colegio de aquel momento de su vida, hecho que él define como “cotillear”.
Por el contrario, las informantes 2 y 4 son usuarias de Instagram desde los 9 años, y de Musical.ly desde los 7 años. La informante 2 confiesa lo siguiente: “Aunque me gustaba emplear Musical.ly, también me descargué Instagram porque me quería sentir especial. Fui la primera de mi clase en ser usuaria de esta red social”, argumenta la informante 2. Además, ella piensa que los jóvenes ajenos a Instagram o TikTok están “aislados” de los demás. Además, la informante 4 añade que “para consumir TikTok no hace falta pensar”, y que ello ha sido un detonante clave para que ella decida seguir consumiendo esta red social en la actualidad.

Finalmente, los informantes 3 y 5 se crearon una cuenta de Instagram con 10 años. El informante 5 se unió a TikTok con la misma edad, aunque un poco más tarde que a Instagram debido a que el impacto de esta red social en su clase fue más tardío. No

obstante, el informante 3 se unió a TikTok con la misma edad que el informante 1, con 12 años. Tanto el informante 3 como la informante 5 coinciden en que se crearon una cuenta en estas dos plataformas porque su entorno les insistía en que lo hicieran, y que una vez se adentraron en Instagram y TikTok no han vuelto a dejar de usar ninguna de estas dos redes sociales.

Los cinco informantes coinciden en que sus dos motivaciones principales para consumir estas plataformas son comunicarse y entretenerse. Es importante destacar que todos consumen más TikTok que Instagram, ya que afirman que esta primera plataforma es más adictiva que la segunda mencionada, según explican, y que ello les afecta personalmente.

El informante 1 afirma que “las redes le hacen más ameno el transcurso del día”, pero piensa que su conducta está muy alejada de los patrones conductuales de adicción como el aislamiento o el hecho de dejar de lado responsabilidades. Aun así, confiesa que a veces acude tarde a ciertos compromisos por quedarse en su casa grabando o consumiendo vídeos en TikTok, y que además este tipo de actuaciones las ejecuta de manera “inconsciente”.

La informante 2 confirma que le encantan las redes sociales pese a ser consciente de su peligro, y además opina que su conducta tiene mucho que ver con una conducta adictiva a Instagram y, sobre todo, a TikTok, ya que confiesa que su uso de ambas redes sociales es también inconsciente: “A veces consumo contenido en redes sin darme cuenta, e incluso he llegado a dejar de lado responsabilidades por subir contenido a TikTok. Esta plataforma me hace sentir obligada a subir contenido diariamente”. Un dato que cabe mencionar es que esta segunda informante confiesa que le importa mucho el número de seguidores, y que incluso tiene “miedo” de que las personas le dejen de seguir.
De hecho, ella explica que durante el año 2020 (en plena cuarentena) TikTok le quitó la cuenta y su reacción automáticamente fue llorar: “Antes de la cuarentena usaba las redes sociales de manera menos tóxica, pero ahora siento cierta presión social por estar conectada a Instagram y TikTok y eso ha provocado que me acabe enganchando a consumirlas. Por eso creo que tengo adicción a las redes sociales”. No obstante, la misma informante afirma que tiene una vida bastante ocupada y que ello ayuda a que pase menos horas conectada a Instagram y TikTok de las que realmente le gustaría. Pese a todo lo mencionado anteriormente, la informante 2 siente que existen jóvenes mucho peores que ella en relación con la adicción a las redes sociales.

El informante 3 confiesa que una vez se adentró en el mundo de estas dos redes sociales sus *hobbies* cambiaron por completo: “Antes me gustaba mucho leer, pero una vez tuve mi primer móvil y me descargué Instagram y TikTok dejé de hacerlo porque consumir contenidos en esta plataforma es más fácil. De hecho, TikTok solo se basa en deslizar el dedo”. Por lo tanto, él reconoce que la reducción del esfuerzo mental está muy relacionada con el consumo de las redes sociales, y ello conlleva que estas plataformas se prioricen ante otras actividades que requieren pensar, como por ejemplo leer. Además, el informante 3 confiesa que algunos patrones de su conducta pueden coincidir con algunos patrones de adicción, igual que los informantes 1 y 2.

La informante 4 coincide con los informantes 1 y 2 en el hecho de que muchas veces consume Instagram y TikTok de manera inconsciente, aunque también menciona que su papel en ambas redes sociales es la de consumidora de contenidos y que, por lo tanto, no está pendiente de lo que los demás opinen de lo que ella sube a estas plataformas. Aun así, la informante 4 confiesa que cuando sube una foto o un vídeo a Instagram o a TikTok este “tiene que ser perfecto”. Asimismo, la informante 4 también considera que su comportamiento también puede estar relacionado con algún síntoma de adicción, como por ejemplo el aislamiento o el exceso de consumo de estas plataformas. Aun así, ella piensa que no va a acabar sufriendo una adicción real a las redes sociales.

A diferencia de estos cuatro participantes, la informante 5 no cree que su comportamiento ante el empleo de Instagram y TikTok se asemeje a ningún patrón de adicción. Si bien ella piensa que, a veces, también consume estas dos redes sociales de manera inconsciente, la informante 5 no cree que su conducta pueda confundirse con ningún patrón de adicción y tampoco cree que ella pueda acabar sufriendo adicción conductual hacia estas plataformas en un futuro, pues hace años consumía Instagram y TikTok mucho más que ahora y, por lo tanto, su consumo ha disminuido con el paso de los años.

Cabe destacar que los cinco informantes, pese a no haber dejado de hacer planes por quedarse en casa consumiendo Instagram o TikTok, basan gran parte de sus encuentros con sus amistades en enseñarse mutuamente vídeos de ambas redes sociales, en especial de TikTok. Por lo tanto, pese a seguir con una vida social aparentemente normal, su rutina se ve influenciada por estas dos aplicaciones.

5.1.3. La percepción del término “salud mental”

El segundo bloque temático abordado en el *Focus Group* es la salud mental. De esta manera, los cinco informantes han oído hablar del término “salud mental” con anterioridad en lugares como la escuela o su entorno de amistades. No obstante, todos echan en falta una explicación más profunda de lo que conlleva tener una mala salud mental, así como la concienciación por parte de sus respectivas escuelas hacia el alumnado.

El informante 1 afirma haber hecho un trabajo escolar acerca de la salud mental relacionada con el ámbito deportivo, pero a su vez no sabe explicar lo que significa gozar de una buena o mala salud mental. Por el contrario, la informante 2 confiesa que en su entorno “nunca se habla de salud mental”, y que aun habiendo elaborado un trabajo escolar, igual que el informante 1, su concepción acerca del término “salud mental” es escasa: “No nos explican qué es realmente la salud mental, ni tan solo nos conciencian de que podemos sufrir enfermedades mentales, nos lo mencionan por encima igual que cualquier otro tema de un libro”, confiesa la informante 2. Además, ella piensa que “todos tenemos algún problema mental, porque es muy difícil tener una buena salud mental al cien por cien”. Esta segunda informante explica, también, que todo lo que conoce sobre los trastornos mentales lo sabe gracias a Internet y a su inquietud de buscar información acerca de algunos conceptos, e incluso llega a mencionar que el suicidio es una de las consecuencias más desastrosas de sufrir una enfermedad mental.

El informante 3 concibe la salud mental como “un pilar fundamental” de la vida del individuo, y explica que una persona con una mala salud mental no puede hacer frente a su rutina con normalidad. El mismo participante confiesa que es conocedor del término “salud mental” gracias a su entorno de amistades, pero también menciona que en ningún momento se ha parado a hablar detenidamente sobre este concepto con nadie. Este tercer informante es quien introduce la palabra “autoestima” en la conversación en relación con una mala salud mental. Las informantes 4 y 5 están de acuerdo con todas las aportaciones anteriores, y prosiguen hablando de cómo es su autoestima en la actualidad.

Todos los informantes se consideran personas extrovertidas, pero al mismo tiempo todos ellos a excepción de la informante 5 definen su autoestima como “baja”. Además, los cinco opinan que las redes sociales potencian tanto la buena como la mala autoestima, pero es importante destacar el debate que introduce la informante 5: “Opino que las redes sociales no son las responsables de que uno sufra problema de salud mental, al final influyen mucho en el estado anímico de las personas, pero un trastorno mental va mucho más allá de

Instagram o de TikTok". Una vez compartida esta opinión, los cuatro informantes restantes coinciden con la visión de la informante 5.

Asimismo, el informante 1 confiesa que no confía en sí mismo, pero defiende que ello no es culpa de lo que ve en estas dos redes sociales, sino que ocurre porque se tiende a comparar, también, en la vida real. La informante 2 siente lo mismo que el informante 1, pero ella explica que lo que consume en Instagram y TikTok hace que su autoestima disminuya: "Todo lo que proyecta la gente en las redes sociales es positivo porque intentan aparentar que su vida es perfecta y eso inevitablemente me afecta". La autoestima del informante 3 varía "en función de lo que opinen los demás", según argumenta. De esta manera, prosigue: "Si las personas me dicen que salgo guapo en una foto mi autoestima sube, pero si no lo hacen mi autoestima baja. En función de lo que me digan me siento mejor o peor conmigo mismo". La informante 4 confiesa que a ella le gustaría ser partícipe de actividades que otras personas hacen y, a su vez, publican en las redes sociales, como por ejemplo viajar. Aun así, ella no piensa que eso sea malo ya que "a todo el mundo le gusta viajar y hacer cosas nuevas". Además, ella añade que "es natural sentir eso cuando ves contenido de este tipo". Asimismo, aunque la informante 4 también define su autoestima como baja, confiesa que su ego es alto y que las redes sociales no le afectan negativamente en su salud mental.

Como ya he mencionado anteriormente, la quinta informante es la única participante que define su autoestima como "alta", y ella añade que se acepta a sí misma independientemente de lo que la gente opine de ella.

5.1.4. Reacción al vídeo de TikTok

Una vez se desarrollaron estas percepciones de los cinco informantes, se visionó el vídeo mencionado en el apartado 5 de esta investigación. De esta manera, el vídeo que se les mostró fue publicado por la cuenta de "TikTok España" en la aplicación TikTok el día 2 de febrero de 2023, bajo la etiqueta de publicidad.

En este vídeo, como ya se ha explicado anteriormente, se pretende concienciar a los usuarios de esta aplicación de que sus pulgares merecen un descanso en tan solo 56 segundos —afirmación explicada en el mismo apartado 5—.

La reacción de los cinco participantes fue reírse, pero aun así ninguno opina que el mensaje que se transmite carezca de importancia. De esta forma, y por un lado, los cinco

participantes están de acuerdo en que los usuarios que han escrito los comentarios citados anteriormente no muestran preocupación sobre el contenido expuesto en el vídeo. Por otro lado, las opiniones acerca de la intención de la cuenta oficial de TikTok España sobre la difusión de este vídeo son diferentes.

El informante 1 coincide con la visión de la informante 5. De esta manera, el primer informante opina que “aunque TikTok intente concienciar a las personas, la gente hace lo que quiere”. Además, él establece un símil con una situación cotidiana: “Es como cuando te suena la alarma a primera hora de la mañana, si no quieres levantarte, la apagas”. Además, la informante 5 añade que nada más abrir el vídeo se ha fijado en la etiqueta de “publicidad”, y que por esa razón ha asociado la intencionalidad de TikTok España al marketing: “A TikTok le interesa ganar dinero y, por lo tanto, le interesa que las personas nos convirtamos en adictos a su dinámica de consumir vídeos. Por eso mismo no creo que TikTok tenga la intención de concienciar, sino más bien la de lavarse las manos frente a lo que es correcto”. A su vez, ella confiesa que “aunque esté de acuerdo con el mensaje del vídeo, lo importante es concienciar a las personas desde pequeñas para que sepan que hay mundo más allá de las redes sociales”.

La segunda y el tercer informante piensan que el vídeo está bien hecho, ya que entretiene más allá de informar, y que esa es la principal razón por la cual se han detenido a mirarlo. Además, son los dos únicos participantes que creen que la elaboración de este vídeo por parte de TikTok España es útil de cara a la concienciación de la adicción hacia esta aplicación.

Por último, la cuarta informante explica que a ella ya le había aparecido este vídeo anteriormente, pero nunca se había detenido a mirarlo. Ella argumenta que no lo ha visto antes porque al apreciar que se trataba de un anuncio creía que TikTok le quería vender algún producto, y por ello su decisión fue ignorarlo.

Para finalizar con los resultados de este primer Grupo Focal, cabe mencionar que el informante 1 es al único al que le han restringido el uso de Instagram y de TikTok en algún momento de su vida, y que por lo tanto los cuatro participantes restantes siempre han actuado con libertad en ambas plataformas. Pese a ello, el informante 1 afirma que “aunque te controlen el uso que haces de Instagram o de TikTok siempre vas a hacer lo posible para seguir conectado a las redes sociales”. Asimismo, a la informante 4 le han restringido el uso del teléfono móvil cuando era más pequeña pero no exclusivamente el de las redes sociales, y apoya la visión del informante 1: “Pese a que me restringieran el uso del teléfono

móvil o que me advirtieron de que pasaba demasiadas horas conectada, yo seguía haciendo lo que quería".

La informante 5 añade que los principales responsables del consumo de redes sociales son ellos mismos, y que pese a que exista un control por parte de los padres los jóvenes son quienes realmente deciden hacer caso o no. Por lo tanto, incluyendo la percepción de los informantes 2 y 3, los cinco concuerdan en que la gestión de una posible adicción a las redes sociales es responsabilidad de aquel que las consume: "La clave está en no priorizar Instagram o TikTok por encima de tus *hobbies*", añade la quinta informante.

Es importante resaltar la apreciación de la informante 2 respecto a la penetración de las redes sociales en la vida de los jóvenes: "Mi hermana menor está mucho más enganchada que yo, y las generaciones posteriores a la nuestra tienen muchas más posibilidades de sufrir los efectos negativos de las redes sociales porque se han adentrado en este *mundillo* mucho antes que nosotros". Este punto de vista coincide con el del resto de participantes, pues todos afirman que los niños y niñas de hoy en día están todo el día publicando y consumiendo contenido en Instagram y TikTok y que ello les afectará a largo plazo.

5.1.5. Conclusiones del *Focus Group* de jóvenes de secundaria

A raíz de la ejecución de este primer Grupo Focal, se pueden extraer las siguientes conclusiones.

En primer lugar, los cinco jóvenes destacan la importancia de las redes sociales hoy en día, y opinan que estas plataformas conllevan efectos tanto positivos como negativos. La informante 2 es la única que hace hincapié en los aspectos negativos de las redes sociales. De hecho, ella es quien introduce el término "adicción" en la conversación.
Cabe destacar que todos los informantes reconocen que, a veces, consumen Instagram y TikTok de forma inconsciente, hecho que relaciona su patrón de conducta con síntomas de adicción conductual. Aun así, la informante 2 es la única que afirma sufrir adicción a las redes sociales, pese a que esta aportación se basa solamente en su percepción como individuo y en ningún caso existe ningún certificado médico que lo confirme.

En segundo lugar, todos los participantes han oído hablar en algún momento del término "salud mental", pero la informante 1 y la informante 5 son los únicos capaces de argumentar en qué consiste un trastorno mental. Asimismo, los cinco participantes coinciden en una

opinión: hace falta que las instituciones educativas le den voz a este tipo de problemas, ya que existe una clara falta de concienciación hacia los jóvenes. Además, cabe destacar que todos los informantes de este Grupo Focal experimentan patrones de conductas relacionados con la adicción, entre los cuales se encuentran el aislamiento y el hecho de dejar de lado responsabilidades.

En tercer lugar, los informantes 1, 2, 3 y 4 afirman tener una baja autoestima y, incluyendo la opinión de la informante 5, todos ellos opinan que las redes sociales influyen en que la autoestima suba o baje. Por un lado, la informante 5 considera que las redes sociales no son las responsables de que los individuos tengan una baja autoestima o de que sufran trastornos mentales, aunque ella piensa que sí que pueden influir en que ello ocurra. Por otro lado, son destacables las aportaciones de los informantes 2 y 3, ya que los dos participantes afirman que su papel en Instagram y TikTok contribuye notablemente en el estado de su autoestima. Sin embargo, los informantes 1 y 4, cuya autoestima también consideran baja, comparten la opinión de la informante 5, pues piensan que la percepción que tienen de sí mismos va mucho más allá de las redes sociales.

Finalmente, cabe destacar que algunas de las conclusiones extraídas en este primer grupo focal guardan relación con estudios expuestos en el marco teórico.

Con respecto a la percepción de la autoestima vinculada al proceso de socialización de los jóvenes en el entorno digital, reflejada por el *Digital News Report 2022* —informe ya citado en el apartado 2 de este trabajo—, este documento digital refleja que el tipo de contenido que el individuo consume le afecta. Asimismo, la informante 2 argumenta que el tipo de contenido que ve en Instagram y TikTok condiciona a que su autoestima disminuya, ya que la mayoría de publicaciones que ve muestran que las personas que le rodean viven situaciones idílicas y perfectas.
Este fenómeno va directamente vinculado con la afirmación que consta investigación de la Revista Electrónica en Salud Mental, Alcohol y Drogas (SMAD), también expuesta a lo largo del marco teórico: “El tipo de contenido publicado y consumido por los usuarios es aún más impactante para la salud mental. Se sabe que muchas publicaciones refuerzan el narcisismo, el nivel de vida, el consumo y el estado, por lo que han contribuido a una mayor prevalencia de diversos trastornos psiquiátricos, incluidos los síntomas depresivos, la ansiedad y la baja autoestima” (Rodrigues Abjaude et al., 2020). Por lo tanto, pese a que la informante 2 no confirma tener síntomas depresivos ni ansiedad, sí que explica que su autoestima es baja y que lo que consume en redes influye en este fenómeno. Así pues, la percepción de esta segunda informante coincide con la afirmación de los autores de esta

investigación, quienes indican que el contenido consumido en redes sociales puede resultar perjudicial para el individuo.

De igual manera, tanto la informante 2 como el informante 3 expresan que necesitan hallar la aceptación de otros usuarios de redes sociales para sentirse bien dentro de estas plataformas. Este fenómeno ya lo mencionó la Directora del Área de Investigación e Innovación del centro de investigación Área Humana, Marta Giménez, en su artículo “La necesidad de aprobación: Cuando la opinión de los demás impera en ti” —expuesto también en el apartado 2 de este trabajo—. De esta manera, la sensación que la autora del artículo denomina “necesidad de aprobación” reside en la segunda y el tercer informante. Cabe mencionar que este tipo de conducta va vinculada con trastornos como la depresión, según argumenta la autora de este artículo, pero ninguno de estos dos jóvenes padecen este trastorno mental.

A su vez, el filósofo Byung-Chul Han y algunas de sus ideas reflejadas en sus dos obras “Sociedad el cansancio” (2017) e “Infocracia” (2022) —previamente desarrolladas, también, en el apartado 2 de este trabajo— coinciden con la percepción de algunos de estos cinco primeros informantes. Si bien es cierto que Han argumenta el término de “violenta positividad” en su libro “Sociedad del cansancio”, también lo es el hecho de que la informante 2 destaca que la mayoría de contenidos que percibe en Instagram y TikTok son positivos, y que ello le genera malestar emocional. Además, en la obra “Infocracia” se expone que las relaciones sociales en la actualidad se reducen al entorno digital, y que ello ha convertido las redes sociales en una especie de “religión”. De esta manera, los cinco informantes confirman que tanto Instagram como TikTok son una parte fundamental de sus vidas, y que incluso a veces las consumen de manera inconsciente.

Para finalizar con la extracción de conclusiones del Grupo Focal compuesto por jóvenes de tercero y cuarto de secundaria, conviene enfatizar una de las reflexiones del filósofo Han. Asimismo, Han defiende que el negocio actual ha sustituido el conocimiento por el entretenimiento, y ello va estrechamente relacionado con la siguiente aportación del informante 3, citada en el apartado 5.1.2.: “Antes me gustaba mucho leer, pero una vez tuve mi primer móvil y me descargué Instagram y TikTok dejé de hacerlo porque consumir contenidos en esta plataforma es más fácil. De hecho, TikTok solo se basa en deslizar el dedo”.

5.2. Resultados del *Focus Group* de jóvenes de bachillerato

El Grupo Focal de jóvenes de bachillerato está formado por 3 chicas y 2 chicos de entre 17 y 18 años, y todos ellos cursan primero y segundo de bachillerato. De esta manera, contacté con una joven de 17 años en persona —chica completamente ajena a la ejecución de este Grupo Focal— y le pedí que me facilitara el contacto de personas de su franja de edad para poder proponerles participar en la parte práctica de mi investigación. De esta manera, estuve durante dos semanas contactando con distintos jóvenes de entre 17 y 18 años y también tuve en cuenta los parámetros edad y sexo con la finalidad de que hubiera la máxima variedad entre los cinco informantes, igual que en el anterior *Focus Group* focal expuesto en el punto 5.1.

Este Grupo Focal se realizó con cinco de los jóvenes con los que estuve en contacto y tuvo lugar la tarde del 20 de abril de 2023, también vía *online*. Además, su duración fue de 1 hora y 34 minutos en total.

5.2.1. Percepción del término “redes sociales”

El Grupo Focal de los jóvenes de bachillerato está compuesto por los informantes numerados entre el 6 y el 10. De igual manera, el primer bloque temático abordado coincide con el del *Focus Group* de secundaria: las redes sociales Instagram y TikTok. La conversación se inició preguntándoles qué entienden por “redes sociales” y qué percepción tienen acerca de estas plataformas.

La informante 6 relaciona las redes sociales con el concepto de “compartir”. De esta forma, ella comenta que estas plataformas afectan tanto positivamente como negativamente a los individuos, pero también hace hincapié en lo negativo:
“Las redes sociales provocan la necesidad de compartir todo lo que se hace y la gente solo busca llamar la atención”, explica la sexta informante.

A su vez, los informantes 7, 8, 9 y 10 ofrecen una concepción más radical acerca del término “redes sociales”. Por un lado, la Informante 7 expresa que las redes sociales son lugares donde algunas personas se meten con otras y que, pese a que también facilitan el contacto entre personas, ocasionan efectos muy negativos en los usuarios que las consumen. Por otro lado, los informantes 8, 9 y 10 mencionan la palabra “falsedad” en relación con las redes sociales, pues los tres dudan que el contenido que las personas publican en estas plataformas sea real. Cabe destacar que la Informante 10 introduce la

palabra “adicción” en la conversación, e insiste especialmente en que TikTok tiene un componente adictivo muy elevado.

5.2.2. Uso de las redes sociales: Instagram y TikTok

Respecto al uso que los informantes 6, 7, 8, 9 y 10 le dan a Instagram y TikTok, un factor común entre los cinco es que todos le dedican más tiempo a TikTok que a Instagram. Pese a ello, todos los informantes a excepción del Informante 8 se conectan a ambas plataformas de manera diaria.

La informante 6 declara que le dedica 1 hora de media diaria a Instagram, y que el uso principal que le da es para mantener relaciones sociales con los demás. No obstante, en cuanto a TikTok, la sexta informante afirma que su media diaria de uso oscila entre las 4 y las 5 horas diarias, y que además el uso que le da a esta segunda red social es mucho más variado. Ella destaca que TikTok lo emplea para entretenerse, pero además afirma que esta plataforma le sirve para obtener ideas acerca de inquietudes personales, como por ejemplo la cocina: “Muchas veces abro TikTok para consultar recetas de cocina o incluso regalos para hacerle a mis amigos o familiares, y la verdad es que lo que encuentro me resulta muy útil”, comparte la informante 6. Esta participante explica que se adentró en ambas redes sociales con 11 años, y que su motivación principal fue “estar al día” con el resto de compañeros de clase, ya que todos ellos eran usuarios tanto de Instagram como de TikTok.

La informante 7 le dedica el mismo tiempo que la informante 6 a ambas redes sociales, y además ambas participantes coinciden en el uso que le da tanto a Instagram como TikTok, pero ella destaca que su permanencia en TikTok es mucho más duradera que en Instagram: “Aunque me conecto a las dos redes sociales cada día, en TikTok me puedo pasar tres horas seguidas viendo vídeos mientras que en Instagram me canso más rápido de estar conectada”, explica la séptima informante. Asimismo, ella confiesa que emplea Instagram “para socializar”, mientras que en TikTok consume contenido más adaptado a sus gustos personales. Cabe mencionar que la informante 7 es usuaria de Instagram desde los 10 años y de TikTok desde los 11 años, y ella explica que decidió crearse una cuenta en ambas plataformas porque así se lo sugirió su entorno de amistades.

A diferencia del resto, el informante 8 no se conecta a penas a TikTok, ya que según confiesa en su día le generó cierta adicción. Asimismo, él se conecta a esta red social una o dos veces al mes y reconoce que inicia sesión para “ponerse al día”, pero siempre cierra sesión para evitar consumirlo más tiempo del que realmente cree conveniente. Pese a este

fenómeno, el informante 8 coincide con la percepción de la informante 7: “Es cierto que cuando me conecto a TikTok puedo estar horas y horas seguidas consumiendo contenido, cosa que no me pasa con Instagram”. En relación con Instagram, el octavo informante se conecta diariamente durante una hora aproximadamente, y lo emplea para mantener el contacto con personas de su entorno. En cambio, el contenido que consulta en TikTok es más “sinsentido” según denomina, pues se limita a ver vídeos que le hacen pasar el rato. De esta manera, el informante 8 consume Instagram desde los 12 años y TikTok desde la cuarentena. Este participante se descargó TikTok más tarde que el resto de informantes, y según él argumenta lo hizo porque sus amistades le enviaban muchos vídeos de TikTok vía WhatsApp durante esa época y consideró más práctico recibir esos vídeos vía TikTok.

Los informantes 9 y 10 coinciden con la aportación de la informante 7 respecto al uso de ambas redes sociales, y ambos también se descargaron tanto Instagram como TikTok porque su entorno se lo sugirió. Además, tanto el noveno como el décimo informante forman parte de la comunidad de estas dos plataformas desde los 12 años, y cabe destacar la opinión de la informante 10 acerca del empleo de Instagram y TikTok: “Sientes que usas estas dos redes sociales para informarte pero lo único que haces es pasar el tiempo muerto”, expone la décima informante.

En relación con el malestar emocional, dejar de consumir Instagram o TikTok les supondría una sensación negativa a las informantes 6, 7 y 10. De hecho, las tres confiesan que su conducta está estrechamente relacionada con una conducta adictiva.
De esta manera, la informate 6 confiesa que una vez se le rompió el móvil y sentía mucho al pensar que no podía mantener el contacto con su entorno.
Aun así, ella piensa que “las redes sociales hacen que pierdas el tiempo porque no te das cuenta de todo el tiempo que inviertes en estas plataformas y eso es un problema serio”. Cabe destacar la siguiente aportación de esta participante: “Me agobio cuando no estoy conectada a Instagram o TikTok pero también me agobio cuando paso demasiado rato conectada. Es contradictorio”.

Del mismo modo, la informante 7 confiesa que le costaría mucho prescindir de Instagram y TikTok, sobre todo, si está sola: “Cuando estoy con gente no miro tanto el móvil, pero cuando estoy sola destino gran parte de mi tiempo muerto a estas dos redes sociales”. Además, esta séptima informante comparte que en numerosas ocasiones ha intentado restringirse a sí misma el uso de Instagram y de TikTok, pero confiesa que siempre acaba “sucumbiendo a su encanto”: “Siento que puedo tener adicción a las redes sociales, porque

me costaría dejar de usarlas y muchas veces recurro a ellas sin darme cuenta", argumenta la séptima informante.

Por último, la informante 10 también confiesa que le costaría dejar de usar Instagram y TikTok, aunque explica que en el fondo agradecería haberlo hecho: "Creo que las redes sociales me apagan bastante, e incluso me quitan las ganas de hablar con la gente en persona, y es que antes yo era mucho más cariñosa", defiende la décima informante. En cambio, tanto el informante 8 como el informante 9 explican que dejar de usar Instagram y TikTok no les supondría ningún problema. Por un lado, el informante 9 explica que hace tres años sus padres solo le dejaban usar el teléfono móvil los fines de semana, y que por lo tanto sabe que no conectarse a las redes sociales no le causaría ningún tipo de malestar. Además, él añade que no se considera una persona social y que por esa razón el hecho de no mantener el contacto con los demás le daría igual. Por otro lado, el informante 8 conoce de primera mano el caso de una persona a la que le quitaron el teléfono móvil con 10 años y su reacción fue de histeria: "A mi hermana le quitaron el móvil en quinto de primaria y se puso a llorar muchísimo. De hecho, vi cómo le entraba una especie de síndrome de abstinencia enorme, como si tuviera problemas de drogodependencia", afirma el octavo informante. Asimismo, él añade: "Lo que pensé en ese momento es que yo no podía dejar que eso me ocurriera a mí, y por eso decidí dejar mi móvil guardado en un cajón durante una semana para acostumbrarme a prescindir de él".

5.2.3. La percepción del término "salud mental"

Una vez compartidas las percepciones acerca de las redes sociales y el uso que los diferentes informantes hacen de estas plataformas, se prosiguió abordando la segunda temática protagonista de esta investigación: la salud mental.

Todos los participantes de este *Focus Group* conocen lo que es la salud mental, y concretamente los informantes 6, 7 y 8 padecen depresión en la actualidad, trastorno que les ha sido diagnosticado por un profesional. Cabe destacar que la informante 6 también sufre ansiedad y trastorno obsesivo compulsivo (TOC). De esta manera, estos tres informantes conocen de primera mano lo que supone sufrir un problema de salud mental, pero ninguno de ellos acusa a las redes sociales de ser las principales responsables de ello. Por un lado, la informante 6 afirma que Instagram y TikTok potencian su ansiedad y su depresión, pero que en ningún caso tienen la culpa de que ella padezca ambos trastornos: "Las redes sociales Instagram y TikTok no son las causantes de que yo padezca ansiedad ni

depresión, ni incluso TOC, sino que más bien ayudan a que mi salud mental siga débil", explica la sexta informante. Además, ella confiesa que hace años sufrió un trastorno de la conducta alimentaria (TCA) y que las redes sociales también contribuían a que fuera difícil superarlo: "Las redes sociales hacían que me obsesionara con mi cuerpo. Cuando veía imágenes de chicas de mi edad con un cuerpo bonito me preguntaba: Yo quiero ser así, ¿por qué no puedo ser así?", añade la informante 6. Además, cabe destacar la siguiente apreciación de la informante 10 acerca de compararse en las redes sociales: "Es natural que te compares con la gente de tu entorno, pero en las rrss tu entorno se multiplica".

La informante 7, quien también sufre un trastorno depresivo, confiesa que para ella "las redes sociales son como una droga". De esta manera, ella piensa que Instagram y TikTok potencian la adicción de los usuarios que consumen ambas plataformas, aunque no cree que Instagram ni TikTok sean culpables de que su salud mental sea mala. No obstante, la informante 7 piensa que estas plataformas no benefician a su bienestar mental: "Instagram y TikTok contribuyen a que mi estado mental sea malo, pues me generan dependencia y lo que veo en estas plataformas tampoco me ayuda a superar la depresión. Aun así, no pienso que tenga depresión por consumir redes sociales. Mi trastorno va mucho más allá", comparte la séptima informante. A su vez, igual que la informante 6, la informante 7 también reconoce que se ha comparado con chicas que ve en Instagram o en TikTok, pero explica que hace unos años lo hacía mucho más que en la actualidad. A su vez, ella añade: "He aprendido a no compararme tanto".

El informante 8 explica que él sufre depresión desde los 10 años y que en esa época él no consumía redes sociales. Por lo tanto, desde su punto de vista, las redes sociales no tienen nada que ver con el estado actual de su salud mental, y además defiende que Instagram y TikTok le han ayudado a aceptarse: "Tanto en Instagram como en TikTok he podido ver que existe gente de todo tipo, he conocido lo que es la diversidad y eso ha contribuido a que me quiera y me acepta tal y como soy", argumenta el octavo informante.

Los informantes 9 y 10 son los únicos que no padecen ningún trastorno mental. El informante 9 comparte con el informante 8 el hecho de que las redes sociales le han afectado positivamente. Así pues, él confiesa lo siguiente: "Las redes sociales me han ayudado a integrarme socialmente, porque gracias a ellas estoy al día de las tendencias y además me ayudan a interactuar con las personas". Pese a ello, el informante 9 reconoce que estas plataformas también le han afectado negativamente: "Ver vídeos en TikTok o en Instagram donde aparece gente de mi edad logrando cosas increíbles me genera malestar porque siento que tienen una vida mucho mejor que la mía, aunque si no consumo

contenido en estas redes sociales también me genera incomodidad, es raro", declara el noveno informante.

Finalmente, la informante 10 afirma que, para ella, "la salud mental conlleva ser feliz". A su vez, y pese a que ella no padece ningún trastorno mental diagonsticado, la décima informante piensa que ella sufre adicción a las redes sociales: "Sustituyo *hobbies* para consumir Instagram o TikTok porque es muy fácil ver vídeos, da menos pereza que realizar cualquier otra actividad", confiesa la informante 10. Este fenómeno ha conllevado que la informante 10 intente reducir su consumo de, sobre todo, TikTok, aunque reconoce que hasta el momento le está costando: "Le pediré a algún familiar que me cambie la contraseña para así no poder entrar en ninguna de mis redes sociales, porque no me gusta cómo pierdo el tiempo en estas plataformas", explica la informante 10. Asimismo, ella añade: "No tengo tiempo que perder pero siento que pierdo mucho el tiempo por culpa de las redes sociales".

Todos los informantes relacionan el hecho de tener una buena autoestima con una buena salud mental. El informante 9 es el único que se considera una persona introvertida, mientras que el resto de informantes se definen como "extrovertidos". De esta manera, el informante 9, junto con los informantes 6 y 10, reconocen que tienen una "baja autoestima" y que ello contribuye a que su salud mental sea mala. "Una persona con una baja autoestima es más vulnerable que cualquier otra de sufrir un trastorno mental", opina la informante 6. Asimismo, el informante 8 añade que "un trastorno mental puede atacar a las personas con una baja autoestima, es como una vía de acceso". De la misma forma, la informante 10 tiene la misma percepción que los informantes 6 y 8, y además comparte cómo le han afectado las redes sociales en el estado de su autoestima actual: "Las redes sociales me apagan bastante, e incluso me quitan las ganas de hablar con la gente en persona. Yo, antes era mucho más cariñosa", explica. Por el contrario, la informante 7 define su autoestima como "normal" y el informante 8 la define como "alta".

5.2.4. Reacción al vídeo de TikTok

El mismo vídeo que se les mostró a los primeros cinco informantes fue visionado por los informantes con la numeración del 6 al 10. Así pues, la reacción a este vídeo por parte de todos los informantes fue reírse. No obstante, igual que en el anterior grupo focal, todos piensan que el mensaje del vídeo es esencial.

Por un lado, la informante 6 comparte que “la gente no es consciente de la gravedad de la adicción a las redes sociales”, y además los informantes 7, 8 y 9 coinciden en que muchos usuarios no quieren ser conscientes de las horas que le destinan a TikTok. Por su parte, la informante 10 explica lo siguiente: “A veces me aparecen vídeos en TikTok donde se me transmite el mensaje de que deje de usar la aplicación, aunque nunca les hago caso”. No obstante, la décima informante añade que “la edad ayuda a que las personas seamos conscientes de la gravedad de la adicción a las redes”, y que años anteriores su conducta en redes sociales era más perjudicial para su salud mental que en la actualidad.
Por otro lado, algunos informantes ponen en duda la buena intencionalidad de la cuenta que publica el vídeo visionado (TikTok España) al hacer público el mensaje de “los pulgares solo se quieren divertir”. De esta forma, la informante 6 argumenta que “si a TikTok verdaderamente le interesara que el vídeo fuera visto por todos los usuarios, el vídeo aparecería en la pantalla de inicio de la aplicación”. Además, la sexta informante afirma que “TikTok sabe que las personas están enganchadas a esta aplicación, pero no le interesa que dejen de hacerlo”.

Respecto a la aportación de la informante 6, la informante 10 declara que “si tiktok quisiera que la gente no consumiera tanto la app no tendría un algoritmo que sirve justo para lo contrario”. Ella añade que, pese a que valora positivamente la publicación del vídeo por parte de TikTok España, a la práctica ello no resulta útil, y además también piensa que la aplicación debería limitar el tiempo de uso de los usuarios si realmente quisiera que “los pulgares se divirtieran.”

A su vez, el informante 8 opina que a TikTok le interesa que los usuarios tengan adicción a esta aplicación, ya que podrían establecer límites de uso más allá de publicar un vídeo. Además, su aportación se sustenta con la siguiente afirmación: “Si algo es gratis, el producto eres tú”, expone el octavo informante. Según él, TikTok conoce a su público y, pese a que publique este vídeo, en ningún caso valora la opción de que se deje de consumir esta red social.

Al contrario que los anteriores participantes, la informante 7 cree que la intención de TikTok España al difundir el vídeo es buena, y que “al menos sí que ayuda a que un grupo reducido de personas reflexionen sobre la adicción a TikTok”.

Finalmente, es importante considerar que el uso de Instagram y de TikTok solamente se le ha restringido al informante 9 en algún momento de su vida, quien a su vez cree que la responsabilidad de no caer en una adicción conductual hacia las redes sociales la tienen

sus padres. A diferencia de él, el informante 8 confiesa que él se siente el único responsable de su gestión y uso de estas dos plataformas, mientras que las informantes 6 y 10 comparten la siguiente opinión: “Para los padres es difícil prevenir la adicción conductual de los hijos porque ellos no han vivido lo que conlleva crecer con redes sociales, y por lo tanto no entienden hasta qué punto pueden afectar a los jóvenes”, comparte la informante 10. Finalmente, la informante 7 es la única de los cinco participantes que menciona que las redes sociales son las principales culpables de la adicción conductual de sus usuarios: “Los padres pueden ayudar a los hijos a vencer la adicción, un usuario de redes puede intentar limitarse a sí mismo el uso, pero la aplicación es a la que realmente le interesa que sus usuarios sean adictos y por eso está diseñada para que así sea”, argumenta la séptima informante.

5.2.5. Conclusiones del *Focus Group* de jóvenes de bachillerato

A raíz de la puesta en práctica de este segundo Grupo Focal, es posible obtener las siguientes conclusiones.

En primer lugar, cuatro de los cinco informantes afirman que las redes sociales son importantes para llevar a cabo su día a día, a excepción del informante 8. De esta manera, igual que ocurre con el anterior *Focus Group*, los cinco informantes valoran los efectos tanto positivos como negativos de las redes sociales, pero cuatro de ellos hacen hincapié en aquello más negativo, salvo el octavo informante. Asimismo, el informante 8 es el único en afirmar que Instagram y TikTok le han afectado de manera muy positiva, aunque también entiende que puede ocurrir todo lo contrario. A su vez, los cinco informantes coinciden en el uso que le dan a las redes sociales. Todos ellos emplean Instagram y TikTok para entretenerse y socializar, aunque destacan que TikTok es una plataforma que facilita la adicción de sus usuarios y que, en ese aspecto, no tiene nada que ver con Instagram.

En segundo lugar, los cinco informantes son conscientes de lo que conlleva sufrir un trastorno mental. Los informantes 6, 7 y 8 tienen depresión diagnosticada y confiesan que las redes sociales no ayuda a que venzan su trastorno. Aun así, ninguno de ellos opina que Instagram o TikTok sean el principal motivo que justifique su mala salud mental. Además, en relación con la adicción a estas plataformas, ninguno de los cinco informantes ejemplifica la adicción como un trastorno mental, pero aun así todos creen que esta sí que es un trastorno mental real. Asimismo, las 3 chicas participantes son las únicas que confiesan que les costaría prescindir del uso de Instagram o de TikTok (informantes 6, 7 y 10). Pese a ello,

todos los informantes han experimentado patrones de conducta relacionados con la adicción, a excepción del informante 9 —a quien, además, ya le han restringido el uso de las redes sociales con anterioridad—. Cabe relacionar este fenómeno con el estudio de Norma Edith Muñoz y Sandra Ramírez bajo el nombre “Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes” (2016), en el cual se expone que las personalidades introvertidas son más propensas a sufrir adicción que las extrovertidas. Así pues, el informante 9 es el único en definir su personalidad como “introvertida”, y justamente es el único que, aparentemente, no ha experimentado ningún patrón de adicción a las redes sociales hasta el momento.

En tercer lugar, los informantes 6, 9 y 10 denominan a su autoestima como “baja”. Por el contrario, el informante 8 afirma con rotundidad que su autoestima es alta y que se acepta tal y como es, pese a sufrir un Trastorno Depresivo, mientras que la informante 7 no concibe su autoestima ni como buena ni como mala, sino que la denomina como “normal”. Pese a que cada informante concibe su autoestima de una manera distinta, todos ellos opinan que las redes sociales potencian la manera en que se perciben a sí mismos. De hecho, los cinco creen que aquello que se consume en redes sociales puede afectar gravemente a la salud mental de los individuos, pero ninguno de ellos cree que estas plataformas sean las causantes de ningún trastorno mental —como bien se ha reflejado en la opinión de los informantes 6, 7 y 8, quienes sufren depresión—.

En cuarto y último lugar, cabe contemplar la relación de estas conclusiones con algunos de los estudios expuestos en el apartado 2 de este trabajo. De esta manera, la idea de que el contenido publicado y consumido en redes sociales impacta en la salud mental de las personas aparece reflejada en la investigación de la Revista Electrónica en Salud Mental, Alcohol y Drogas (SMAD) y en el *Digital News Report 2022* —estudios desarrollados en el apartado 2.2.2. de este trabajo—, y además los cinco informantes de este Grupo Focal así lo afirman. Cabe destacar que los informantes del primer *Focus Group* coinciden con la idea reflejada en ambos estudios.

A su vez, el informante 9 comparte que muchos de los contenidos que las personas publican en las redes sociales están relacionados con logros personales y que ello le afecta negativamente. Este suceso también guarda relación con el término “violenta positividad”, concepto acuñado por el filósofo Byung-Chul Han en su libro “Sociedad del cansancio” (2017), igual que lo hace con el testimonio de la informante 2 del anterior Grupo Focal. No obstante, como ya se ha expuesto anteriormente en el marco teórico de esta investigación (apartado 2), en esta misma obra de Han también se menciona lo siguiente: “El comienzo

del siglo XXI, desde un punto de vista patológico, no sería ni bacterial ni viral, sino neuronal" (Han, 2017:13). De esta manera, tres de los cinco jóvenes participantes de este segundo grupo de edad sufren uno o más de un trastorno mental, lo cual puede significar que la afirmación del filósofo está en lo cierto.

5.3. Resultados *Focus Group* de jóvenes de la universidad

El Grupo Focal de jóvenes de la universidad está formado por 3 chicas y 2 chicos de entre 21 y 24 años, y todos ellos se encuentran en tercer y cuarto curso de un grado universitario. Asimismo, contacté con todos ellos vía WhatsApp, ya que disponía de su contacto con anterioridad. Una vez les propuse la idea, todos ellos se animaron a participar y por ello fue el primer *Focus Group* realizado.

La ejecución de este tercer *Focus Group* tuvo lugar la mañana del sábado 15 de abril de 2023, y también fue en línea. En relación con el resto de grupos focales, este es el que ha tenido una mayor duración con un total de 2 horas y 23 minutos.

5.3.1. Percepción del término "redes sociales"

Este tercer grupo focal empezó con el planteamiento del concepto "redes sociales", igual que en los dos casos anteriores expuestos a lo largo de los puntos 5.1. y 5.2.

Para los últimos cinco informantes, las redes sociales son plataformas que tienen una fuerte repercusión en su vida diaria. El informante 12 percibe las redes sociales como "un mundo que muchos perciben como real pero que en realidad es una puerta hacia la evasión". Con ello, el doceavo informante considera que estas plataformas sirven para que el individuo desconecte de sus responsabilidades y obligaciones de la vida real y se adentren en un entorno donde, aparentemente y según él, "todo es más fácil".

Otra de las definiciones que surge de las redes sociales es la de "extensión de las redes sociales del día a día". Asimismo, la informante 15 defiende que muchas personas trasladan sus relaciones con los demás hacia el entorno digital porque se sienten más cómodos, y además añade que "en estas plataformas las personas actúan como si se tratara de una competición de quién tiene una vida mejor".

De esta forma, la informante 13 es quien introduce el debate entre los efectos positivos y negativos de las redes sociales. Por un lado, ella sostiene que, en su caso, TikTok le ha llegado a generar ansiedad y depresión y por ello ha tenido que dejar de usar la aplicación por un tiempo. Aun así, la informante 15 no considera que las redes sociales sean buenas ni malas, sino que son los individuos los que tienen buenas o malas intenciones respecto a su actuación en estas plataformas:
"Nosotros somos el verdadero peligro", añade la informante 15. Los informantes 11 y 14 están de acuerdo con las aportaciones de los informantes 12 y 15. No obstante, el informante 11 añade que "las redes sociales tienen tal impacto en los jóvenes que las instituciones educativas deberían enseñar a cómo utilizarlas, ya que muchas personas se ven afectadas por estas plataformas". A su vez, y finalmente, la informante 14 define las redes sociales como "controvertidas", y ella argumenta lo siguiente: "Mientras que las redes sociales han facilitado la comunicación entre las personas, y además incluso llegan a visibilizar temáticas como la salud mental, también conllevan efectos muy negativos para las personas. Muchos usuarios aprovechan la libertad de poder compartir lo que quieren para herir a los demás".

Así pues, es importante mencionar que todos piensan que estas plataformas vigilan a sus usuarios constantemente, y que pese a que hace años no eran conscientes a medida que han ido madurando se han dado cuenta de que, tanto en Instagram como en TikTok, el término "privacidad" no tiene ningún tipo de validez.

5.3.2. Uso de las redes sociales: Instagram y TikTok

De la misma manera que en los anteriores grupos focales, también se les preguntó a los últimos cinco acerca del uso que le dan a Instagram y TikTok.

Así pues, todos los informantes a excepción del informante 12 afirman que se instalaron Instagram una vez la aplicación empezó a ganar popularidad, durante el período 2010-2012. No obstante, el informante 12 reconoce adentrarse en el mundo de Instagram más tarde que las personas de su entorno, con aproximadamente 14 años de edad.
En cuanto a TikTok, los informantes 11 y 12 tienen instalada la aplicación desde hace tres años aproximadamente, época que coincide con la pandemia de COVID-19 en España. De esta forma, la informante 13 es usuaria de Musical.ly desde los 10 años, pero reconoce que cuando verdaderamente se "enganchó" a TikTok es durante la época de pandemia. No obstante, las informantes 14 y 15 son las que llevan más años consumiendo TikTok de

manera cotidiana, pues las dos coinciden en que lo empezaron a emplear durante los dos últimos cursos de secundaria.

No todos los informantes le destinan el mismo tiempo de uso a Instagram y TikTok, aunque la mayoría de ellos coinciden en que en TikTok es la aplicación en la que más rato pueden estar viendo vídeos sin darse cuenta.
Asimismo, a excepción de los informantes 12 y 13, el resto de participantes le destinan más tiempo de uso a TikTok que a Instagram. Por un lado, los informantes 11 y 14 confiesan que están unas dos horas diarias de media conectados a la aplicación. Por el otro, la informante 15 confiesa que en la actualidad consume menos TikTok de lo que está acostumbrada porque se encuentra en una etapa con muchos exámenes de la universidad, pero en sus épocas con menos volumen de tareas también le dedica unas dos horas diarias de media a la aplicación. Estos 3 participantes, por el contrario, no superan la hora y media diaria de uso de Instagram, pese a ser la aplicación que se instalaron antes. Un dato destacable es que la informante 14 explica que, mientras que a Instagram se conecta más veces durante el transcurso del día, en TikTok puede pasar conectada durante mucho más tiempo. Además, cabe destacar que el informante 11 no hace uso de las redes sociales durante el fin de semana porque, según él afirma, “aprovecha para desconectar”.

A diferencia de los informantes 11, 14 y 15, el informante 12 reconoce que no emplea más TikTok “porque sino acabaría enganchándose”. Asimismo, y junto a la informante 13, el informante 12 defiende que se conecta a Instagram durante dos horas al día de media, mientras que a TikTok le destina media hora diaria. A su vez, la informante 13 argumenta que se ha impuesto un límite de tiempo de uso en estas dos redes sociales porque se sentía improductiva: “Antes me conectaba durante mucho más rato y eso hacía que perdiera mucho el tiempo”, añade la treceava informante.

En cuanto a la causa por la cual los informantes emplean Instagram y TikTok, todos ellos son usuarios de ambas plataformas porque veían que estas dos plataformas tuvieron éxito en su entorno de amistades, y por ello decidieron instalarse ambas. Además, el informante 12 reconoce haberse instalado Instagram en su día “para no quedarse al margen”.

En relación con la finalidad por la cual son usuarios de estas dos redes sociales, todos explican que su principal finalidad al conectarse a Instagram y a TikTok es la de “entretenerse”. Los cinco coinciden en que el contenido que consumen en TikTok es mucho más variado que en Instagram, y cabe mencionar que los contenidos que consultan en estas dos redes sociales se adecúan a sus gustos personales. La informante 13 es la única

que explica que, más allá de entretenerse, una de las finalidades principales por la cual consume contenido en redes sociales es la de “encontrar referentes positivos relacionados con causas como la del *body positivity*”.

Un dato que cabe considerar es que los cinco informantes parecen ser conscientes de la “cara oculta” de las redes sociales, como denomina el informante 11 a este aspecto: “Las redes sociales nos someten a un control del cual muchas personas no son conscientes, aunque pienso que sin redes sociales las personas seguiríamos estando controladas. Soy consciente de la cara oculta de las redes sociales, pero aun así a veces me sorprendo”, explica el onceavo informante. Además, él argumenta que siempre le aparece contenido que le llama la atención en estas plataformas, y ello es un indicador del control de actividad tanto en Instagram como en TikTok. El resto de informantes concuerdan con la visión del informante 13. De hecho, el informante 12 denomina a esta situación como “control sutil” y la informante 15 afirma que “el algoritmo te sugiere un tipo de contenido determinado para que pases más tiempo en la aplicación, y si interactúas con él, mejor”. Pese a todo lo mencionado anteriormente, la informante 14 opina que este control es, en cierta medida, positivo: “El control por parte de las redes sociales puede ser positivo porque así se me sugiere contenido que realmente me interesa consumir”. Aun así, ella añade: “No obstante, soy consciente de que eso conlleva que uno no salga de su burbuja y eso no es para nada positivo”.

Otro aspecto a destacar es que a todos los informantes les costaría dejar de consumir Instagram y TikTok, sobre todo a las informantes 14 y 15. De hecho, la informante 14 comparte lo siguiente: “Actualmente todos vivimos interconectados, así que si mis amigos dejaran de utilizar estas dos redes sociales pienso que a mí no me costaría tanto dejar de hacerlo”. No obstante, cabe destacar que los informantes 11, 12 y 13 opinan que desconectarse de Instagram y TikTok de forma permanente les haría sentir “libres”. “He pasado por etapas donde no he usado rrss y son aquellas etapas donde he sentido más paz que en toda mi vida”, comparte la treceava informante.

Por último, cabe destacar que todos los informantes están de acuerdo en que las redes sociales han evolucionado socialmente y que en la actualidad estas plataformas digitales visibilizan problemáticas sociales que necesitan voz, más allá de tener repercusiones negativas en aquellos que las consumen. Así pues, todos consideran que estos medios digitales no son perjudiciales en sí mismos, sino que lo que determina el efecto que estos pueden generar en sus usuarios es el tipo de uso que se les da.

5.3.3. La percepción del término “salud mental”

La salud mental es un concepto sobre el cual todos los informantes del 11 al 15 han oído hablar en algún momento de su vida. De hecho, los cinco afirman ser conscientes de lo que conlleva tener una buena o una mala salud mental.

Por un lado, los informantes 11, 12 y 14 asocian una buena salud mental con el “bienestar emocional”, y además el informante 11 añade que “la salud mental lo es todo, es el motor de una persona”. Por otro lado, la informante 13 defiende que la salud mental implica “conocerte a ti mismo y aceptarte”, y la informante 15 está plenamente de acuerdo con esta última afirmación. Asimismo, la informante 15 argumenta que “tener una buena salud mental significa tener consciencia de lo que eres y ser fiel a ti mismo”. Es destacable que el informante 12 afirma haber vivido situaciones donde ha existido una falta de comprensión, así como de concienciación, hacia trastornos mentales: “Queda mucho por avanzar”, opina el doceavo informante.

En relación con la autoestima de cada uno de los participantes, los informantes 11, 14 y 15 confiesan no tener una buena autoestima. No obstante, todos ellos junto con los informantes 12 y 13 se consideran personas extrovertidas. De esta manera, el informante 11 afirma que “no tiene autoestima”, y a su vez añade lo siguiente: “De cara a los demás finjo que todo está bien, pero luego no es así”. La informante 14 explica que actualmente va al psicólogo para tratar de vencer la situación anímica por la cual está pasando: “Gracias a eso mi autoestima está subiendo poco a poco”, afirma la catorceava informante. Finalmente, la informante 15 amplía que su baja autoestima se debe a que se preocupa más por los demás que por ella misma: “yo me digo a mí misma que debo dejar de intentar complacer a los demás y debo empezar a complacerme a mí, pero aún no lo he logrado”, explica la quinceava informante.

Además, cabe destacar que tanto el informante 11 como la informante 15 expresan que su actividad en redes sociales les ayuda a sentirse mejor consigo mismos. De esta manera, el onceavo informante comparte que se inició en TikTok para subir su autoestima: “Era una forma de reconfortar mi amor propio, ya que la gente me podía decir lo guapo que me veía”, añade el informante 11. No obstante, él afirma lo siguiente: “Ahora me he dado cuenta de que tengo problemas fuera de las redes sociales mucho más graves que los que tenía por aquel entonces, y por eso he dejado de dar importancia a lo que me dicen los demás usuarios”. Aunque la informante 15 no se inició en ninguna red social por la razón expuesta por el informante 11, ella afirma lo siguiente:

“En las redes sociales suelo contar mi vida y me desahogo, así que no me gustaría prescindir de ellas porque pienso que ayudan a que me sienta mejor frente a algunos problemas que tengo en la vida real. Igual me pasa algo malo pero veo dos vídeos en TikTok y se me pasa”. De esta manera, la quinceava informante expresa que las redes sociales le ayudan a “no darle tantas vueltas a las cosas”, hecho que ella valora muy positivamente.

En cuanto a la informante 14, ella argumenta que las redes sociales potencian su baja autoestima: “Las redes sociales ayudan a que me sienta peor conmigo misma porque me comparo con otras chicas que muestran cómo todo les va genial”. Asimismo, pese a que ella actualmente está tratando de vencer esta situación en términos psicológicos, la informante 14 deficiente que “hace mucha falta que tanto en los centros educativos se hable de la salud mental, eso ayudaría muchísimo a que la situación cambiara”. Un dato que cabe resaltar es que, pese a que la informante 15 valora positivamente el efecto que tienen las redes sociales en su autoestima, ella también defiende que estas plataformas facilitan que las personas se comparen unas con otras: “Si en la vida real te comparas con los demás, en las redes sociales te comparas mucho más porque te encuentras con mucha más gente, y reconozco que a mí también me pasa”.

Los informantes 12 y 13, a diferencia de los demás, consideran que tienen una buena autoestima. Por un lado, el informante 12 comparte que se acepta a sí mismo porque lo ha aprendido con el paso del tiempo. Por otro lado, la informante 13 cree que la clave para lograr quererse y aceptarse está en el uso que se le da a las redes sociales: “Yo he recurrido a ayuda profesional y gracias a ello he reconducido mi conducta en redes sociales. Ahora me lo perdono todo, pero he necesitado mi tiempo para poder lograrlo”, explica la treceava informante. Pese a ello, los dos coinciden con los argumentos dados por el resto de participantes. En concreto, el informante 12 comparte: “Cuando te dan like en redes sociales en tu cerebro se activa un mecanismo de recompensa y eso hace que te sientas premiado por el contenido que subes. De esta forma, esa sensación es tan placentera que los usuarios sentimos la necesidad de ser premiados una y otra vez, hasta que acabamos un poco obsesionados con el mecanismo de las redes sociales”. Así pues, la informante 13 hace referencia a lo mismo que las informantes 14 y 15: la comparación en las redes sociales: “No sé por qué pero siento que al consumir contenido en redes sociales todos acabamos cayendo en la comparación con los demás, y eso es peligroso”, añade la treceava informante. Al mismo tiempo, ella opina respecto a la aportación del informante 12 en referencia al mecanismo de estas plataformas digitales:

“Las redes sociales están creadas para atraer a la gente, y por eso es evidente que se generan patrones de adicción al usarlas”.

La adicción es uno de los aspectos que se abordó, también, en este tercer Grupo Focal, y la informante 13 fue quien introdujo este concepto: “Yo creo que he pasado por una etapa de adicción a las redes sociales, y aunque muchas personas crean que eso es algo que no ocurre a menudo, es muy poco realista pensar eso porque la realidad es que este trastorno es muy habitual”.

El informante 12 confiesa que no puede afirmar que nunca sufrirá adicción hacia las redes sociales, y argumenta que él no confía en sí mismo en ese aspecto: “Soy consciente del componente adictivo de las redes sociales. Es más, por ejemplo en TikTok, su formato de deslizar los vídeos potencia la adicción hacia la plataforma”, explica el doceavo informante. Además, la informante 14 argumenta: “Yo no me considero adicta en comparación con mi hermano de 16 años, porque él está muy enganchado a las redes sociales. Aun así, creo que soy muy vulnerable a sufrir adicción, porque puedo llegar a tener comportamientos relacionados con la adicción, por ejemplo el aislamiento”. Pese a ello, la informante 14 defiende que “la vida ahora está en Internet”, y confiesa lo siguiente: “Las redes sociales forman parte de mi día a día, y es verdad que siempre intento estar ocupada para evitar caer en la adicción”.

No obstante, los informantes 11 y 15, por el contrario, explican que su patrón de conducta está muy alejado de lo que es la adicción, y que no consideran posible que ellos acaben sufriendo este trastorno. Los dos coinciden en que su conducta frente al uso de Instagram y TikTok ha mejorado con el paso de los años, y además el informante 11 comparte lo siguiente: “He aprendido a gestionar qué y cómo consumo”.

Antes de cerrar el tema de la adicción, es considerable que los informantes 12 y 13 explican que siempre han buscado una manera de distraerse de la realidad, según confiesan. De esta manera, antes de consumir redes sociales el tiempo libre de ambos era destinado a jugar con videojuegos. Por esa razón, ellos explican que, aunque a veces se evadan de la realidad mediante el consumo de Instagram o de TikTok, ello no es necesariamente culpa de estas plataformas digitales.

También cabe destacar la aportación de la informante 14 respecto a la evolución de su personalidad durante los últimos años:

“Cuando me adentré en el mundo de las redes sociales mi personalidad pasó a ser menos familiar que ahora, y es que llevo años sustituyendo algunos ratos con mi familia por estar con el móvil”, confiesa la catorceava informante.

5.3.4. Reacción al vídeo de TikTok

En este *Focus Group*, los cinco integrantes coinciden en la descripción del contenido del vídeo visionado de la plataforma TikTok, pues todos lo consideran “entretenido”. No obstante, las aportaciones de cada uno de los participantes son diferentes.
El informante 11 coincide plenamente con el mensaje que transmite el vídeo de TikTok España, mientras que el informante 12 no le encuentra sentido: “TikTok puede limitar el tiempo de uso de los usuarios de esta plataforma y no lo hace, se limita a hacer un vídeo con dibujos, y por eso no creo que TikTok tenga la intención real de que la gente deje de consumir esta red social”. Al mismo tiempo, la informante 14 añade que “no es lógico que TikTok te sugiera que dejes de pasar tiempo en TikTok, es incoherente”. No obstante, la catorceava informante también opina que el mensaje que lanza el vídeo es necesario y que el montaje de la pieza audiovisual es adecuado para que las personas se detengan a verlo.

La informante 13 cree que la intencionalidad de TikTok España al difundir el vídeo es buena, pero que el mensaje que se pretende difundir pierde credibilidad al tratarse de un vídeo “humorístico” —según denomina la informante—. Por ello, la treceava informante opina que muchas personas siguen mostrando inconsciencia respecto a la adicción que puede derivarse del uso de TikTok.

La informante 15 confiesa que, pese a que está de acuerdo con que el consumo de TikTok debe disminuirse en términos generales, ella necesita entrar en esta plataforma para evadirse de situaciones que vive en su día a día: “Veo más peligroso que la gente se deje abducir por según qué contenidos que el hecho de que se consuman contenidos en sí”, añade la quinceava informante.

Así pues, a ninguno de los cinco informantes le han limitado el uso de ninguna red social a lo largo de su vida, y además tres de ellos afirman que la responsabilidad de que los jóvenes sepan moverse dentro del mundo de las redes sociales sin que les afecte es ajena a ellos. De esta manera, los informantes 11 y 13 defienden que los padres son los principales responsables de que sus hijos sean conscientes de todo lo que conlleva ser usuario de una red social: “Los jóvenes somos más inmaduros que nuestros padres y por eso ellos deben enseñarnos a gestionar nuestro consumo de las redes sociales”, afirma el

onceavo informante. A su vez, la informante 13 comparte la opinión del informante 11, añadiendo que “si los padres no informan a sus hijos sobre cómo usar las redes sociales, los jóvenes nunca aprenderán a hacerlo”. No obstante, la treceava informante piensa que en su caso sus padres no podían ayudarla en este aspecto, puesto que en la época en la que ella se adentró en el mundo de las redes sociales, se desconocía el mundo de estas plataformas digitales: “Ahora creo que los padres tienen la obligación de concienciar a sus hijos sobre las redes sociales, ya que se conoce mucho más sobre el tema”, finaliza la informante 13. También el informante 12 considera que la responsabilidad de que los jóvenes hagan un buen empleo de las redes sociales recae en los padres, pero él es el único participante que menciona a las instituciones educativas como otro pilar fundamental en el proceso de aprendizaje: “Los colegios son los primeros que deberían inculcar el cómo enseñar a usar las redes sociales, al final las entidades educativas tienen mucho trabajo por hacer en este sentido”, argumenta el doceavo informante.

Por su parte, las informantes 14 y 15 no coinciden con las anteriores aportaciones. La informante 14 expone que en la actualidad ella es la única responsable del consumo que hace de las redes sociales, ya que sus padres “nunca podrán entender lo que conlleva crecer en un mundo donde las redes sociales lo son todo”, según opina. La informante 15 coincide con la afirmación anterior, y además añade lo siguiente: “Aunque yo soy la única responsable de mis actos, pienso que la cultura de hoy en día se basa en el consumo de las redes sociales y por eso estas plataformas también tienen parte de responsabilidad. Tanto Instagram como TikTok, por ejemplo, deberían velar por causar más efectos positivos que negativos en sus usuarios, aunque es lógico que el único que tiene la capacidad de controlar cómo le afectan las cosas es uno mismo”.

Cabe destacar que, de igual forma que ocurrió en el transcurso del *Focus Group* de jóvenes de secundaria, los jóvenes de este Grupo Focal coinciden en que las generaciones más jóvenes tienen más posibilidades de verse perjudicadas por las redes sociales que ellos. “Los niños y niñas de hoy en día son usuarios de las redes sociales desde bien pequeños y ello conlleva que tengan más problemas para gestionar sus emociones dentro de este mundillo”, argumenta la informante 14.

5.3.5. Conclusiones del *Focus Group* de jóvenes de la universidad

En cuanto a este último *Focus Group*, también cabe destacar algunos aspectos.

En primer lugar, en relación con las redes sociales los cinco informantes presentan opiniones bastante distintas. Asimismo, los informantes 12, 14 y 15 coinciden en que son plataformas muy relevantes en su día a día, mientras que los informantes 11 y 13 afirman que su conducta en las redes sociales ha evolucionado de tal forma que actualmente pueden prescindir de ellas sin problema. No obstante, todos afirman ser conscientes de que las redes sociales conllevan efectos tanto positivos como negativos para sus usuarios. De hecho, las experiencias vividas por estos 5 informantes confirman que, independientemente del uso que ellos les den, en algún momento de su vida han sufrido los efectos tanto positivos como negativos de las redes sociales.

En segundo lugar, y en cuanto a la salud mental, los cinco informantes de este Grupo Focal confirman conocer el término junto con lo que conlleva en términos individuales. Asimismo, confiesan que hace unos años no sabían tanto al respecto como en la actualidad y que ello se debe a que no se le daba apenas voz. Además, el informante 12 expresa que, bajo su punto de vista, las instituciones educativas deberían concienciar a los jóvenes respecto a todo lo que conlleva tener una mala salud mental. A su vez, los informantes 11 y 13 defienden que los padres también tienen un papel muy importante en cuestión de concienciar a sus hijos, pues los jóvenes muchas veces no tienen la suficiente madurez como para hacer frente a todo lo que conlleva estar presente en plataformas digitales como las redes sociales.

En tercer lugar, la autoestima de los informantes 11, 14 y 15 es baja mientras que los informantes 12 y 13 confirman tener su autoestima alta. Aun así, estos dos últimos informantes argumentan que aceptarse a sí mismos les ha llevado un tiempo y que, para ello, lo han tenido que trabajar. En este caso, todos los participantes se consideran extrovertidos, y cabe destacar que los informantes 11 y 15 se definen como personas muy abiertas que “siempre muestran su mejor cara”, pese a que su estado anímico sea malo.

Además, las conclusiones que se pueden extraer a raíz de la ejecución de este tercer grupo focal también guardan cierta relación con algunos de los estudios citados en el marco teórico de este trabajo (punto 2). Por un lado, los cinco informantes reafirman lo que los diez participantes restantes han expuesto: el contenido de las redes sociales impacta en la salud mental de aquel que lo consume. La anterior afirmación consta tanto en la investigación de la Revista Electrónica en Salud Mental, Alcohol y Drogas (SMAD) como en el *Digital News Report 2022* —estudios desarrollados en el apartado 2 de este trabajo y, a su vez, mencionados en las conclusiones de los dos *focus group* anteriores—.

Por otro lado, una temática que no ha surgido con los informantes del 1 al 10 es la de la vigilancia por parte de las redes sociales. Asimismo, los informantes del 11 al 15 afirman que las redes sociales someten al individuo a una vigilancia continua, fenómeno ya expuesto por el filósofo Byung-Chul Han en su libro “Infocracia” (2022). Así pues, Han argumenta que la sociedad siempre ha estado vigilada y que este fenómeno no se debe únicamente a la era digital. No obstante, el filósofo defiende que esta vigilancia ha migrado hacia el entorno digital y, con ello, incluye las redes sociales. Los informantes de este último *Focus Group* aportan esta misma idea durante el transcurso del mismo, hecho que demuestra que estos jóvenes son conscientes de este fenómeno.

Finalmente, cabe destacar que en este tercer Grupo Focal también aparece reflejada la idea de “violenta positividad” acuñada por Han —igual que en los dos *focus group* anteriores—. Así pues, la informante 14 es quien menciona que, al apreciar los logros de los demás en redes sociales, su estado anímico se ve perjudicado. Este testimonio coincide con el de los informantes 2 y 9. No obstante, los informantes 11, 12, 13 y 15 también coinciden en que lo que las personas muestran en redes sociales suele ser positivo y que ello hace que se recurra más fácilmente a la comparación, situación que les afecta negativamente.

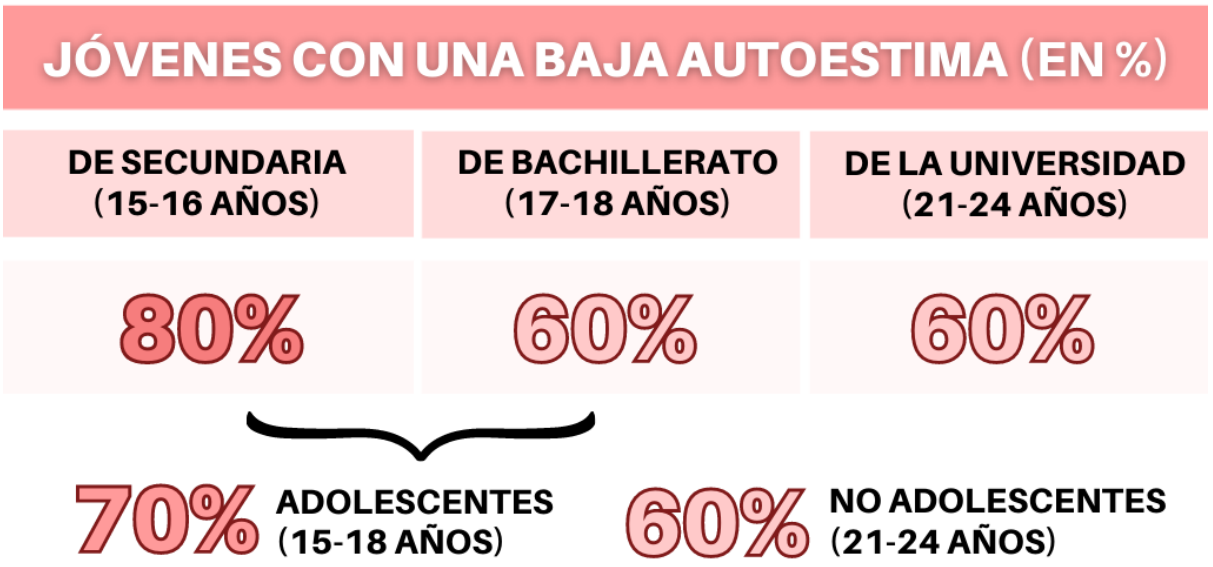
5.4. Resultados globales

Con la finalidad de poder comprender mejor las percepciones de los 15 jóvenes participantes de la parte práctica de esta investigación, a continuación se exponen las conclusiones extraídas a raíz de la ejecución de los tres grupos focales.

5.4.1. Conclusiones de los tres *focus group*

Una vez realizados los tres grupos focales, cabe destacar las similitudes y diferencias entre los 15 participantes.

En cuanto a las similitudes, todos los jóvenes de entre 15 y 24 años coinciden en que su autoestima influye en el estado de su salud mental.
Así pues, 10 de los informantes defienden que su autoestima es baja o relativamente baja y que ello influye en que su salud mental sea vulnerable a sufrir cambios. Concretamente, ellos son los informantes 1, 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 14 y 15. Con esta numeración, se puede apreciar que 4 jóvenes de secundaria presentan una baja autoestima (el 80% de este grupo de edad), frente a 3 jóvenes de bachillerato y, a su vez, 3 jóvenes de la universidad (el 60% de los respectivos grupos de edad). Teniendo en cuenta que tanto los jóvenes de secundaria como los jóvenes de bachillerato se encuentran en la etapa de la adolescencia, cabe resaltar el siguiente dato: de entre los 10 adolescentes participantes, 7 de ellos definen su autoestima como “baja” (el 70% de los adolescentes). No obstante, como ya se ha mencionado anteriormente, el 60% de jóvenes no adolescentes que cursan un grado universitario también declara que su autoestima es baja, y por tanto el porcentaje entre jóvenes adolescentes y no adolescentes no presenta una diferencia muy notoria. Aun así, pese a que los adolescentes no parecen ser mucho más vulnerables que el resto de jóvenes participantes frente a los estímulos de las redes sociales, es importante destacar los siguientes datos:



(Figura 5) *Jóvenes con una baja autoestima (en %)*
Gráfico de elaboración propia con los datos extraídos a raíz de la ejecución de los tres grupos focales de esta investigación

A raíz de la Figura 5, es deducible que la edad podría ser un factor que influye negativamente en la recepción de los estímulos de Instagram y TikTok por parte de los jóvenes. En cuanto a la etapa de la adolescencia, y pese a que el porcentaje que hace referencia a los jóvenes adolescentes de bachillerato y a los jóvenes de la universidad coincide, en la Figura 5 se puede apreciar que la media de jóvenes adolescentes con una baja autoestima (70%) supera a la media de jóvenes no adolescentes con, también, una autoestima baja (60%). Por tanto, también se podría afirmar que la adolescencia es una etapa que conlleva que las personas sean más vulnerables que el resto de jóvenes en cuanto a la recepción de estímulos externos. Además, cabe destacar lo siguiente:

- De entre el 80% de jóvenes adolescentes de secundaria que sufren una baja autoestima, todos defienden que las redes sociales influyen mucho en cómo se perciben a sí mismos.

- De entre el 60% de jóvenes adolescentes de bachillerato y jóvenes de la universidad que también definen su autoestima como “baja”, todos coinciden en que las redes sociales no son las culpables de este suceso, aunque sí que reconocen que les influyen ligeramente.

Este fenómeno denota que los jóvenes de menor edad responsabilizan, en gran medida, a las redes sociales, a diferencia de los jóvenes a partir de los 17 años, quienes consideran que el estado de su autoestima va más allá de Instagram y de TikTok.

Cabe mencionar que tres de los adolescentes participantes del segundo grupo focal (estudiantes de bachillerato) sufren un Trastorno Depresivo diagnosticado. Aun así, de entre estos tres adolescentes (informantes 6, 7 y 8) solamente uno confiesa tener una baja autoestima (la informante 6). Por el contrario, los informantes 7 y 8 padecen un Trastorno Depresivo aunque afirman que se aceptan a sí mismos tal y como son, mientras que los informantes 9 y 10 no padecen ningún trastorno mental pero comparten que no se aceptan a sí mismos del todo. Este suceso denota que, según las aportaciones de los distintos participantes, sufrir un Trastorno Depresivo no implica tener una autoestima baja.

Las diferentes testimonios relacionados con la autoestima de cada uno de los participantes guardan relación con el estudio “Autoestima y salud mental de los adolescentes” del Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz (Chile), expuesto en el marco teórico de este trabajo (apartado 2).
En esta investigación se concluye que los jóvenes adolescentes pueden ser más vulnerables de tener una baja autoestima respecto al resto de personas, y que ello puede causarles problemas de salud mental. De esta manera, de entre los 10 adolescentes participantes, más de la mitad confirman tener una autoestima baja (el 60%). No obstante, el 60% de los jóvenes restantes (de entre 21 y 24 años) también confirma tener una autoestima baja. Por lo tanto, pese a que aparentemente los adolescentes no parecen ser más vulnerables que el resto de jóvenes, sí que cabe mencionar que el 80% de los adolescentes más jóvenes, participantes del primer grupo focal, padecen una baja autoestima. Por lo tanto, si bien a raíz de esta investigación no se puede generalizar que los adolescentes son más vulnerables a sufrir una baja autoestima, sí que se puede concluir con que los adolescentes de una edad más temprana (entre 15 y 16 años) parecen más vulnerables a que el estado de su autoestima sea peor que el de resto de los jóvenes.

En relación con la influencia que pueden tener las redes sociales con la autoestima de los jóvenes y, por consiguiente, con su salud mental, es considerable que todos los participantes mencionan que estas plataformas digitales influyen en su estado de ánimo y también en su estado de salud mental. Aun así, no todos coinciden en que ello es el principal detonante para que su salud mental sea buena o mala. El 70% de los jóvenes adolescentes, los cuales pertenecen al primer y al segundo grupo focal, afirman que las

redes sociales influyen en cómo se perciben a sí mismos, y, por lo tanto, en su autoestima (informantes 2, 3, 6, 7, 8, 9 y 10). No obstante, el 30% de jóvenes adolescentes (informantes 1, 4 y 5) junto al 100% de jóvenes de la universidad (informantes 11, 12, 13, 14 y 15) afirman que las redes sociales son el reflejo de la vida diaria, y que pese a que estas puedan influir en su autoestima no son las causantes de que esta sea alta o baja. Además, es considerable que los informantes 6, 7 y 8, pese a mencionar que las redes sociales sí que influyen notablemente en su estado de ánimo y de autoestima, coinciden con los últimos informantes en que estas plataformas no son las causantes principales de trastornos mentales.

El suceso expuesto en el anterior párrafo guarda relación con un término mencionado en los resultados de los tres *focus group* y, a su vez, en el marco teórico: “violenta positividad”. De esta manera, el término acuñado por el filósofo Byung-Chul Han en su libro Infocracia (2022) es expuesto por, aproximadamente, el 46% de los participantes.

Los informantes 2, 9, 11, 12, 13, 14 y 15 afirman que aquello que consumen en Instagram y TikTok se basa en los logros de los demás y que ello les afecta negativamente (es decir, aproximadamente el 46% de los jóvenes participantes). Cabe mencionar que de entre estos 7 informantes, solamente 2 son adolescentes.

En el apartado 3.1. de esta investigación se hace referencia a los informes internos de la plataforma Facebook llamados “Los archivos de Facebook”, los cuales desvelan que Instagram incita al usuario a la “comparación social”. Este fenómeno también consta en el informe “La relación entre el uso de Instagram y los indicadores de salud mental: una revisión sistemática” (2021) del Departamento de Psicología Clínica y de la Salud Experimental y el Departamento de Trabajo de la Universidad de Ghent (Bélgica), también mencionado anteriormente en el apartado 3.1. Así pues, cabe destacar que los jóvenes participantes de los tres grupos focales han mencionado que tienden a la comparación en estas plataformas digitales. Por lo tanto, se puede afirmar que la comparación es una acción habitual entre los jóvenes usuarios de las redes sociales, sobre todo de Instagram.

A su vez, y concretando con Instagram, “Los archivos de Facebook” muestran que esta red social puede provocar más daños psicológicos en las chicas que en los chicos, en relación con cómo se perciben físicamente. No obstante, a raíz de la ejecución de los tres grupos focales se confirma que tanto los chicos como las chicas sufren daños psicológicos en relación con lo que consumen en esta plataforma digital. De esta manera, 7 informantes declaran que el contenido que ven en Instagram y TikTok les afecta negativamente, 4 de los

cuales son chicas. Por lo tanto, teniendo en cuenta que del total de participantes existe un 60% de chicas frente a un 40% de chicos, el 44% de chicas informantes se ven afectadas por las redes sociales en términos psicológicos (4 informantes de las 9 totales), mientras que existe un porcentaje mayor de chicos que también confiesan el daño que les causan las redes sociales: el 50% (3 informantes de los 6 totales).

Además del Trastorno Depresivo, la adicción es otra de las cuestiones abordadas en la parte práctica de este trabajo. Asimismo, en el estudio “Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes” (2016) de Norma Edith Muñoz y Sandra Ramírez, ambas autoras confirman que las personalidades introvertidas son más propensas a sufrir adicción que las extrovertidas, como bien se menciona en el marco teórico. Pese a ello, la ejecución de los tres grupos focales demuestra que el informante 9 es el único que se define como “introvertido” y, a su vez, declara no tener ningún patrón de conducta relacionado con la adicción a las redes sociales.
En cambio, el resto de informantes se definen como “extrovertidos” y el aproximado 73% de ellos confiesan que, bajo su punto de vista, experimentan patrones de conducta relacionados con la adicción conductual hacia las redes sociales Instagram y TikTok (informantes 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 14 y 15). Aun así, cabe destacar que los informantes 8 y 13 también han experimentado este tipo de conducta, pero en la actualidad han logrado vencer esos patrones de adicción. Asimismo, el informante 12 confiesa que se limita el tiempo de uso tanto de Instagram como de TikTok porque si no “acabará enganchándose”.

6. Conclusiones

Como conclusiones generales de este trabajo, cabe destacar que tanto el objetivo general como los objetivos específicos expuestos en el apartado 1.1. se han logrado a raíz de la ejecución de la metodología de *Focus Group*. Además, la investigación ha permitido responder a las preguntas de investigación planteadas en el punto 1.2. Asimismo, a raíz de este trabajo se ha podido conocer la percepción que tienen los jóvenes participantes de los *focus group* sobre la influencia que Instagram y TikTok ejercen en su salud mental.

Por un lado, cabe remontarse a la hipótesis establecida en el apartado 1.2.: "Las redes sociales afectan más negativamente que positivamente a la salud mental de los jóvenes españoles, y este colectivo no es consciente de ello". Pese a que esta investigación parte de la anterior afirmación, a raíz de la ejecución de los tres grupos focales compuestos por jóvenes españoles de entre 15 y 24 años queda patente que estos jóvenes piensan que las redes sociales afectan a su salud mental tanto negativamente como positivamente. Así pues, no se puede generalizar al respecto puesto a que se trata de un fenómeno plenamente subjetivo, y mientras a algunos jóvenes les puede afectar más negativamente que positivamente, en otros puede ocurrir todo lo contrario. No obstante, es importante destacar que los resultados evidencian que estas plataformas afectan más negativamente al colectivo joven adolescente que al resto de jóvenes españoles. Ello ocurre porque, según se puede apreciar a raíz de sus testimonios, los adolescentes se muestran más vulnerables frente a la recepción de estímulos que provienen de las redes sociales Instagram y TikTok en comparación con los jóvenes de mayor edad. De hecho, los jóvenes que ya han superado la etapa de la adolescencia explican que se puede aprender a usar las redes sociales para que ello les afecte positivamente. De esta forma, algunos de ellos emplean Instagram y TikTok para consumir contenido que les aporta sensaciones positivas. Cabe mencionar que, aunque estas dos redes sociales pueden afectar negativamente a los jóvenes que las consumen, esta investigación permite deducir que ninguna de estas plataformas son las causantes de los problemas de salud mental de los 15 jóvenes participantes, sino que se los potencian.

En cuanto a la conciencia por parte de los jóvenes respecto al término 'salud mental' así como al efecto que puede tener el uso de estas plataformas digitales en esta, todos ellos expresan que conocen qué es la salud mental y, a su vez, son conscientes de que el uso de las redes sociales puede repercutir negativamente en su salud mental.

No obstante, cabe mencionar que los 15 participantes reconocen que es necesario que se hable más al respecto, ya sea por parte de las instituciones educativas o por parte de su entorno más cercano.

Por otro lado, y en relación con la salud mental, el desarrollo de los tres *focus group* ha permitido comprobar que el uso de las redes sociales Instagram y TikTok puede generar dependencia o incluso adicción conductual a los jóvenes españoles. De hecho, pese a la ausencia de un diagnóstico médico que lo confirme, algunos de ellos piensan que sufren adicción de este tipo hacia estas dos plataformas. Es destacable que la mayoría de los participantes, en especial los adolescentes, tienen patrones de conducta relacionados con este trastorno, entre los cuales se encuentran el aislamiento o el hecho de dejar de lado ciertas responsabilidades de su vida diaria. No obstante, todos los participantes son conscientes de la importancia de la salud mental, pese a que, en su entorno, no se hable mucho al respecto.

Además, los participantes de este trabajo pueden ser indicativos de que el estado de ánimo de la juventud española se puede ver afectado por el uso de Instagram y TikTok, incluyendo su autoestima. Aun así, los jóvenes participantes también muestran plena consciencia al respecto. Así pues, mientras el sexo, el nivel de estudios, la situación laboral y económica y la clase social de cada uno de los participantes son variables que no han alterado los distintos testimonios, se ha demostrado que la edad sí que es un factor influyente en la percepción de los jóvenes acerca de su uso de Instagram y TikTok. De esta manera, los jóvenes adolescentes sufren una autoestima más baja que el resto de jóvenes y además muchos de ellos confiesan que lo que consumen en estas dos redes sociales afecta en la percepción que tienen de sí mismos. En cambio, los jóvenes no adolescentes confiesan que también han pasado por esa etapa, pero que en la actualidad han aprendido a consumir las redes sociales sin que ello les afecte demasiado.

7. Bibliografía

- *¿Cómo define la OMS la salud?* (s. f.). Organización Mundial de la Salud. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de https://www.who.int/es/about/frequently-asked-questions

- *¿De qué edad a qué edad va la adolescencia?* (s. f.). Unicef. Recuperado el 2 de marzo de 2023 de https://www.unicef.org/uruguay/que-es-la-adolescencia#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,los%2010%20y%2019%20a%C3%B1os

- *¿Quiénes son los jóvenes?* (s. f.). Organización de las Naciones Unidas. Recuperado el 2 de marzo de 2023 de https://www.un.org/es/global-issues/youth

- Abjaude, S., Borges, L., Barboza, M., Pereira, L. (2020). ¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental? *SMAD*, *16* (1), 1-3. Recuperado el 15 de mayo de https://core.ac.uk/download/pdf/288188584.pdf

- Adicciones tecnológicas: internet, móviles y redes sociales (s. f.). *Isep*. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de https://www.isep.es/actualidad/adicciones-tecnologicas-internet-moviles-y-redes-sociales/

- Álvarez Peláez, E., Martín Delgado, C. M. (2021). *Adicción a las redes sociales en adolescentes: personalidad y síntomas psicopatológicos*. (Trabajo de Final de Grado) [Universidad de la Laguna]. Recuperado el 23 de febrero de 2023 de https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23967/Adiccion%20a%20redes%20sociales%20en%20adolescentes%20personalidad%20y%20sintomas%20psicopatologicos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Asselin, C. (13 enero 2022). *TikTok: cifras y estadísticas clave en España, Latam y el mundo 2022*. Digimind. Recuperado el 27 de febrero de 2023 de https://blog.digimind.com/es/agencias/tiktok-cifras-y-estadisticas-2020

- Aumenta la preocupación por el bienestar de los niños y los jóvenes ante el incremento del tiempo que pasan frente a las pantallas. (8 febrero 2021). *Unicef*. Recuperado el 13 de febrero de 2023 de https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/aumenta-la-preocupaci%C3%B3n-por-el-bienestar-de-los-ni%C3%B1os-y-los-j%C3%B3venes-ante-el

- Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2008). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication *13*, 210-230. Recuperado el 30 de marzo de https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062?login=false

- Buss Thofehrn, M., López Montesinos, M. J., Rutz Porto, A., Coelho Amestoy, S., Cristina de Oliveira Arrieira, I., Mikla, M. (2013). *Grupo focal: Una técnica de recogida de datos en investigaciones cualitativas*. Scielo. Recuperado el 5 de abril de 2023 de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962013000100016

- Castaño, J. (6 octubre 2021). Un estudio revela que los menores españoles pasan más de 600 horas al año solo en Instagram. *La Vanguardia*. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20211006/7771214/estudio-revela-menores-espanoles-pasan-mas-600-horas-ano-instagram-pmv.html

- Castaño, J. (15 septiembre 2021). Unos informes de Facebook revelan que Instagram es tóxico para muchas adolescentes*. La Vanguardia.* Recuperado el 15 de marzo de 2022 de https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20210915/7721737/informes-facebook-revelan-instagram-toxico-muchas-adolescentes-pmv.html

- Cuadros Rincon, J. V., Torra Muñoz, S. A. (11 noviembre 2022). Tik Tok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes. *Unab*. Recuperado el 18 de marzo de 2023 de https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/18503

- *Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online a nivel mundial en 2021 y 2022.* (5 abril 2023). Statista. Recuperado el 15 de abril de 2023 de https://es.statista.com/estadisticas/664510/desglose-porcentual-de-las-busquedas-online-mundiales-por-buscador/

- *Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online usados en España en 2021.* (10 mayo 2022). Statista. Recuperado el 15 de abril de 2023 de https://es.statista.com/estadisticas/670092/cuota-de-mercado-de-los-motores-de-busqueda-por-buscador-espana/

- *Depresión.* (s. f.). Organización Mundial de la Salud. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de https://www.who.int/es/health-topics/la-d%C3%A9pression#tab=tab_1

- *Digital 2022: La guía definitiva para un mundo digital cambiante.* (2022). We Are Social. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/

- Digital News Report 2022. (2022). [Reuters Institute & University of Oxford] Recuperado el 20 de marzo de 2023 de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022

- Echeburúa, E. y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, *22* (2), 91-96. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186

- *Estadísticas uso de redes sociales en 2023: informe España y mundo.* (s. f.). Una vida *online.* Recuperado el 25 de febrero de 2023 de https://unavidaonline.com/estadisticas-redes-sociales/

- *Estudio de redes sociales 2021.* (5 mayo 2021). IAB Spain. Recuperado el 2 de febrero de 2022 de https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/

- *Estudio de redes sociales 2022.* (18 mayo 2022). IAB Spain. Recuperado el 2 de febrero de 2023 de https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/

- Faelens, L., Hoorelbeke, K, Cambiar, R., van Put, J., Van de Putte, E., De Raedt, R., Koster, E. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Science Direct*, *4* (1). Recuperado el 23 de febrero de 2023 de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958821000695

- Fernández Castrillo, B. (2012). Salud mental: un concepto polisémico. *Revista Uruguaya de Enfermería*, *7* (2). Recuperado el 12 de febrero de 2023 de http://rue.fenf.edu.uy/index.php/rue/article/view/65

- Fernández, R. (5 abril 2023). *Número de usuarios activos mensuales (MAU) de TikTok a nivel mundial desde 2021 hasta 2026 (en millones)*. Statista. Recuperado el 10 de abril de 2023 de https://es.statista.com/previsiones/1194895/usuarios-de-tiktok-mundiales-prevision

- Fernández Sánchez, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, *36* (6), 521-527. Recuperado el 13 de febrero de 2023 de http://www.revistasaludmental.mx/index.php/salud_mental/article/view/SM.0185-3325.2013.063/2270

- *Galende: "Si nos enfermamos mentalmente en la comunidad es en la comunidad donde deben surgir los elementos terapéuticos".* (15 mayo 2017). 1er Congreso Provincial de Salud Mental y Adicciones. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://www.ms.gba.gov.ar/sitios/congresosaludmentalyadicciones/2017/05/15/galende-si-nos-enfermamos-mentalmente-en-la-comunidad-es-en-la-comunidad-donde-deben-surgir-los-elementos-terapeuticos/

- García Alonso, A. (s. f.). *La depresión en adolescentes*. Injuve. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ84-07.pdf

- García del Castillo, J. A. (2013). *Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales.* Salud y drogas, *13* (1), 5-13. Recuperado el 11 de marzo de 2023 de https://www.redalyc.org/pdf/839/83928046001.pdf

- García Muñío, D. (2020). *La influencia de las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes*. (Trabajo de Final de Grado) [Universidad Zaragoza]. Recuperado el 23 de febrero de 2023 de https://zaguan.unizar.es/record/101935/files/TAZ-TFG-2020-1522.pdf

- Giménez, M. (s. f.). La necesidad de aprobación: Cuando la opinión de los demás impera en ti. *Área Humana*. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de https://www.areahumana.es/necesidad-de-aprobacion/

- Han, B. C. (2017). *Sociedad del cansancio* (2ª ed.). Barcelona: Herder Editorial. Consultado el 6 de abril de 2023.

- Han, B. C. (2022). *Infocracia*. Barcelona: Taurus. Consultado el 12 de abril de 2023.

- Herrero Jaén, S. (2016). *Formalización del concepto de salud a través de la lógica: impacto del lenguaje formal en las ciencias de la salud*. Scielo, *10* (2). Recuperado el 17 de febrero de 2023 de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1988-348X2016000200006

- Hernán, M., Fernández, A., Ramos, M. (2004). *La salud de los jóvenes*. Scielo, *18* (1), 47-55. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/gs/v18s1/02jovenes.pdf

- *La evolución del concepto de salud.* (s. f.). Sanitas. Recuperado el 17 de febrero de 2023 de https://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/prevencion-salud/medicina-digital/evolucion-del-concepto-de-salud.html

- *La pandemia ha provocado un aumento de hasta el 47% en los trastornos de salud mental de los menores.* (7 abril 2022). Grupo de Trabajo Multidisciplinar sobre Salud Mental en la Infancia y Adolescencia. Recuperado el 5 de marzo de 2023 de https://www.aeped.es/sites/default/files/20220407_np_salud_mental_infancia_y_adolescencia.pdf

- Los jóvenes usan un 170% más las redes sociales desde el confinamiento. (22 junio 2022). *Solidaridad Intergeneracional.* Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://solidaridadintergeneracional.es/wp/los-jovenes-usan-un-170-mas-las-redes-sociales-desde-el-confinamiento/

- *Los menores españoles pasan más de 600 horas al año solo en Instagram.* (6 octubre 2021). Qustodio. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://www.qustodio.com/es/press-releases/under-16s-spend-up-to-600-hours-per-year-on-instagram/

- Macaya Sandoval, X. C., Vyhmeister, R. P., Parada, B. V. (2018). Evolución del constructo social de salud mental. *Humanidades Médicas*, *18* (2), 215-232. Recuperado el 17 de febrero de 2023 de http://scielo.sld.cu/pdf/hmc/v18n2/1727-8120-hmc-18-02-338.pdf

- Marciales, G.P. y Cabra, F. (2010). Internet y pánico moral: revisión de la investigación sobre la interacción de niños y jóvenes con los nuevos medios. *Universitas Psychiologica*, *10* (3), 855-865. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672011000300017

- Melgosa, J. (2017). Preservando la salud mental. *Apuntes Universitarios*, *7* (2), 84-89. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/198

- Montt, M. A., Chávez, F. U. (1996) Autoestima y salud mental en los adolescentes. *Salud Mental*, *19* (3), 30-35. Recuperado el 12 de febrero de 2023 de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5794501

- Muñoz, N. E., Ramírez, S. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, *2* (4), 46-52. Recuperado el 8 de abril de 2022 de https://psicoeducativa.iztacala.unam.mx/revista/index.php/rpsicoedu/article/view/32/108

- Olives, M., Hernández, L. (2020). *Las redes sociales y su influencia en trastornos como la depresión en los jóvenes.* [Universidad de La Laguna]. Recuperado el 20 de marzo de https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23966/Las%20redes%20sociales%20y%20su%20influencia%20en%20trastornos%20como%20la%20depresion%20en%20los%20joven es..pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Paricio del Castillo, R., Pando Velasco, M. F. (2020). Salud mental infanto-juvenil y pandemia de Covid-19 en España: cuestiones y retos. *Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil*, *37* (2), 30-44. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de https://www.aepnya.eu/index.php/revistaaepnya/article/view/355

- *Por qué la salud mental debe ser una prioridad al adoptar medidas relacionadas con el cambio climático.* (3 junio 2022). Organización Mundial de la Salud. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de https://www.who.int/es/news/item/03-06-2022-why-mental-health-is-a-priority-for-action-on-climate-change

- *Presentación.* (s. f.). 1er Congreso Provincial de Salud Mental y Adicciones. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://www.ms.gba.gov.ar/sitios/congresosaludmentalyadicciones/presentacion/

- Quintero Camarena, G. (2017) *De la sociedad de los locos a la sociedad de los cansados*. Scielo, *1* (2), 321-328. Recuperado el 1 de abril de 2023 de https://www.scielo.org.mx/pdf/cultural/v5n2/2448-539X-cultural-5-02-00321.pdf

- *Salud Mental España alerta de la relación entre adicciones y problemas de salud mental en la población joven.* (24 junio 2022). Confederación Salud Mental España. Recuperado el 12 de febrero de 2023 de https://consaludmental.org/sala-prensa/relacion-adicciones-salud-mental-joven/

- *Salud Mental España reclama prevención y recursos para remontar la precaria salud mental de la infancia, adolescencia y juventud.* (5 octubre 2022). Confederación Salud Mental España. Recuperado el 12 de febrero de 2023 de https://consaludmental.org/sala-prensa/salud-mental-espana-reclama-prevencion-recursos-infancia-adolescencia-juventud/

- *Salud mental y redes sociales.* (26 julio 2017). Centro Bonanova. Recuperado el 23 de febrero de 2023 de https://www.centrobonanova.com/salud-mental-y-redes-sociales/

- Salud mental y redes sociales. (17 febrero 2019). *Trahtemberg*. Recuperado el 13 de febrero de 2023 de https://www.trahtemberg.com/salud-mental-y-redes-sociales/

- *SOWC Report: Children in a Digital World.* (2017). Unicef. Recuperado el 13 de febrero de 2023 de https://weshare.unicef.org/Package/2AMZIFI79K_I

- Szerman, N., Martinez Raga, J., Baler, R., Roncero, C. Vega, P., Basurte, I. Grau López, L., Torrens, M., Casas, M., Ruiz, P. (2017). La adicción es un trastorno mental y no un acto voluntario y vicioso. *Patología Dual*. Recuperado el 20 de febrero de 2023 de https://www.patologiadual.es/docs/Decalogo_Patologia_Dual_SEPDv2.pdf

- Vera, V. y López, C. (2021). *La ansiedad y la depresión derivadas del abuso de las redes sociales: un análisis relacional.* [Universidad Católica Luis Amigó] ResearchGate. Recuperado el 8 de abril de 2022 de https://www.researchgate.net/profile/Victor-Gil-Vera/publication/350499466_Anxiety_and_depression_resulting_from_the_abuse_of_social_networks_a_relational_analysis/links/606366e792851cd8ce7aca7b/Anxiety-and-depression-resulting-from-the-abuse-of-social-net works-a-relational-analysis.pdf

- Young, K.S. (1997). *What makes the Internet addictive: Potential explanations for pathological Internet use*. HealthyPlace. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de https://www.healthyplace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial

8. Anexos

A continuación, se adjuntan tanto el guión que se ha respetado para la ejecución de los distintos grupos focales como el formulario enviado a cada uno de los 15 participantes.

8.1. Guión para los *focus group*

1. Primero, os voy a pedir que me digáis los tres adjetivos que creáis que os definen mejor en relación a vuestro carácter y personalidad. Uno de ellos debe ser extrovertido o introvertido, debéis definir el que os identifica mejor de entre estos dos, y luego proponer dos más.

2. Ahora nos adentramos en uno de los pilares fundamentales de mi trabajo: las redes sociales. ¿Qué entendéis por redes sociales? ¿Las asociáis con algo más positivo que negativo, o al contrario?

3. ¿Cuánto tiempo le destináis diariamente a Instagram? ¿Y a TikTok?

4. ¿Qué tipo de contenidos soléis consumir en ambas plataformas?

5. ¿Desde cuándo sois usuarios de Instagram y TikTok?

6. ¿Qué os llevó a decidir empezar a formar parte de ambas plataformas?

7. Por lo tanto, ¿por qué creéis que las empleáis?

8. De acuerdo. Ahora vamos a movernos hacia la otra cara de la moneda de este trabajo: la salud mental. ¿Qué os sugiere este término?

9. ¿Podríais citar algún trastorno mental que conozcáis o de los que hayáis oído hablar?

10. A raíz de investigar acerca de esta cuestión, numerosos estudios afirman que la adicción, por ejemplo, también puede ser conductual, es decir, que esta puede ir ligada al comportamiento del individuo más allá que al consumo de sustancias químicas. De hecho, estos mismos estudios argumentan que las redes sociales pueden ser causantes de este tipo de trastorno. ¿Qué pensáis? ¿Creéis que las redes sociales pueden producir adicción?

11. ¿Consideráis que sufrís o habéis sufrido adicción conductual hacia Instagram y TikTok?

12. ¿Habéis dejado de lado alguna de vuestras responsabilidades, ya sean académicas o de cualquier otro tipo, por consumir Instagram y TikTok?

13. ¿Y os habéis llegado a aislar de vuestro entorno a causa del consumo de estas dos redes sociales?

14. De acuerdo, vamos a hacer un mini experimento, pero el reto está en ser sinceros. ¿Qué pasaría si os dijera que a partir de ahora tenéis que prescindir de Internet por una semana? ¿Qué creéis que os provocaría? Nombrad algunas posibilidades.

15. ¿Alguna vez habéis experimentado malestar emocional? ¿Creéis que este puede tener relación con el uso de redes sociales?

16. Puntuad vuestro "malestar emocional" acerca de la cuestión anterior del 0 al 10, entendiendo que 0 es un nulo malestar, un 5 es un malestar intermedio y un 10 un malestar emocional severo.

17. El hecho de dejar de consumir las redes sociales es algo que puede causar malestar emocional. Al final, todos vivimos conectados a Internet desde hace varios años, y además lo hemos acabado normalizando por completo. Ahora bien, ¿creéis que eso podría considerarse, en cierto modo, adicción?

18. Dejando de lado vuestra experiencia personal y hablando en términos generales, ¿creéis que en general, emplear las redes sociales en exceso puede conduciros hacia un trastorno mental como puede ser la adicción? O, por contra, ¿lo véis bastante lejano a vosotros? Es decir, que aunque la sufran otras personas sentís que no es probable que la acabéis sufriendo vosotros.

19. Dejando un poquito de lado la adicción, vamos a cambiar el rumbo de la conversación. Antes hemos compartido lo que es la salud mental. Por ello, ahora que ya tenéis sí o sí una idea más o menos sólida al respecto, me gustaría que os remontarais a los tiempos en los que no consumíais ni Instagram ni TikTok, y que os "visualicéis" en ese momento de vuestra vida. Sobre todo, me gustaría que reflexionarais sobre cómo os sentíais (felices, infelices, afectados por algun trastorno mental…). Es decir, en cuanto a vuestros sentimientos, ¿cómo recordais la época en la que no teníais redes sociales?

20. ¿Cómo definiríais vuestra salud mental de aquel momento de vuestra vida?

21. Ahora, os voy a pedir que compartáis la misma percepción de vuestra salud mental pero en relación con ahora mismo. Quiero recordar que este grupo focal es completamente anónimo y que vuestras experiencias pueden contribuir a mi investigación de tal manera que pueda ayudar a otros jóvenes a poder comprender mejor el mundo de las redes sociales y también su propia salud mental. Así pues, ahora que ya lleváis años siendo usuarios de Instagram y TikTok, ¿creéis que vuestra salud mental actualmente es la misma que la de aquella época a la que os he pedido que os remontéis? (época previa a ser usuarios de ambas redes sociales)

22. A aquellos que me habéis comentado que sí que ha habido un cambio en vuestra salud mental: ¿este cambio ha sido para bien o para mal?

23. Bien, a raíz de haberos adentrado en el mundo de estas dos redes sociales, y en relación a aquellos que me habéis comentado que vuestra salud mental sí que ha cambiado, ¿podríais intentar reflexionar al respecto y compartir con nosotros por qué creéis que este cambio en vuestra salud mental ha sucedido?

24. ¿Creéis que Instagram y TikTok tienen algo que ver con el deterioro o con la mejora de la salud mental?

25. Hemos comentado qué es la adicción conductual, pero ahora os pregunto sobre otro aspecto relacionado con la salud mental, ¿qué es para vosotros la autoestima?

26. ¿Consideráis que las redes sociales favorecen o perjudican la autoestima de las personas?

27. Actualmente, ¿qué imagen tenéis de vosotros mismos?

28. Sin entrar en detalles, ¿creéis que las redes sociales os han hecho querer cambiar o directamente cambiar algo en vosotros mismos?

29. Teniendo en cuenta lo que habéis respondido, ¿créeis que vuestra autoestima se ve afectada por vuestro consumo en RRSS?

30. Muchos estudios confirman una correlación entre una baja autoestima y una pésima salud mental, pues esta puede generar trastornos como, por ejemplo, la depresión. ¿Qué pensáis sobre esto?

31. El 2 de febrero la propia cuenta de TikTok España publicó el siguiente vídeo, quiero que lo veáis y ahora compartimos opiniones al respecto. https://vm.tiktok.com/ZMY4GnewX/ (ver vídeo)

- “Pues haced una actualización para que los vídeos se pasen solos”
- “Si me duele el pulgar utilizo el otro dedo”
- “Que si mamá, ya voy a dormir”

Estos son solo algunos de los comentarios que hay en ese vídeo, es decir, los usuarios que comentan muestran inconsciencia acerca de las cuestiones anteriores —sobre todo aquella relacionada con la adicción—. Por lo tanto, en caso de sufrir adicción a esta plataforma, podrían no ser conscientes de ello. ¿Qué opináis?

32. Apelando a la sinceridad, y haciendo ver que las reflexiones anteriores no han existido, ¿qué pensáis sobre estos comentarios? ¿Os identificáis con la percepción de los usuarios que han comentado eso?

33. Con este ejemplo simplemente quería ver si, pese a que las propias aplicaciones intentan manifestar que hay que tener cuidado con su consumo (en este caso, TikTok), a las personas les ayudaba a ser conscientes de la situación o no. ¿Quién tiene más responsabilidad sobre el uso que hacen los jóvenes de las redes sociales: ¿los padres o los propios jóvenes?

34. ¿Creéis que, respecto a los menores de edad, tendrían que existir un conjunto de limitaciones relacionadas con el uso de Instagram y TikTok?

35. A vosotros concretamente, ¿vuestros padres os han restringido el uso de estas plataformas en algún momento?

8.2. Formulario enviado a los participantes de los *focus group*

Nombre:

Edad:

Sexo:

Ciclo escolar (ESO, bachillerato o universidad):

En caso de cursar un grado universitario, especificar cuál:

Situación económica:

a. Independencia económica total (con trabajo estable)
b. Independencia económica parcial (con trabajo temporal)
c. Dependencia de los padres (sin trabajo)

¿De qué trabajan tus padres?

¿De qué clase social te consideras?

a. Alta
b. Media
c. Obrera

*Cabe destacar que el nombre de todos los participantes permanecerá completamente anónimo bajo el apelativo de "Informante"