

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Y DE LA COMUNICACIÓN

**Influencia de Instagram sobre la salud
mental de las jóvenes canarias**

EVELYN LUCÍA LÓPEZ QUINTANA
Convocatoria Junio, 2022

Tutora: Lara Carrascosa Puertas

RESUMEN:

Este trabajo de investigación analiza la influencia de Instagram sobre las mujeres jóvenes entre 18 y 25 años en Canarias. Instagram es una de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes, ha ido creciendo a la par de la depresión y la ansiedad en estas edades, por lo que hemos averiguado si hay relación entre estas variables. Las hipótesis planteadas en esta investigación han sido que Instagram provoca adicción y una percepción errónea del entorno en los usuarios y que es un factor de riesgo en el desarrollo de trastornos como la ansiedad y la depresión en mujeres entre 18 y 25 años. Los objetivos han sido descubrir cómo Instagram afecta a la salud mental de las jóvenes canarias entre 18 y 25 años, conocer el funcionamiento de los algoritmos de esta red y comprobar si los contenidos promueven impresiones equivocadas acerca de la realidad. Hemos realizado una encuesta a una muestra de conveniencia con un total de 127 mujeres y hombres de Canarias y dos entrevistas a expertos, una a Carolina Izquierdo, psicóloga, y otra a Ricardo Gopar, experto en algoritmos. Los resultados mostraron que los algoritmos de las redes sociales están creados para producir adicción sin importar la salud mental de los usuarios, así como que el abuso de estas plataformas es cada vez más común entre los jóvenes. Los encuestados al usar esta aplicación sienten emociones neutrales, sin embargo, opinan negativamente de la misma y afirman haber realizado algún comportamiento motivado por los contenidos de Instagram. Al finalizar la investigación concluimos que Instagram tiene poder sobre las emociones y la percepción de las jóvenes, que las mujeres se sienten altamente presionadas en esta red y que Instagram se ha convertido en una forma de distracción con gran influencia en la salud mental de las jóvenes.

Palabras clave: Instagram, mujeres, jóvenes, depresión, ansiedad, salud mental.

ABSTRACT:

This research analyzes the influence of Instagram on young women between 18 and 25 years old in the Canary Islands. Instagram is one of the most used social networks by young people, and that has been growing along with depression and anxiety in young people, so we wanted to find out if there is a relationship between these variables. The hypotheses raised in this research have been that Instagram causes addiction and a misperception of the environment in users and that is a risk factor in the development of disorders such as anxiety and depression in women between 18 and 25 years old. The objectives have been to discover how Instagram affects the mental health of Canarian women between 18 and 25 years old and more specifically to know the operation of the algorithms and check if the contents promote an erroneous perception about the environment. Following a methodology based on a survey of a convenience sample with a total of 127 women and men from the Canary Islands to study the different perceptions, and two interviews with experts, one with Carolina Izquierdo, psychologist, and another with Ricardo Gopar, an expert in algorithms, We obtained as results that the algorithms of social networks are created to produce addiction regardless of the mental health of the users, also that social media abuse is becoming more common among young people. Respondents when using this app feel neutral emotions, however, negatively think of it and claim to have performed some behavior motivated by Instagram content. At the end of the research we concluded that Instagram has power over the emotions and perception of young women, that women feels highly pressured on this network and that Instagram has become a form of distraction with great influence on women's mental health.

Key words: Instagram, women, young, depression, anxiety, mental health.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TEMA	5
3. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA	9
4. MARCO TEÓRICO	11
5. OBJETIVOS	13
6. HIPÓTESIS	14
7. METODOLOGÍA	14
8. RESULTADOS	18
8.1.1 ENTREVISTA A RICARDO GOPAR	18
8.1.2 ENTREVISTA A CAROLINA IZQUIERDO	20
8.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	21
9. DISCUSIÓN	34
10. CONCLUSIONES	38
11. BIBLIOGRAFÍA	39
12. ANEXOS	46
12.1. ANEXO 1: ENTREVISTA A RICARDO GOPAR	46
12.2. ANEXO 2: ENTREVISTA A CAROLINA IZQUIERDO	48

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las redes sociales están altamente presentes en nuestra vida. Las personas comparten a través de Instagram, Facebook o Twitter, entre otras, aspectos de su día a día, y observan la vida de los demás a través de una pantalla.

Las redes sociales han producido un gran impacto y avance en la sociedad, sobre todo, en el ámbito de la comunicación. Hoy en día personas totalmente desconocidas y sin nada en común se pueden encontrar, conocer e incluso asociarse a través de estas redes. Sin embargo, los algoritmos de dichas aplicaciones buscan mantener a la audiencia entretenida el mayor tiempo posible. Por ello, es de vital importancia que conozcamos la cara oculta de estas redes sociales y cómo afectan en nuestra forma de percibir el mundo.

Instagram nos permite falsificar nuestra imagen ante los demás para obtener una validación externa que hace que nuestra autoestima se eleve, creando una sensación de recompensa en los usuarios que hace que estos cambien y alteren más seguidamente sus publicaciones para encajar entre sus seguidores (Rubio, 2020: 36).

Instagram, además, según el último informe anual del IAB, Interactive Advertising Bureau (2022), en este año fue la segunda red más conocida, detrás de Facebook, la segunda usada con más frecuencia a lo largo del día por los usuarios y es la red social más usada entre personas de 18 y 24 años. Este informe con respecto al del Interactive Advertising Bureau (2021) mostró una reducción del tiempo en redes que pasó de una hora y cincuenta y tres minutos en el año 2021 a 1 hora y 10 minutos en 2022.

En el estudio anual del uso de redes sociales del Interactive Advertising Bureau (2022) los usuarios describieron la aplicación como una red social con muchas fotos, muy visual, entretenida y entre otros atributos destacaron que es la app del postreo. En relación con esto Castaño (2021) elaboró una noticia en el periódico *La Vanguardia*, hablando acerca de una investigación de Facebook que recalca que la red social Instagram es perjudicial para las mujeres adolescentes, por afectar su bienestar mental y su autoestima. “Las jóvenes presentaban una

especie de adicción, entendida una dificultad para dejar de usar la plataforma e incluso, para eliminarla de sus dispositivos móviles” (Castaño, 2021).

Por otra parte, y según el Ministerio de Sanidad de España (2020) la ansiedad, la depresión y los trastornos de conducta alimentaria se multiplican, y es destacable que dichos problemas predominen en las mujeres frente a los hombres. El informe, además, nos muestra que cada año las cifras aumentan y que estos problemas están empezando a una edad muy temprana, desde los 15 años.

En Instagram hay usuarios de todas las edades y sexos que observan los contenidos de la red. En este TFG estudiaremos qué provocan en los jóvenes entre 18 y 25 años las redes sociales y si su uso puede influir en el desarrollo o empeoramiento de la depresión y la ansiedad.

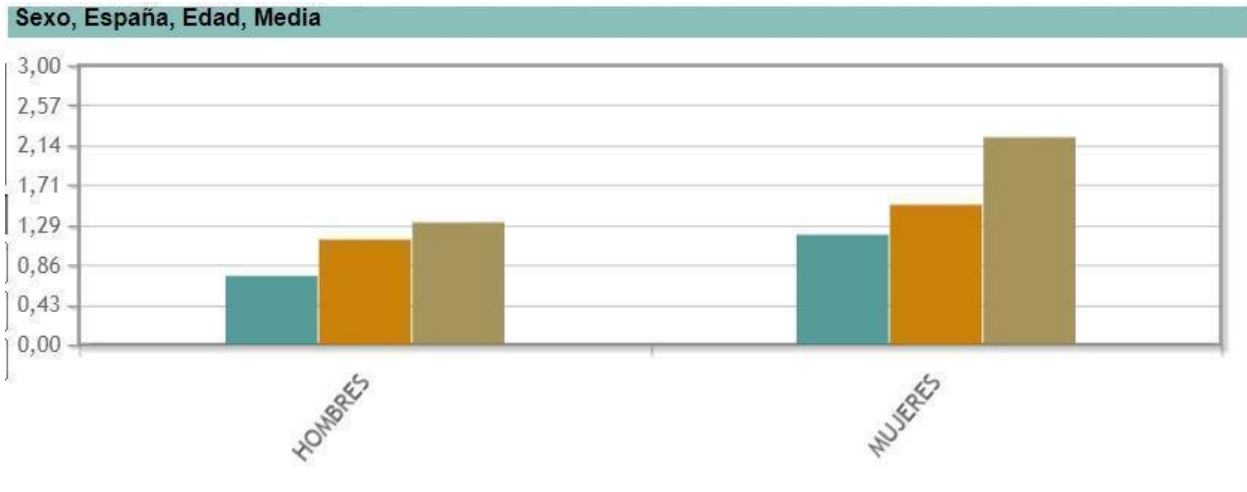
2. JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TEMA

Este TFG ha surgido con el objetivo de averiguar si hay una serie de mecanismos en Instagram que llevan a las jóvenes a desarrollar trastornos de depresión o ansiedad, o que influyen en los mismos.

Hasta ahora se han realizado numerosos estudios acerca de las redes sociales y sus efectos en jóvenes, sin embargo, a nivel de Canarias es interesante descubrir el efecto de las redes sociales sobre los jóvenes y si esto puede traer consigo depresión o ansiedad.

La gráfica que veremos a continuación refleja la salud mental de los españoles por edades y sexo. Observamos mayores problemas de salud mental en las mujeres de todas las edades. Entendiendo esta gráfica podemos deducir que las mujeres desarrollan más problemas de salud mental en todas las edades de su vida con respecto a los hombres.

Gráfica 1: Salud mental en población adulta por sexo y edad en España (2021).

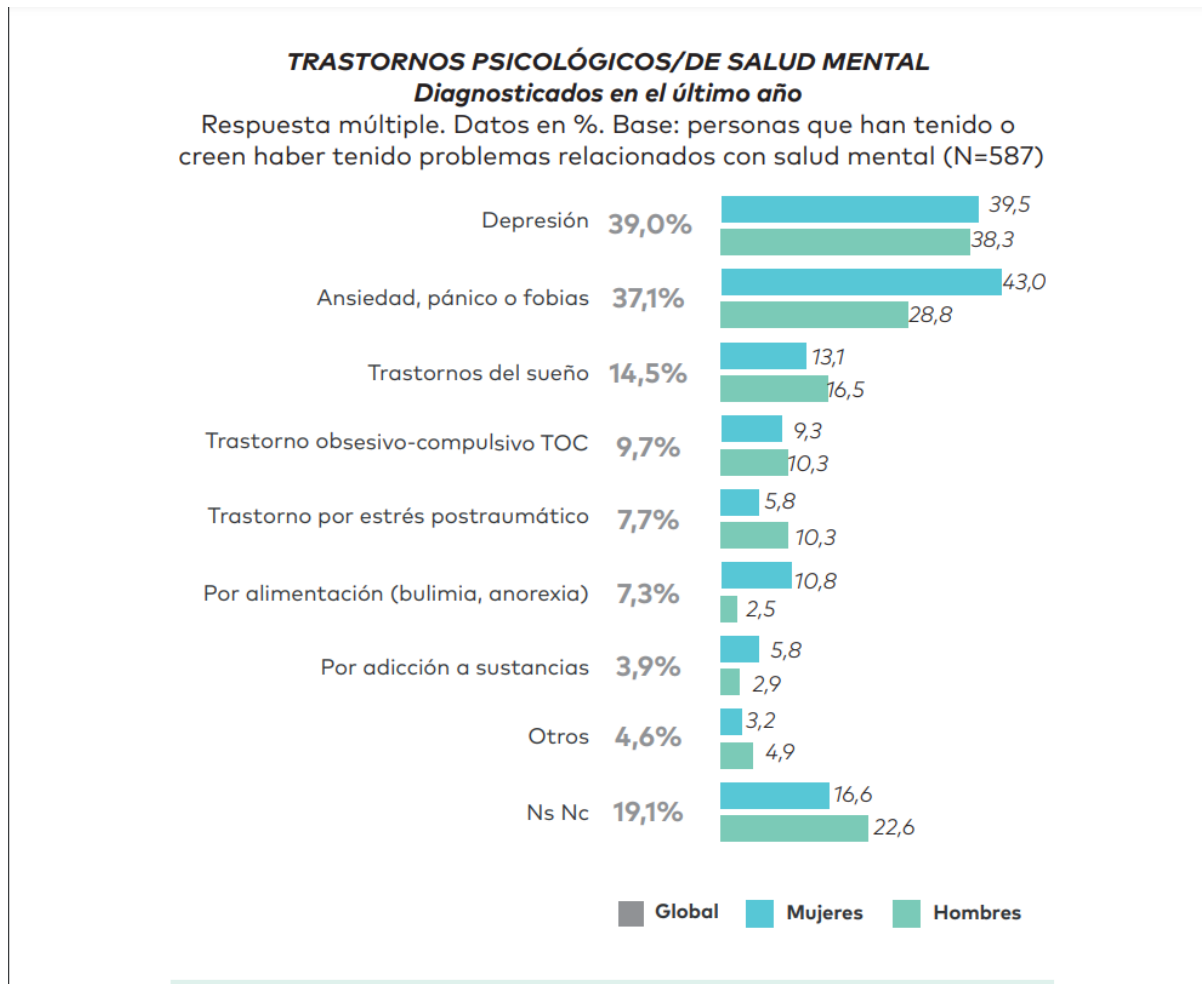


Fuente: INE.

Por otra parte, el Centro Reina Sofía de Adolescencia y Juventud (2019) recogió en el II barómetro de salud y bienestar realizado que el 48,9% de los jóvenes españoles estudiados, que tenían entre 14 y 29 años, sospechaban haber sufrido alguna patología de salud mental en los últimos doce meses.

De los jóvenes estudiados los trastornos diagnosticados más comunes fueron la ansiedad, la depresión, las fobias y los trastornos de sueño.

Gráfica 2: Trastornos psicológicos de salud mental diagnosticados más comunes en jóvenes (2019).



Fuente: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.

En la gráfica anterior observamos también que la ansiedad, la depresión y los trastornos de conducta alimentaria son más comunes en mujeres, lo cual podría tener relación con que las mujeres hacen un mayor uso de la red social Instagram que los hombres según el informe anual digital sobre el uso de redes sociales del IAB (2021).

Además, aunque ni la American Psychological Association con su DSM (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders), ni la OMS con la CIE (Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades) hayan confirmado que exista la adicción a las redes sociales, en Canarias el abuso del uso del móvil y concretamente de estas plataformas es cada vez mayor, así lo determinó la fundación Adsis (2022) tras la realización del programa de prevención de adicciones en jóvenes de Canarias, que estudió a un total de 1546 jóvenes entre 9 y 20 años, un 20% afirmó sentir adicción hacia la tecnología. De estos usos tecnológicos Instagram se encuentra en el tercer lugar de más uso con un porcentaje de 74,2%, únicamente adelantado por WhatsApp y YouTube. Además, un 6% del total de los encuestados reconoció que cuando no puede conectarse a Internet siente emociones similares a la adicción a sustancias, como, por ejemplo, inquietud, violencia o nerviosismo.

Por otra parte, una noticia publicada en *Consalud.es*, que se basa en el estudio anual de la IAB del año 2021 recogido por el Instituto Brain 360, destaca que “más del 11% de los jóvenes adictos a las redes sociales acaba sufriendo depresión” (*Consalud.es*, 2022).

Las redes sociales influyen en la ansiedad de los jóvenes por varios motivos: 1) la sensación de aislamiento con el resto del mundo, 2) las fake news, que influyen negativamente en el estado de ánimo de los usuarios, 3) La comparación constante con la vida de los otros usuarios, 4) La mayor exposición a situaciones de ciberacoso. (Barboza et al, 2020: 2)

En este trabajo de fin de grado nos centraremos en investigar a las jóvenes canarias y averiguaremos si las redes sociales influyen o no en su salud mental, y más concretamente en el desarrollo de trastornos de ansiedad o de depresión por el uso de esta aplicación.

La importancia de este estudio reside en determinar si Instagram supone un problema en la salud mental de las mujeres jóvenes de Canarias y en caso de que esto sea así, averiguar a qué se debe esta situación.

3. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA

González et al (2022) confirmaron que el uso consecutivo de las plataformas de redes sociales tiene relación con algunos problemas de salud mental como la depresión o la ansiedad. Además, destacaron que “a mayor uso de las redes, mayor probabilidad de desarrollar adicción” (González et al, 2022: 44).

Se considera que hablamos de adicción cuando “una persona deja de realizar sus actividades diarias con normalidad, como, por ejemplo, relegar la comida o la higiene o postergar el estudio o el trabajo continuamente” (Martínez, 2018).

Fernández (2013: 524) destaca que la adicción recae en las acciones que se llevan a cabo en estas redes, y no tanto en las plataformas en sí. “Actualmente no existe un instrumento que pueda aportar datos que apoyen un diagnóstico acerca de la posible adicción a las redes sociales” (Fernández, 2013: 524). En las conclusiones de dicho artículo Fernández (2013: 526) afirma que el concepto “adicción” solo se entiende cuando hablamos de sustancias y que estos comportamientos obsesivos, que sobre todo afectan a jóvenes y adolescentes, deben ser controlados desde edades tempranas mediante normas de conducta, como la prohibición del uso del dispositivo móvil a la hora de comer, o un tiempo antes de dormir.

Por otra parte, a pesar de que las redes sociales tienen numerosas ventajas, estas no son de la misma magnitud para hombres y mujeres. Existe en la actualidad el término Brecha Digital que según González (2006: 196), refleja la diferencia existente entre las posibilidades y el alcance de los hombres frente a las mujeres, dejando a estas en una clara desventaja. “El ciberespacio, por más democrático que quiera parecer, no deja de ser un escenario más de factores de desigualdad de género” (Bonavita, De Garay y Camacho, 2015: 33).

Bonavita, De Garay y Camacho (2015: 41) citan a González (2006): “La mayoría de los crímenes cibernéticos son dirigidos hacia mujeres o infantes, por ello, podríamos decir que el

ciberacoso es, en realidad, una forma de acoso generalizada en femenino”. Esta situación puede traer consigo que las mujeres desde muy jóvenes sean vulnerables en la red.

Las mujeres se encuentran sometidas al bombardeo de estereotipos de belleza que las llevan a una continua comparación. La publicidad presente en las redes sociales provoca que las mujeres perciban lo femenino como un sinónimo de belleza y subordinación, lo que trae consigo que a la hora de mostrarse a sí mismas adopten estas características como algo propio, dejando de lado la muestra de sus propias características individuales para adaptarse a la sociedad. (Tortajada et al, 2013)

Ruíz (2021: 34) en su libro *Filosofía ante el desánimo* afirma que “en las redes sociales nos vemos obligados a cumplir los procesos para no sufrir represalias, lo que nos somete a un plus de tensión que nos termina agotando”. A esto tenemos que añadirle el tiempo que los usuarios dedican a sus redes sociales y cómo disminuyen la dedicación de horas a cuidar otras actividades de su día. Esta situación puede explicar la relación entre el abuso de redes sociales y desarrollo de depresión, pues las personas que abusan del uso de estas plataformas desarrollan menor autoestima, lo que hace que ellos mismos perciban su vida peor que el resto (Cabrera y Basterra, 2021: 14).

Herrera et al (2010: 16) determinaron en el estudio sobre la adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales que aquellos usuarios, considerados como “adictos” por pasar más de cuatro horas en esta plataforma, lo solían hacer por carecer de buena autoestima y tener más facilidad para establecer relaciones interpersonales a través de la red social. Lo más destacable de dicho estudio es que estas personas que eran adictas a Facebook tendían a desarrollar depresión con más frecuencia que aquellas que no (Herrera et al 2010: 16).

A la par de este estudio encontramos el realizado por Gil y Quintero (2021) sobre la relación entre la depresión, la ansiedad y el abuso de redes sociales que demostró que existe una correlación positiva entre el uso de estas redes y la depresión y la ansiedad. “Lo que determina

que a mayor cantidad de tiempo en redes mayor posibilidad de padecer depresión o ansiedad” (Gil y Quintero, 2021: 101).

En la actualidad y según el estudio de Capafons et al (2019: 39) sobre el uso de las nuevas tecnologías en jóvenes canarios de Educación Secundaria Obligatoria y Formación Profesional, las mujeres se conectan a Instagram con mayor frecuencia que los hombres, además a mayor edad, mayor uso de esta red.

Por otra parte, la fundación Adsis (2021) en su estudio de la población adolescente y joven de Canarias y los usos y abusos tecnológicos y las apuestas deportivas mostró que el 9% de los jóvenes encuestados admitía hacer un mal uso de las herramientas tecnológicas, incluyendo el descuido de su privacidad.

Tras conocer la situación deducimos que en Canarias: 1) la mayoría de los jóvenes conoce y hace uso de Instagram, y en general de una gran cantidad de redes sociales; 2) Las mujeres usan más regularmente las redes sociales; 3) A mayor uso de estas aplicaciones hay mayores probabilidades de experimentar sentimientos negativos y padecer depresión, y 5) existen jóvenes en Canarias que desconocen los peligros de no respetar su propia privacidad.

4. MARCO TEÓRICO

A lo largo de este TFG haremos uso de una serie de conceptos, que es de importancia aclarar antes de desarrollar el texto de la investigación. Estos son: redes sociales, Instagram, adicción, salud mental, depresión y ansiedad. A continuación, definiremos cada uno de estos puntos con las diferentes explicaciones principales de los mismos.

En primer lugar, las redes sociales presentan diferentes definiciones en su estudio

La primera definición que encontramos es que es un servicio que (1) permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. (Boyd y Ellison (2007), citados por Flores, Morán y Rodríguez (2009))

Sanz (2003:22) define las redes sociales como “el conjunto de relaciones sociales o interpersonales que ligan individuos u organizaciones en grupos”.

Las redes sociales son un proceso permanente de construcción que se da tanto a nivel individual como a nivel colectivo gracias a un intercambio dinámico establecido por los integrantes de la red, lo que permite que los recursos de la misma sean potencializados. (Dabas (1993) citado por Toscano et al (2012: 22))

Ante este concepto cabe destacar que cuando hablamos de redes sociales según De Haro (2010: 204) no nos referimos a las relaciones o redes que se producen entre los internautas, sino a los servicios de redes sociales, que son las plataformas que conocemos hoy en día. Un ejemplo de esta infraestructura digital es Instagram. “Instagram es una red social gratuita basada en compartir fotografías, vídeos y comentarios entre cuentas” Rojas y Panal, (2017: 1). De esta red social no se encuentran muchas definiciones que difieran entre sí, pues casi todas destacan las mismas peculiaridades.

El concepto de adicción, por su parte, es bastante complejo, sobre todo si nos referimos a las redes sociales, así pues, Martínez (2018) hace referencia en su artículo a la definición de adicción de Francisco Revuelta, del grupo Nodo educativo de la Universidad de Extremadura, el cual afirma que “una adicción es una condición que limita tu vida, tus relaciones, los aspectos de desarrollo personal y te hace dejar de hacer lo que se considera normalizado”.

En lo referido a las adicciones a plataformas de redes sociales autores como Fernández (2013: 524), sugieren que este concepto es solo de uso para referirnos a la dependencia a sustancias. Esta situación es así porque las adicciones conductuales siguen aún en proceso, pero se

consideran más como un problema de control de impulsos que de adicción (Fernández, 2013: 524).

Muñoz y Ramírez (2016) citan a Echeburúa y Corral (1994) que afirman que: “la adicción es una afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano al estrechar su campo de conciencia y restringir la amplitud de sus intereses”.

La Salud Mental es “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (Organización Mundial de la salud, 2018). Los problemas de salud mental que trataremos en este trabajo son la depresión y la ansiedad.

Basterra y Cabrera (2021) hacen referencia a la definición de depresión de Beck (1976), el cual la considera un desorden cognitivo que se debe a la activación de patrones cognitivos negativos. “El afectado por esta enfermedad percibe su propia vida y todo lo relacionado con ella de una manera negativa, incluyendo su futuro y el mundo a su alrededor” (Beck (1976) citado por Basterra y Cabrera (2021)).

Por su parte la OMS define la depresión como un trastorno de salud mental que se caracteriza por una tristeza persistente y una falta de interés o placer en actividades que previamente eran gratificantes y placenteras.

Chacón, Xatruch, Fernández y Murillo (2021) definen los trastornos de ansiedad como “patologías mentales frecuentes, que provocan sufrimiento y que contribuyen a una carga significativa en los ámbitos sociales y económicos”.

5. OBJETIVOS

Los objetivos que orientan este TFG son los siguientes:

Objetivo general: descubrir cómo Instagram afecta a la salud mental de las mujeres canarias entre 18 y 25 años.

Objetivos específicos:

1. Conocer el funcionamiento de los algoritmos presentes en Instagram y qué contenido muestran al perfil estudiado.
2. Comprobar que los contenidos de Instagram promueven estereotipos físicos y una percepción errónea acerca de la vida de otras personas y que esta situación puede perjudicar la salud mental de las jóvenes, convirtiéndose en un factor de riesgo para la ansiedad y la depresión.

6. HIPÓTESIS

Para realizar esta investigación partiremos de dos hipótesis principales:

H1: Instagram provoca adicción y una percepción errónea de su entorno en las mujeres jóvenes canarias que la utilizan.

H2: Instagram es un factor de riesgo para el desarrollo de trastornos como la ansiedad y la depresión en mujeres entre 18 y 25 años.

7. METODOLOGÍA

Para comprobar las hipótesis planteadas y cumplir los objetivos de esta investigación se ha desarrollado un estudio híbrido con una encuesta, que es una técnica de investigación cuantitativa, y entrevistas a expertos, que es un método cualitativo. De esta forma conoceremos

los datos proporcionados por la muestra y los explicaremos en mayor profundidad con los datos ofrecidos por los expertos.

Es complicado asegurar con exactitud la magnitud de relación del consumo de Instagram y los trastornos anteriormente mencionados. Por ello realizaremos una encuesta a jóvenes de la muestra para que nos expliquen qué les provoca emocionalmente esta red. De esta forma conoceremos si se relaciona más con emociones positivas y negativas y en el caso de las negativas observaremos si las nombradas son factores de riesgo para sufrir alguno de estos problemas de salud mental.

Cook (1979), citado por Aguilar et al (2017: 1606) define que: “un método cuantitativo es aquel donde se recogen y analizan datos cuantitativos, por su parte la cualitativa evita la cuantificación; sin embargo, los registros se realizan mediante la narración, la observación participante y las entrevistas no estructuradas” (Cook (1979) citado por Aguilar et al (2017)).

Entendiendo la diferencia entre ambos métodos, ya podemos distinguir en qué consiste cada uno de ellos.

Jansen (2012:42) cita la definición de encuesta de Groves et al (2004:4) que entiende que es: “un método sistemático para la recopilación de información de los entes, con el fin de construir descriptores cuantitativos de los atributos de la población general de la cual los entes son miembros”.

“La encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativos de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una cantidad de característica objetivas y subjetivas de la población”. (García Ferrando, 1987:169)

La encuesta irá dirigida a una muestra de conveniencia obtenida a través de las redes sociales y compuesta por jóvenes entre 18 y 25 años. Aunque el estudio se centrará en las mujeres la encuesta está dirigida a los dos sexos, de forma que podamos distinguir las emociones que provocan en cada caso y el efecto directo de esta red sobre los mismos.

Manterola y Otzen (2017) recogen que: “una muestra de conveniencia se utiliza para seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Fundamentado en la accesibilidad y proximidad de los sujetos investigados”. En este caso la muestra de conveniencia se justifica con la imposibilidad de tomar una muestra aleatoria y la toma de sujetos entre 18 y 25 años de Canarias, seleccionados a través de las redes sociales. Hemos tomado un total de 127 jóvenes de las islas de Gran Canaria y Tenerife.

El rango de edad entre 18 y 25 años se tomó como referencia tras analizar los resultados del Informe de IAB Spain del año 2022, que muestra que la generación Z, comprendida en este estudio en los jóvenes de entre 18 y 25 años, son los que más uso hacen de Instagram, la aplicación que hemos estudiado. Además, es la generación que, según este estudio, usa más las redes como medio para conocer nuevas personas, lo que puede ser indicativo de buscar una mayor aceptación en la plataforma y la que más utiliza Instagram para seguir a influencers, lo que podría indicar que es a través de esta aplicación dónde encuentran más modelos a seguir.

Álamo, Baader, Dittus et al (2014) determinaron que, durante la etapa universitaria, que coincide con estas edades, existía una probabilidad de depresión del 26,9%. Además, estas probabilidades eran aún mayores en las mujeres (30,8%).

En concordancia con el estudio de Álamo, Baader, Dittus et al (2014) encontramos los datos del ministerio de Sanidad del año 2017, que muestran una tendencia creciente de la ansiedad en jóvenes a partir de los 20 años, que coincide con un aumento del uso de Instagram en estas edades y en el mismo año, según el Informe de la IAB Spain (2017) donde, además, la mayoría de las usuarias de la plataforma fueron mujeres.

Las preguntas que se realizarán en nuestra encuesta son las siguientes:

1. Indique su edad
2. Indique su sexo
3. ¿Conoce la red social Instagram?
4. ¿Hace uso de Instagram?
5. En caso de hacer uso de esta red, ¿Cuántas horas dedica a Instagram al día?
6. ¿Cuándo sale con sus amigos/familiares/parejas está pendiente a esta red social y sube contenido constantemente?
7. ¿Disfruta el contenido que consume en esta red social?
8. ¿Cómo se siente mayoritariamente cuando está navegando en Instagram?
9. ¿Usted ha padecido o padece depresión o ansiedad?
10. ¿Cree que Instagram podría condicionar su salud mental en algún aspecto?
11. ¿Ha observado alguna vez comportamientos tóxicos en Instagram?
12. ¿Ha sufrido acoso por parte de otras personas en Instagram?
13. ¿Con qué fin utiliza esta red social?
14. Añada su opinión sobre la red social en este apartado
15. ¿Instagram ha motivado un cambio en su comportamiento en alguna ocasión?
16. ¿Compara o ha comparado alguna vez su apariencia o estilo de vida en Instagram?

El método cualitativo que utilizaremos en esta investigación es la entrevista. En primer lugar, cabe aclarar a qué nos referimos cuando hablamos de método cualitativo. Tomamos la definición de Flick (2012) citada por Hernández (2014: 190).

“A diferencia de la investigación cuantitativa, los métodos cualitativos toman la comunicación del investigador con el campo y sus miembros como una parte explícita de la producción de conocimiento, en lugar de excluirla lo más posible como una variable parcialmente responsable. Las subjetividades del investigador y de aquellos a los que se estudia son parte del proceso de investigación. Las reflexiones de los investigadores sobre sus acciones y observaciones en el campo, sus impresiones, accesos de irritación, sentimientos, etc. se convierten en datos de propio derecho, formando parte de la interpretación, y se documentan en diarios de investigación o protocolos de contexto”.
(Flick, 2012: 20)

Díaz, Martínez, Torruco et al (2006) citan la definición de entrevista de Canales (2006), quien afirma que es “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto”.

En este TFG se han realizado dos entrevistas a expertos, una dirigida a Ricardo Gopar, experto en marketing y marketing de redes sociales, conocedor de los algoritmos utilizados en las plataformas de redes sociales para captar la atención de los usuarios, y otra a Carolina Izquierdo Hernández, psicóloga sanitaria en la fundación Adsis, y encargada, entre otras cosas, del tratamiento de adicciones.

8. RESULTADOS

8.1.1 ENTREVISTA A RICARDO GOPAR

Ricardo Gopar¹ es experto en Marketing de redes sociales y conocedor del funcionamiento y los mecanismos algorítmicos presentes en las mismas. A la hora de definir el fin último de las redes sociales, señala que crear adicción es la base de todos los mecanismos de entretenimiento ideados por Instagram y recalca que no se tiene en cuenta y no importa que esos contenidos generen emociones negativas, o incluso problemas de salud, ya sean mentales o físicos.

Según Gopar tampoco hay una legislación obligatoria que limite lo que consumen los menores o las personas más vulnerables en Instagram ni en ninguna red, lo único que existe es el control parental, pero recalca que este puede ser burlado por los niños y adolescentes.

En cuanto al funcionamiento de los algoritmos, afirma que son capaces de aprender muy rápido, sobre todo el algoritmo de TikTok, el cual puede personalizar el contenido del usuario con que este tan solo vea 3 o 4 vídeos. Señala que lo que tienen en común todos los algoritmos es el estudio minucioso que hacen de los usuarios.

El algoritmo, según Gopar, estudia tus gustos, aficiones, tus amigos, tus seguidores etc. Lo más impactante, afirma, es que crea un avatar de ti para mostrarle el contenido y comprobar si este puede interesarte o no. Básicamente el algoritmo muestra a tu avatar todos los contenidos disponibles para ti, y te muestra lo que al avatar le ha interesado previamente.

El entrevistado señala que las redes sociales al igual que Google tienen más 200 variables en cuenta a la hora de mostrarte contenido, y que, aunque ninguna empresa lo ha confirmado “es un secreto a voces que saben lo que escribes por otras redes sociales de la misma compañía y utilizan este conocimiento para personalizar aún más lo que te muestran”.

Gopar comenta que los individuos no son conscientes del conocimiento que tiene Instagram de ellos, Instagram como la mayoría de las redes sociales conoce casi a la perfección a los usuarios, además es una tecnología altamente inteligente programada para mantener al usuario. “Instagram cuenta con mecanismos para crear adicción que no podemos imaginar, conocen cómo vamos a actuar cuando ni siquiera nosotros somos conscientes”.

¹ Entrevista completa en el anexo 1

Gopar recalca que los beneficios económicos son el factor de actuación de las compañías de redes sociales, y que mientras este cometido se logre no importan los medios utilizados ni las personas que se puedan ver afectadas por ello.

8.1.2 ENTREVISTA A CAROLINA IZQUIERDO

Carolina Izquierdo² es psicóloga en el centro de adicciones de Aluesa, parte de la fundación Adsis, que trata las adicciones en Canarias. Comenta que en estos primeros cuatro meses de 2022 las personas que llegaron al Centro Aluesa con uso compulsivo y sintomatología asociada al consumo de las redes sociales son el 28,26% del total, y destaca que en su mayoría han sido mujeres.

Izquierdo destaca que esta posible adicción llega a personas más jóvenes, las personas con este tipo de problemas de apego tecnológico son cada vez más jóvenes. De hecho, en el primer cuatrimestre de 2022 el 60,83% de las personas que han llegado al centro por adicciones sin sustancias tiene menos de 35 años.

La entrevistada señala que aún no existen evidencias de que las adicciones sin sustancias, es decir, el abuso de redes sociales, videojuegos o la realización de apuestas tengan relación con el aumento de depresión o ansiedad. Podría ser posible, pero aún no hay conclusiones al respecto.

Aunque la OMS no recoge la adicción a las redes sociales, la psicóloga señala que en ocasiones algunas personas que asisten al centro con problemas de abuso a las tecnologías cumplen con criterios de adicción: “A grandes rasgos podemos hablar de síndromes de abstinencia, tolerancia y dependencia”.

Carolina asegura que sería de gran ayuda considerar la existencia de una adicción a las nuevas tecnologías, en todos sus aspectos, incluyendo el abuso de redes sociales. Destaca que “con la

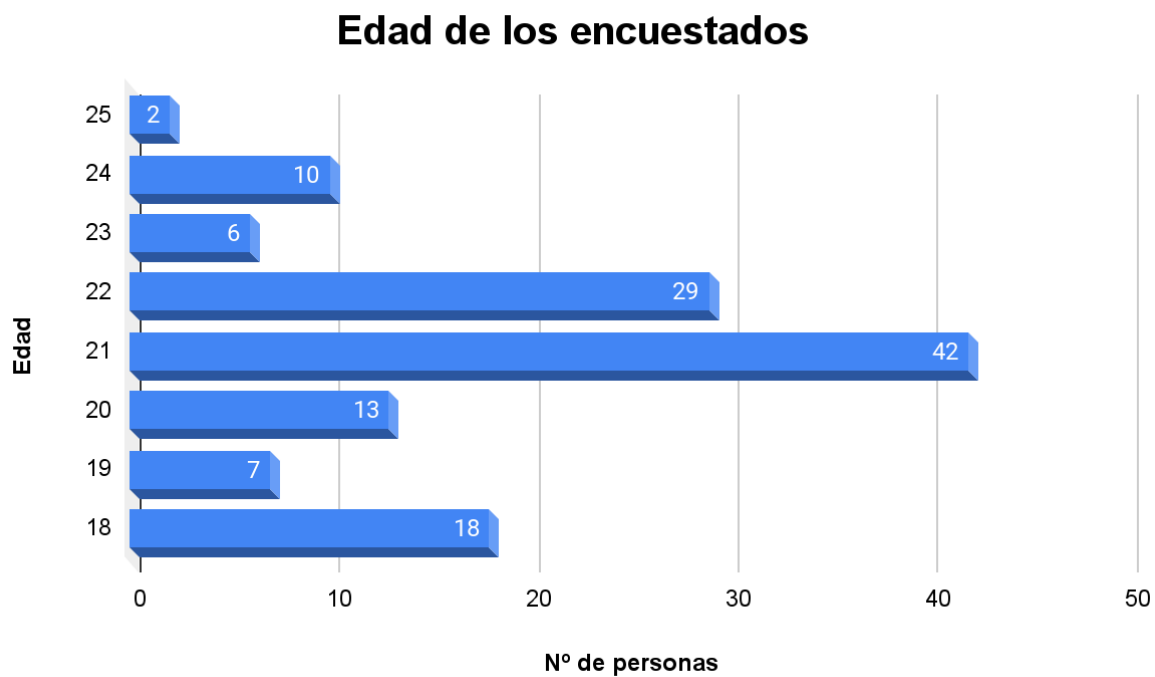
² Entrevista completa en el anexo 2

consideración de la adicción a redes se realizan unos manuales diagnósticos y tratamiento que permitirían abordar la situación de forma más profesional y eficiente”.

8.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

A continuación, detallaremos los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la muestra estudiada. En primer lugar, cabe destacar que la muestra ha sido de 127 personas, en su mayoría de 21, 22 y 18 años.

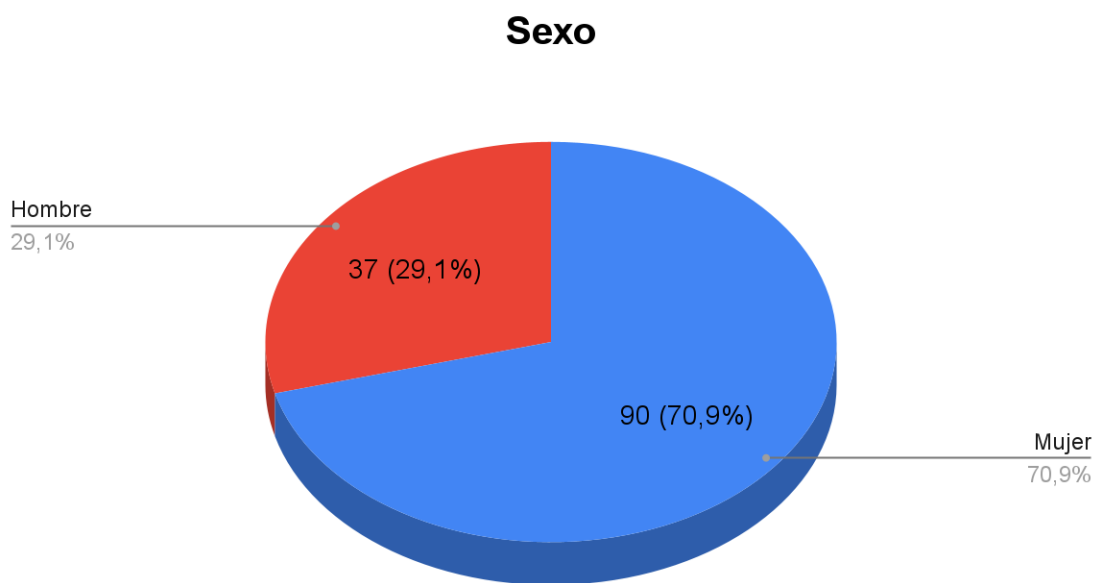
Gráfica 3: edad de los encuestados.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al sexo, en su mayoría fueron mujeres quienes contestaron al estudio. Esta situación puede implicar que los resultados obtenidos tengan una visión feminizada, aunque esto permite conocer en mayor profundidad la situación de las mujeres en la red.

Gráfica 4: sexo de los encuestados.

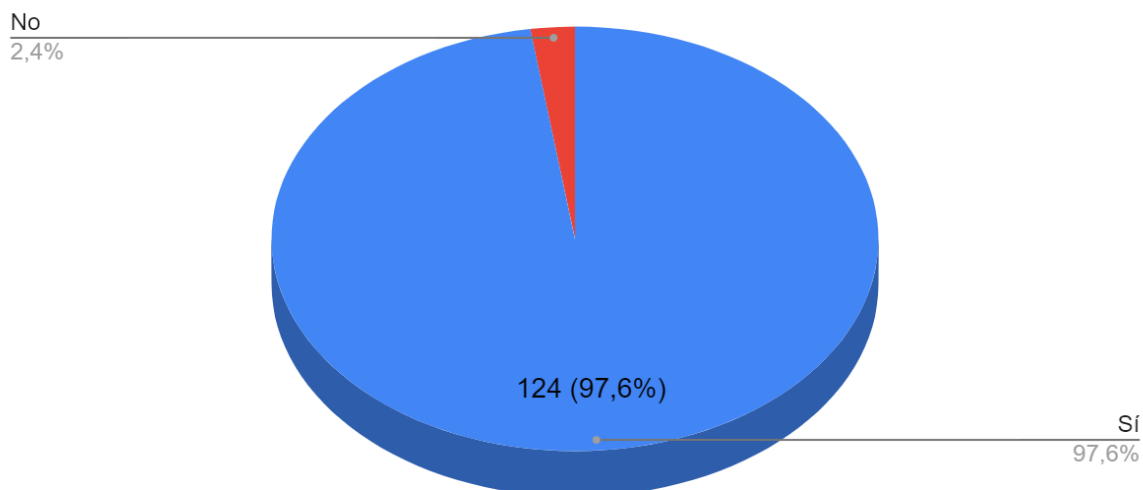


Fuente: elaboración propia.

Instagram es conocida por la gran mayoría de los encuestados, en un 97,6% de los casos. Cabe destacar además que las personas encuestadas que no conocían Instagram tenían en todos los casos 18 años y eran hombres. Lo que implica que, en este caso, es una red más conocida por mujeres y personas de mayor edad.

Gráfica 5: ¿conoce la red social Instagram?

¿Conoce la red social Instagram?



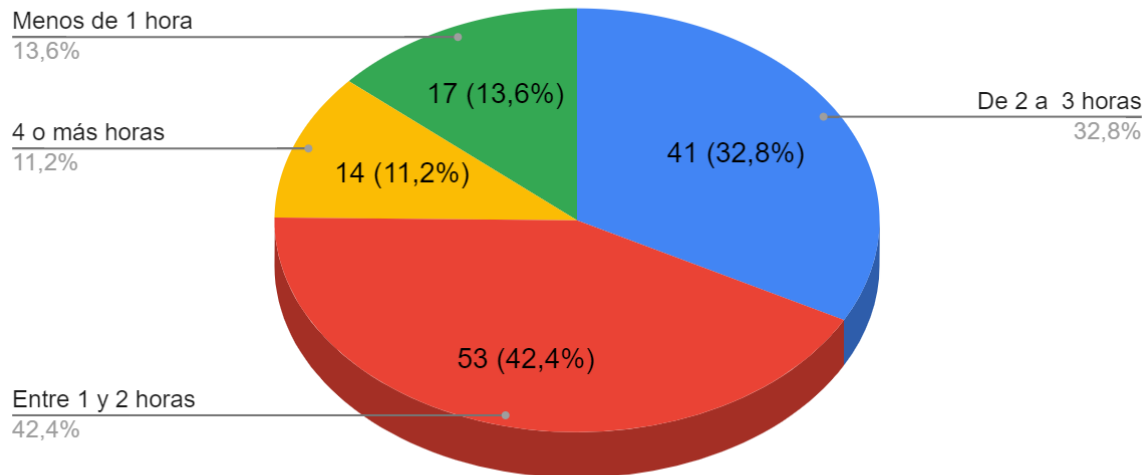
Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las horas diarias dedicadas a Instagram casi la mitad de los jóvenes, un 42,4%, dedica entre 1 y 2 horas, seguidas de un abuso mayor entre 2 y 3 horas en el 32,8% de los casos. No es común que se dedique menos de una hora a esta red (13,6%) ni un abuso de 4 horas o más (11,2%).

Estos resultados son similares a la media de uso de redes en España que según el Digital Report de Hootsuite y We are Social Media es de 1 hora y 53 minutos al día en España. Aunque los resultados sugieren que en edades más jóvenes se puede ampliar una hora más.

Gráfica 6: horas dedicadas al uso de Instagram.

Horas dedicadas al uso de Instagram



Fuente: elaboración propia.

Los motivos de uso de Instagram más comunes fueron el entretenimiento (29,9%), la interacción con amigos (18,1%) o como una forma de distracción (13,4%) lo cual indica que esta app es utilizada con el objetivo de obtener sensaciones satisfactorias y/o reconfortantes, lo que puede explicar el incremento de uso que ha tenido en los últimos años y los síntomas de adicción que genera.

Tabla 1: usos más comunes de Instagram.

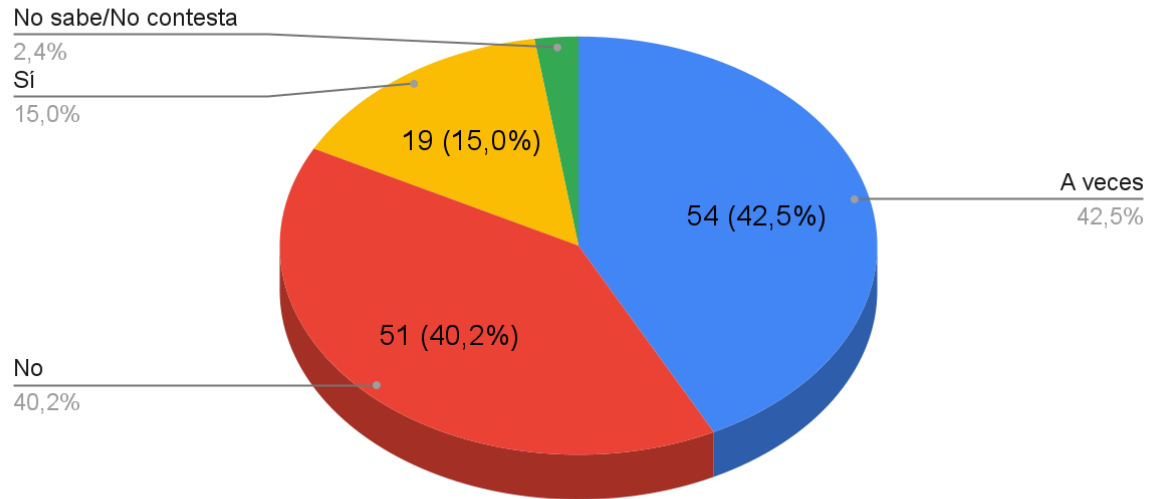
Usos más comunes de Instagram ▼	
Ver contenidos que le interesan	14
No contesta	4
Ligar	2
Interactuar con amigos o conocidos	23
Entretenerme	38
Cotillear	11
Conocer que pasa a mi alrededor	9
Conocer gente nueva	9
Como distracción	17

Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los encuestados está pendiente a Instagram en situaciones de socialización, es decir, cuando se encuentra pasando tiempo con familiares, amigos, parejas etc. Hablamos de más de un 50% de los encuestados, que ha admitido estar pendiente a esta red incluso mientras está pasando tiempo con personas cercanas, ya sea en ocasiones, o seguidamente. Esta situación podría implicar que los usuarios estudiados no tengan plena presencia en sus interacciones con otros individuos por la necesidad de revisar el teléfono, e incluso que la socialización a través de Instagram les resulte más satisfactoria que la que se dan de manera presencial.

Gráfica 7: Dependencia de la red en situaciones de socialización

Dependencia de la red en situaciones de socialización



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al estado de ánimo de los usuarios de Instagram encuestados, la mayoría declaró experimentar sentimientos neutrales durante el uso de esta red. El estado positivo era muy bajo, a pesar de que como observamos en la tabla 1 esta aplicación era utilizada con el fin de generar emociones positivas.

A pesar de que la muestra se compone mayoritariamente por mujeres, los dos sexos presentan porcentajes similares de sentimientos positivos y negativos. No hay, pues, diferencias a simple vista en las emociones que provoca Instagram a cada sexo. Aunque para afirmar esto sería interesante desarrollar una nueva investigación con una muestra más amplia y aleatoria.

Tabla 2: Estado de ánimo en Instagram por sexo.

Estado de ánimo en Instagram por sexo	General	Hombres	Mujeres
Ánimo positivo	7	3	4
Ánimo neutral	89	23	66
Ánimo negativo	30	8	22
Total	126	34	92

Fuente: elaboración propia.

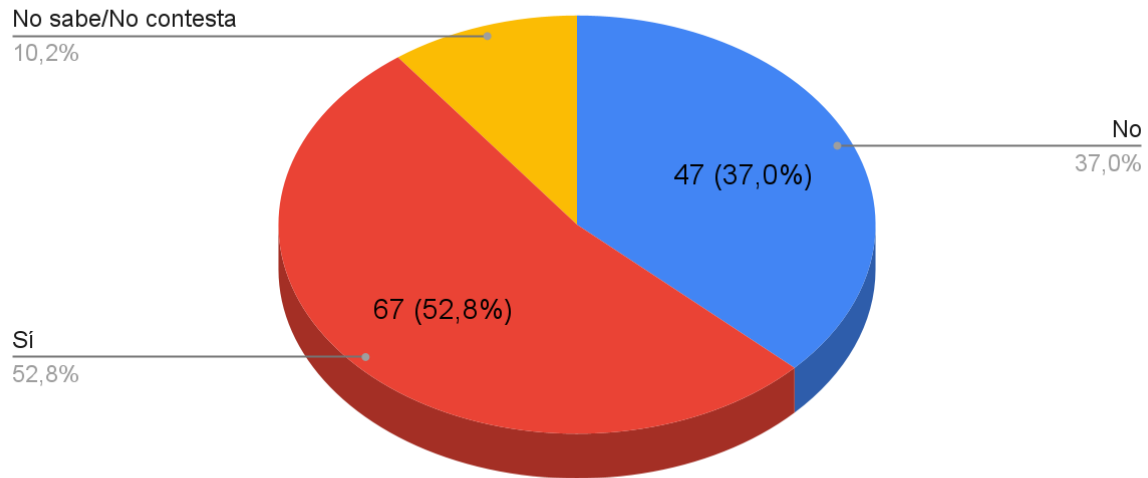
Más de la mitad de los encuestados (52,8%) ha padecido o padece depresión o ansiedad. Además, comprobamos que estos trastornos son más comunes en mujeres, ya que tan solo 3 hombres afirmaron tener alguno de estos problemas de salud mental, frente a 64 mujeres de una muestra de 90, esto supone que el 57,6% del total de mujeres ha tenido depresión y/o ansiedad, frente al 1,11% del total de los hombres.

En cuanto a las edades, cuanto más jóvenes menos problemas de salud mental. En el caso de los que tenían 18, 19 y 20 años la mayoría afirmaba no tener problemas de salud mental. El pico se encontró, sin embargo, a los 25 años, que en el 100% de los casos afirmaron padecer o haber sufrido estos problemas, seguidos de los 22 años, que fueron el 23,1% del total de los que afirmaban tener depresión.

Podemos determinar en relación con estos datos que la depresión y/o ansiedad es más común en mujeres y en personas de mayor edad.

Gráfica 8: depresión y/o ansiedad en la muestra.

¿Ha padecido o padece depresión o ansiedad?

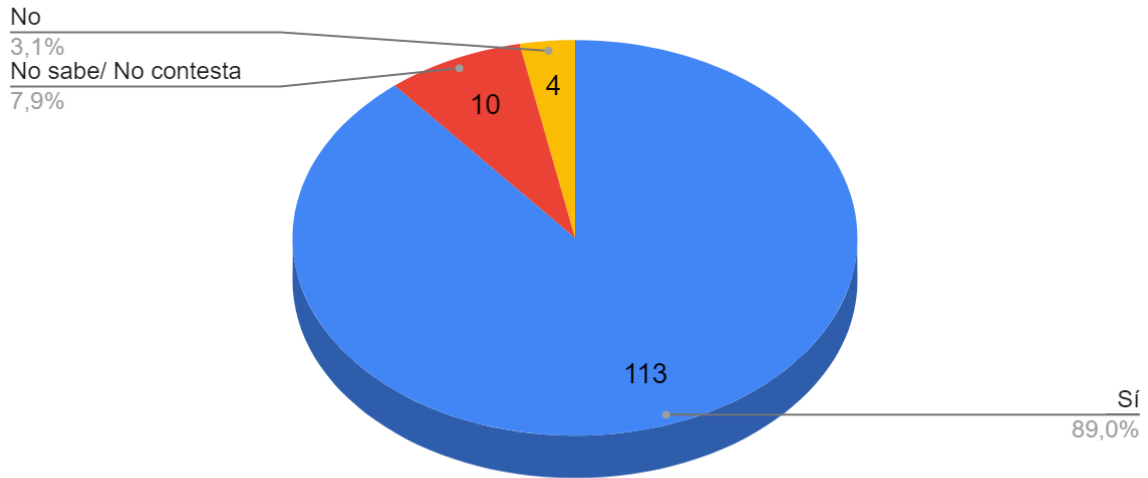


Fuente: elaboración propia.

En relación con la cantidad de personas con problemas de depresión y/o ansiedad encontramos una percepción mayoritaria con un 89% de sujetos que consideraron Instagram como una herramienta determinante en el ámbito de la salud mental. Sin embargo, en este caso la mayoría de las respuestas “no” provienen de mujeres de menos de 21 años.

Gráfica 9: ¿considera que Instagram podría condicionar su salud mental?

¿Considera que Instagram podría condicionar su salud mental?

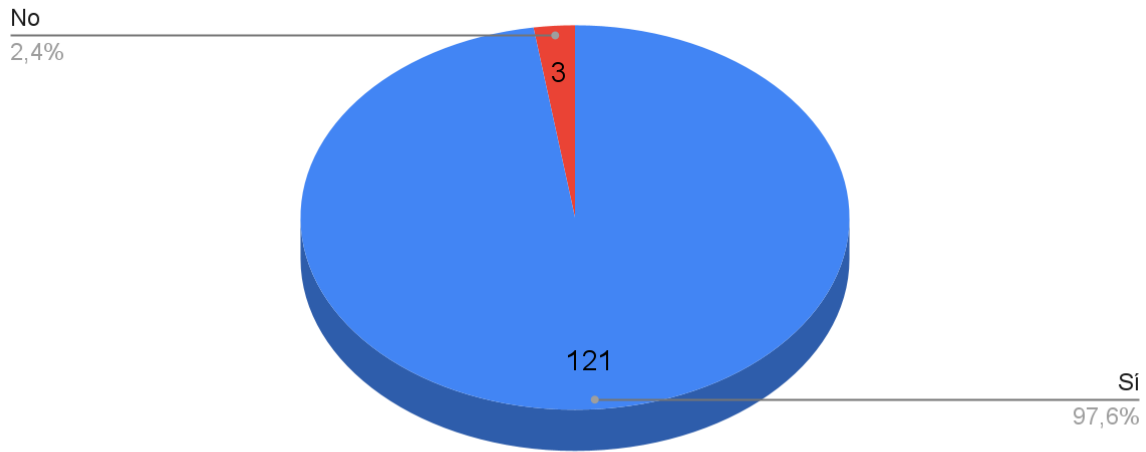


Fuente: elaboración propia.

En este caso de percepción de comportamientos tóxicos en Instagram no hay diferencias ni de edades, ni de sexos. La mayoría, 97,6%, sí ha observado algún tipo de comportamiento peligroso o tóxico en esta red. Las 3 respuestas que indicaron que no habían observado este tipo de comportamientos fueron 2 mujeres, de 23 y 24 años, y un hombre de 25.

Gráfica 10: ¿Ha observado alguna vez en Instagram comportamientos tóxicos?

¿Ha observado alguna vez en Instagram comportamientos tóxicos?

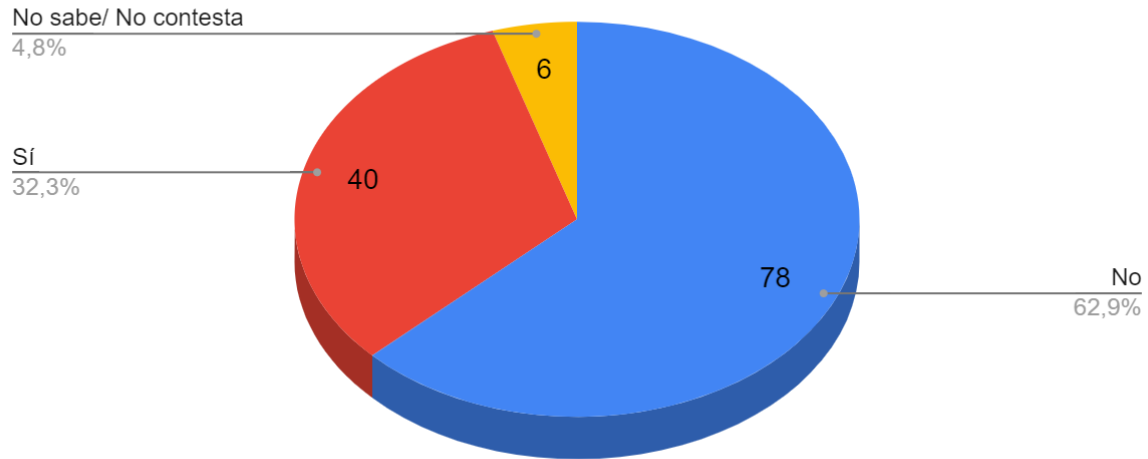


Fuente: elaboración propia.

En la mayoría de los casos los encuestados afirman no haber sufrido acoso en esta red, se trata de un 62,9%. Destacamos, sin embargo, que el acoso era más común en mujeres que en hombres, pues tan solo un hombre declaró haber pasado por esta situación, con lo que el 99,6% de quienes sufrieron acoso han sido mujeres.

Gráfica 11: ¿Ha sufrido acoso por parte de otras personas en Instagram?

¿Ha sufrido acoso por parte de otras personas en Instagram?



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la opinión de los usuarios sobre la red hemos concentrado las respuestas similares en base a lo que querían destacar. La mayoría de los encuestados, un 21,26%, afirmaban que la aplicación más que ser buena o mala depende de los usuarios y cómo la utilizan. Un 18,11% la calificó como una aplicación adictiva, un 17,32% afirma que fomenta la falsedad, las apariencias y la necesidad de aceptación de quienes la utilizan. Un 13,39% la consideraron una app insegura, un 12,60% declararon que era tóxica, un 9,45% que era una buena herramienta que permitía el aprendizaje de temáticas que resultará interesante al usuario.

Las respuestas menos comunes la posicionaron como una app buena para socializar (3,15%), un foco de acoso (2,36%) y una app con muchos bots (0,79%). Tan solo un 1,57% no tenían opinión acerca de la red social.

Tabla 2: Opinión sobre la red.

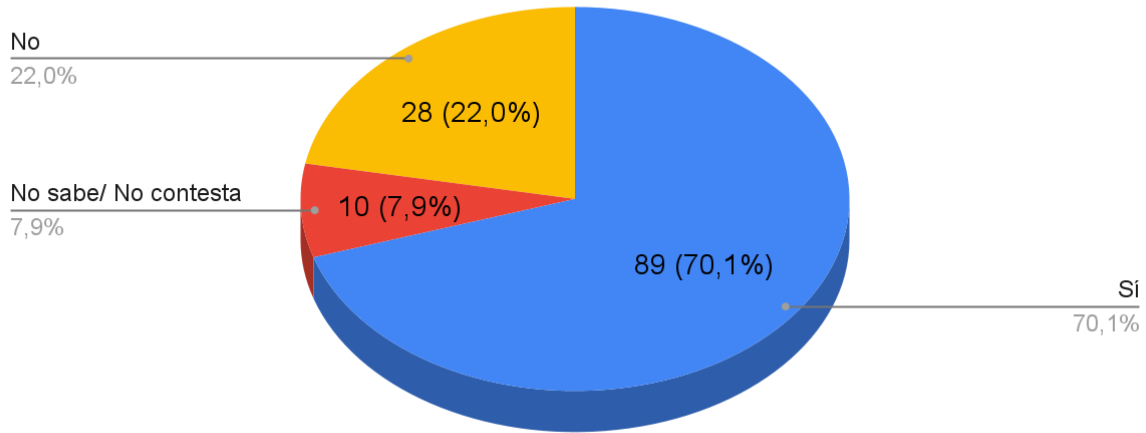
Opinión sobre la red ▲	Nº de personas
Adictiva	23
Es una buena herramienta para aprender	12
Fomenta la falsedad y las apariencias	22
Hay mucho acoso	3
Insegura	17
No tengo opinión	2
Puede ser buena o mala, dependiendo del uso y responsabilidad del usuario	27
Tiene muchos bots	1
Tóxica o dañina	16
Un buen medio para socializar	4

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la capacidad de Instagram para llevar a los usuarios a realizar acciones en su vida debemos destacar que un 70,1% de los encuestados declaró haber llevado a cabo comportamientos motivados por Instagram.

Gráfica 12: ¿Instagram ha motivado un cambio en su comportamiento en alguna ocasión?

¿Instagram ha motivado un cambio en su comportamiento en alguna ocasión?

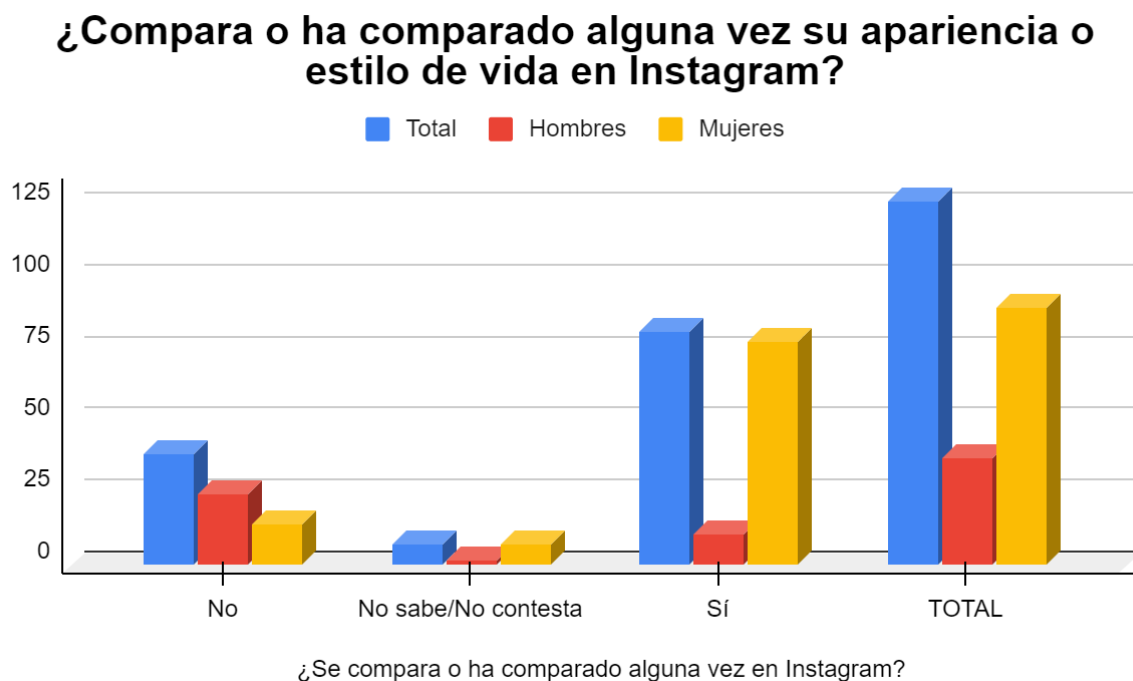


Fuente: elaboración propia.

En el estudio de Instagram como un factor para la depresión y/ o ansiedad quisimos averiguar si en caso de este factor ser cierto se debe a que Instagram fomenta la comparación de los usuarios en la red. Las mujeres afirmaban hacerlo más que los hombres.

Esta situación puede entonces estar relacionada con los roles de género femeninos impuestos en internet, de los que hablaba Arauna, Martínez y Tortajada (2013), que hacen que las mujeres tengan mayor presión sobre su aspecto físico y la opinión de los demás.

Gráfica 13: ¿Compara o ha comparado alguna vez su apariencia o estilo de vida en Instagram?



Fuente: elaboración propia.

9. DISCUSIÓN

El estudio cuantitativo mediante una encuesta nos ha permitido conocer la relación de las redes sociales con los jóvenes y entender y analizar las condiciones que se presentan por las variables sexo y edad. Mientras que las entrevistas nos han dado una visión más completa y profesional acerca del tema.

Las redes sociales se han convertido en un elemento esencial en la interacción de los individuos, y en una herramienta casi imprescindible para la creación de una identidad. Instagram crece cada vez más, y esto se debe a que tiene mecanismos que hacen que los individuos sientan necesidad de conectarse a ella, en la mayoría de las ocasiones para obtener sensaciones positivas como el entretenimiento o como una vía de escape en una sociedad cada vez más interconectada. Sin embargo, los jóvenes llegan a un nivel de adaptación en el que la red no les genera el confort que

esperan, lo que hace que busquen esta sensación inicial en la red social nuevamente, cayendo en la situación de dependencia de la que nos hablaba Carolina Izquierdo en la entrevista realizada para esta investigación.

Carolina Izquierdo señalaba que el abuso de las redes sociales, aunque cada vez es más común, no hacía sentir bien a los usuarios, sin embargo, la encuesta destacó incongruencias entre la percepción de las emociones de los usuarios y sus opiniones sobre Instagram. Esta red social es utilizada por la gran mayoría de los encuestados como un mecanismo de escape y distracción, que produce en los usuarios sentimientos neutrales o positivos, sin embargo, a la hora de preguntar por las opiniones acerca de esta aplicación, la mayoría la posiciona como una herramienta negativa.

La posible explicación de esta incoherencia podría deberse a que el entretenimiento, aunque inicialmente podría ofrecer un alivio al permitir al usuario distraerse de su tarea inicial, no siempre se relaciona con sentimientos agradables, pues como hemos observado en la gráfica 13, la sensación de comparación con otros es algo muy presente, lo que podría indicar que, por ejemplo, una mujer de 19 años con sobrepeso se entretenga viendo imágenes de modelos con el cuerpo catalogado como ideal por la sociedad y se sienta mal consigo misma. En este caso la joven estaría entretenida, pero experimentando emociones negativas sin percibir las de forma inmediata.

Tal y como afirmaba Ricardo Gopar para las redes sociales no existen límites cuando se trata de obtener beneficios económicos, por ello, en el caso mencionado anteriormente, donde la mujer de 19 años observa cuerpos de modelos y se siente mal consigo mismo, el algoritmo seguiría mostrándole este contenido, ya que ha mostrado interés en él. La percepción de esta mujer podría variar entonces, porque en su Instagram observa que una gran cantidad de mujeres tienen el cuerpo que ella no logra tener, la presión social de esta joven aumentaría pudiendo llevarla a tomar comportamientos específicos, como hacer dietas, comenzar a hacer ejercicio, e incluso en un caso más extremo desarrollar algún tipo de trastorno de conducta alimentaria.

Podríamos establecer una relación, entonces, entre los resultados obtenidos en la gráfica 12, que muestran una alta capacidad de Instagram de motivar un cambio de comportamiento en los usuarios, la gráfica 9, que refleja que la mayoría de los usuarios consideran a Instagram como una herramienta con capacidad de influir en su salud mental, y la gráfica 8, que muestra que un 52,8% de los encuestados ha padecido o padece depresión y/o ansiedad. Esto indicaría que la depresión o la ansiedad de estos jóvenes podría haberse dado debido a Instagram o bien podría haber empeorado por el uso de esta aplicación. Para comprobar esta afirmación, sin embargo, sería necesario repetir el estudio con una muestra más amplia y averiguar en qué tipos de comportamientos influye más esta red social.

La cantidad de horas dedicadas de media a esta aplicación, que se sitúa entre 1 y 3 horas al día, así como la tendencia de los encuestados de utilizar esta red social incluso cuando se está en un momento de socialización presencial podría ser un síntoma de adicción. Entre los síntomas similares del abuso de redes sociales y otras adicciones Izquierdo destacaba entre otras variables la dependencia, un signo que hemos visto en los encuestados que utilizan esta app con gran frecuencia.

Los usuarios dedican una gran parte de su día a esta red. Suponiendo que un usuario ocupe tan solo 1 hora y media, ya le estaría proporcionando una gran parte del tiempo libre diario si tenemos en cuenta que el sujeto duerme 8 horas y trabaja o estudia 8 más, en este ejemplo al encuestado le quedan 8 horas libres, en las que se desplazará del lugar de ocupación, comerá, realizará hábitos de higiene, perdiendo aproximadamente 3 horas más. Este supuesto dejará al joven estudiado con un tiempo libre de 5 horas, de las que destinará más de un 25% al uso de esta red social.

Con el ejemplo mencionado en el párrafo anterior entendemos que Instagram es una fuente de socialización altamente presente en la vida de los individuos, y que, como afirmaba el artículo periodístico de Martínez (2018) en la revista *Viceversa* lo que el sujeto ve en redes es falso pero presentado como verídico y real. Esto puede provocar que el individuo desarrolle una idea errónea de la realidad y actúe en consecuencia de lo que observa de su entorno, que se encuentra

alterado, obligándose a cumplir estándares, que pueden ser altamente complicados, e incluso imposibles. Esta situación incrementaría aún más los sentimientos negativos y una auto percepción mala en el individuo, lo cual podría derivar en el desarrollo de una peor autoestima y consigo traer problemas de ansiedad o depresión, tal y como determinó el estudio de Herrera et al (2010: 16).

En cuanto a las hipótesis planteadas en esta investigación; en primer lugar no podemos determinar con total exactitud si Instagram provoca adicción en las jóvenes, sin embargo muchas de las mujeres estudiadas afirmaron pasar de 1 a 3 horas en la red y opinaron que se trataba de una red adictiva, que a su vez utilizaban como vía de escape de la realidad, lo que podría ser síntoma de adicción; por otra parte en cuanto a si Instagram produce una percepción errónea y tóxica de su entorno a las jóvenes, podemos corroborar esta idea, ya que la mayoría de las encuestadas destacaron comparar su vida en Instagram y opinaron que es una red que fomenta las apariencias y la falsedad.

En cuanto a si Instagram es un factor de riesgo para el desarrollo de trastornos como la ansiedad y la depresión en mujeres entre 18 y 25 años, y en relación al estudio de Herrera et al (2010) que determinó que a mayor uso de Facebook mayor eran las posibilidades de padecer depresión, hemos comprobado que las personas que utilizaban la red social 4 horas o más en el 63% de los casos habían padecido depresión y/o ansiedad, y que quienes la usaban menos de una hora no habían experimentado nunca estas patologías en el 100% de los casos. Además, un 89% de los encuestados afirmó que Instagram sí podría ser un factor determinante en su salud mental. Con estos datos consideramos que la hipótesis es correcta, aunque sería interesante realizar un estudio con una muestra mayor para obtener una visión aún más genérica.

El objetivo general del TFG consistía en descubrir cómo Instagram afecta a la salud mental de las mujeres canarias entre 18 y 25 años. Determinamos que Instagram afecta la salud mental de las jóvenes a través de la adicción, la necesidad de aceptación y la comparación con elementos irreales o alterados de la red.

En cuanto a los objetivos específicos, descubrimos que los algoritmos de Instagram funcionan a través del conocimiento minucioso de los usuarios. El algoritmo, que busca crear adicción, conoce a la perfección a los internautas, estudia todos los aspectos de la personalidad, gustos y características del individuo y personaliza el contenido al máximo para crear adicción en el sujeto.

Además, los contenidos en Instagram están altamente alterados y muestran en su mayoría los aspectos positivos de la vida de los que la usan, omitiendo lo negativo y creando una percepción errónea de lo que es la realidad, una situación que potencia en los individuos sentimientos relacionados con la ansiedad y la depresión.

10. CONCLUSIONES

A continuación, detallamos las principales conclusiones extraídas de esta investigación.

1. Instagram tiene poder de influencia sobre las jóvenes de Canarias, incluso motiva a la adaptación de ciertas actitudes y comportamientos. Las apariencias, además, son la esencia de esta red, pues la mayoría de los encuestados, así como diversos estudios mencionados a lo largo de la investigación, respaldan esta afirmación.
2. A pesar de que no está recogido el término adicción a redes sociales por la Organización Mundial de la Salud, según los datos obtenidos con la encuesta y la entrevista a Carolina Izquierdo, los jóvenes canarios, sobre todo las mujeres, están desarrollando cada vez más comportamientos similares a la adicción por uso de sustancias en la red.
3. Tras la entrevista realizada a Ricardo Gopar descubrimos que los algoritmos presentes en Instagram tienen el objetivo de crear adicción en los usuarios, y no están programados para no afectar en este proceso a la salud mental de los individuos. Esta situación explica que la aplicación sea utilizada entre 1 y 3 horas al día por la mayoría de los encuestados, que además la utilizan como una forma de entretenimiento y escape de la realidad.

4. Instagram incita a la comparación en las jóvenes que lo utilizan. Las usuarias navegan por Instagram y es común que comparen su vida con la del resto de usuarios que siguen. Esta situación, sumada a la presión por mostrar una vida ideal puede estar relacionada con que la mayoría de las encuestadas haya afirmado que Instagram efectivamente tiene poder de influencia sobre la salud mental de las jóvenes.
5. El sexo influye en el poder de Instagram sobre la salud mental de los individuos. Las mujeres encuestadas sienten más presión social en esta red, se comparan con mayor frecuencia, dedican más tiempo y sufren con mayor frecuencia problemas de ansiedad y depresión frente a los hombres estudiados.
6. Es importante definir la existencia de una adicción a las redes sociales. De esta forma, según Carolina Izquierdo, se puede estudiar mejor el fenómeno, sus causas, su diagnóstico y su posible tratamiento.

11. BIBLIOGRAFÍA

Abjaude, S., Borges, L., Barboza, M. y Pereira, L. (2020). *¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental?* SMAD, Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog. (Ed. port.) [online], 16(1), 1-3. Recuperado el 15 de mayo de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Barboza+et+al+%28.2020%29+en+el+art%C3%ADculo++%C2%BFc%C3%B3mo+influyen+las+redes+en+la+salud+m+ental%3F+&btnG=

Baader M., Rojas C., Molina J., Gotelli M., Álamo C. Fierro C., Venezian S., y Dittus P. «Diagnóstico de la prevalencia de trastornos de la salud mental en estudiantes universitarios y los factores de riesgo emocionales asociados». Revista chilena de neuro-psiquiatría 52, n.o 3 (septiembre de 2014): 167-76. <https://doi.org/10.4067/S0717-92272014000300004>

Ballesteros, J., Sanmartín, A.; Tudela, P., Rubio, A. (2020). Barómetro juvenil sobre Salud y Bienestar 2019. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. DOI:

10.5281/zenodo.3768432. Recuperado el 3 de mayo de <https://zenodo.org/record/3768432#.YptwAnbMK3A>

Bonavitta, P., Hernández, J. D. y Becerra, J. (2015). Mujeres, feminismos y redes sociales: Acceso, censura y potencialización. *Question/Cuestión*, 1(48), 33-44. Recuperado el 15 de mayo de 2022 de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2740>

Cadena, P., Rendón R., Aguilar J., Salinas E., De la Cruz, F., y Ma Sangerman, D. *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. Revista mexicana de ciencias agrícolas 8, n.o 7 (noviembre de 2017): 1603-17. Recuperado el 7 de mayo de 2022 de «http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2007-09342017000701603&lng=es&nrm=iso&tlng=es»

Castaño, J. (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>

De Haro, J. J. (2010). Redes sociales en educación. *Educación para la comunicación y la cooperación social*, 27, 203-216. Recuperado el 3 de mayo de 2022 de <https://revistas.unav.edu/index.php/estudios-sobre-educacion/article/view/4568>

Delgado, E. C., De la Cera, D. X., Lara, M. F., & Arias, R. M. (2021). GENERALIDADES SOBRE EL TRASTORNO DE ANSIEDAD. *Revista Cúpula*, 35(1), 23-36. Recuperado el 13 de abril de 2022 de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=generalidades+sobre+el+trastorno+de+ansiedad&btnG=

- Díaz, L. Torruco, U. Martínez M. & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación médica*. 2(7), 162-167. Recuperado 3 de mayo de 2022 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-50572013000300009&script=sci_arttext
- Dolores Sosa, C., Capafons, J. I., Pérez-Correa, S. M., Lastenia Hernández-Zamora, G., Capafons, J. I., & Prieto, P. (2019). *El uso de las Nuevas Tecnologías (internet, redes sociales, videojuegos) en jóvenes: un estudio con población canaria. Rev. esp. drogodepend*, 26-42. Recuperado el 4 de mayo de 2022 de <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/ibc-184428>
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521. Recuperado el 7 de mayo de 2022 de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenI.cgi?IDARTICULO=47573>
- Ferrando, M. (2003). 5. La encuesta. *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*, 105, 167. Recuperado el 1 de junio de 2022 de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=la+encuesta+ferrando+garc%C3%ADa&btnG=
- Flores, J, Morán Corzo, J. y Rodríguez, J. (2009). Las redes sociales. *Universidad de San Martín de Porres*, 3, 1-15. Recuperado el 4 de mayo de 2022 de https://andresalvarez.webnode.es/_files/200000092-d07c9d2704/redes_sociales.pdf
- Fumero, A., Marrero, R. J., Voltés, D., & Penate, W. (2018). Personal and social factors involved in internet addiction among adolescents: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 86, 387-400. Recuperado el 4 de mayo de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563218302310?casa_token=G6a7bZz8nOsAAAAA:6NW7gli3EhMpTYCZN5g1SWvEaYvPocUVHz8HgP0IFbZVMeKxl_1sKvPnI-jDc_UK7ZM-GzK5cQ

- Fundación Adsis (2021). *Estudio y resultados del programa de prevención en canarias curso 2021*. Recuperado el 27 de mayo de https://www.fundacionadsis.org/sites/default/files/descargas/noticias/canarias/diagnostico_juvenil_-_uso_y_abusos_tics_y_apuestas_deportivas_en_canarias.pdf
- Gañan, M. (2020). *LA RED INSTAGRAM. LA CUESTIÓN DE LA DISTORSIÓN DE LA IDENTIDAD*/ [Trabajo de Fin de Grado, Universidad pública de Navarra]. <https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/37846/rubio.115450-TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García del Castillo, J, García del Castillo-López, Á, Dias, P, & García-Castillo, F. (2019). Conceptualización del comportamiento emocional y la adicción a las redes sociales virtuales. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 19(2), 173-181. <https://doi.org/10.21134/haaj.v19i2.525>
- González, V. (2006). Las tecnologías de la información desde el punto de vista de género: Posturas y propuestas desde el feminismo. *Isegoría*. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2006.i34.10>
- Hernández Carrera, R. M. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas*, 23, 187-210. Recuperado el 7 de Mayo de 2022 de https://scholar.google.es/scholar?q=LA+INVESTIGACI%C3%93N+CUALITATIVA+A+TRAV%C3%89S+DE+ENTREVISTAS:+SU+AN%C3%81LISIS+MEDIANTE+LA+TEOR%C3%8DA+FUNDAMENTADA&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
- Hootsuite y We are Social Media. (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>

- Instituto Nacional de Estadística (2 de diciembre de 2021). *Población que usa Internet (en los últimos tres meses). Tipo de actividades realizadas por Internet*. [Base de datos]. Recuperado de https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout
- Interactive Advertising Bureau (18 de mayo de 2021). *Estudio de redes sociales 2022*. Recuperado el 20 de mayo de 2022 de <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/>
- Interactive Advertising Bureau (2017). *Estudio de redes sociales 2017*. Recuperado el 14 de mayo de 2022 de <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2017/>
- Interactive Advertising Bureau (5 de mayo de 2021). *Estudio de redes sociales 2021*. Recuperado el 4 de marzo de 2022 de <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>
- Jansen, H. (2013). *La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social*. Paradigmas: Una revista disciplinar de investigación, 5(1), 39-72. Recuperado el 2 de abril de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4531575>
- Martínez Rebollo, L. (2018). “La adicción a las redes sociales”. Viceversa.com. 91. Recuperado el 15 de marzo de 2022 de <https://revistaviceversa.com/viceversa-91/#1>
- Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Encuesta Nacional de Salud ENSE, España (2017). Serie informes monográficos #1 - SALUD MENTAL. Madrid: Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, 2019. Recuperado el 3 de mayo de 2022 de https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/estadisticas/encuestaNacional/encuestaNac2017/SALUD_MENTAL.pdf
- Muñoz, N. E. y Ramírez, S. (2016). Adicción a las redes sociales y personalidad, en adolescentes. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 46-52. Recuperado el 7 de mayo 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]. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23966/Las%20redes%20sociales%20y%20su%20influencia%20en%20trastornos%20como%20la%20depresion%20en%20los%20jovenes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Organización Mundial de la Salud. (2018). *Salud mental: Fortalecer nuestra respuesta*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

Organización Mundial de la Salud (2021). *Depresión*. Organización Mundial de la salud. Recuperado 4 de junio de 2022, de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/depression>

Organización Mundial de la Salud. (s. f.). *Preguntas más frecuentes*. Organización Mundial de la salud. Recuperado 1 de marzo de 2022, de <https://www.who.int/es/about/frequently-asked-questions>

Otzen, T., y Manterola, C. «Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio». *International Journal of Morphology* 35, n.o 1 (marzo de 2017): 227-32. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Palomar, J., Zavala, D., Herrera, M. & Pacheco, M. (2010). *La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales*. *Psicología Iberoamericana*, 18(1),6-18. [fecha de Consulta 3 de junio de 2022]. ISSN: 1405-0943. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>

- Rojas, J., & Panal A. (2017). *El uso de Instagram en los medios de comunicación deportivos. Análisis comparado de Bleacher Report, L'équipe y Marca. Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 38, 1-19. Recuperado el 4 de mayo de <http://hdl.handle.net/11441/66340>
- Ruiz Sánchez, J. (2021). *Filosofía ante el desánimo: Pensamiento crítico para construir una personalidad sólida* (1. ed). Ediciones Destino.
- S.N (18 de enero de 2022). Más del 11% de jóvenes adictos a las redes sociales acaban sufriendo depresión. *Consalud.es*.
https://www.consalud.es/pacientes/11-jovenes-adictos-redes-sociales-acaban-sufriendo-depresion_108576_102.html
- Sanz, L. (2003). Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes. Recuperado el 7 de mayo de 2022 de https://digital.csic.es/bitstream/10261/1569/1/analisis_redes_sociales.pdf
- Tortajada-Giménez, I., Araña-Baró, N., & Martínez-Martínez, I.-J. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21(41), 177-186.
<https://doi.org/10.3916/C41-2013-17>
- Toscano, J. Madariaga C. Abello R., Amar J. Torres K., Guzmán L. Gutiérrez B. (2012). *Redes sociales y Análisis de Redes: Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Corporación Universitaria Reformada. Recuperado el 7 de mayo de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=511130>
- Vera, V. y López, C. (2021). *La ansiedad y la depresión derivadas del abuso de las redes sociales: un análisis relacional*. In Memorias científicas del II Congreso en Salud Mental Digital (p. 97). 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/60

12. ANEXOS

En este apartado recogemos las entrevistas realizadas a expertos de forma completa con el objetivo de que los lectores obtengan una visión mayor sobre los resultados obtenidos.

12.1. ANEXO 1: ENTREVISTA A RICARDO GOPAR

¿En qué consiste el funcionamiento de las Redes Sociales? ¿Cuál es su objetivo?

“Cada red social funciona con ciertas diferencias, pero la base es la misma, crear adicción. Yo diría que no tiene otro propósito, porque si generan adicción estás mucho tiempo consultando el contenido, por lo tanto, aportando mucha información con la que luego las redes sociales comercializan. Y cuanto más muestras de ti más personaliza el contenido y más te engancha. Al final es un círculo vicioso que hace que estés todo el día pendiente de la red social”.

¿Qué es lo que hace que tengas "adicción" a las redes sociales?

“Yo diría que se debe a que los algoritmos estudian al individuo casi a la perfección para mostrarle contenidos, o llamar su atención, incluso cuando no estás en la aplicación. Ahora mismo Tik Tok es la aplicación más adictiva de todas según las estadísticas. Y el secreto para lograr esto es justamente que Tik Tok tiene un algoritmo que aprende muy rápido, de hecho, basta que veas 3 o 4 vídeos para que te empiece a personalizar el contenido”.

¿Y cómo funcionan los algoritmos de estas redes?

“Los algoritmos se basan en un par de cuestiones: la relevancia, te muestra contenido relevante para ti., que a ti te guste, la edad, el sexo y cuestiones demográficas en general. Estudian cuestiones culturales, económicas y, aunque no está declarado, es un secreto a voces que saben lo que tú escribes por WhatsApp o por las redes sociales de la misma compañía que Instagram. Tiene en cuenta la situación y el momento en el que te encuentras”.

¿El algoritmo de Instagram tiene similitudes con el de Google?

“Google tiene en cuenta más de 200 variables a la hora de mostrarte contenido, como el tipo de ordenador, el navegador, dónde estás, la ubicación amplia y también la específica entre otras

cosas si estás en tu casa Google te va a recomendar de manera distinta que si estás en la calle. También se basa en lo que estás haciendo, con quién etc”.

Cuando entras en RRSS el contenido se muestra en un microsegundo y eso lo hacen comparando los contenidos, lo que te puede interesar ver en ese momento. Los contenidos antes de mostrarlos los somete a criterios, como si les ha interesado a tus amigos, los likes, si tiene similitudes con otros contenidos que te hayan interesado, y cuando escogen unos contenidos finalistas, se los muestra a un avatar de ti, es decir, a una especie de tú virtual que comparte las características que ellos te atribuyen a ti.

En base a la respuesta de este Avatar, te lo mostrarán o no. Y cabe destacar que todo esto lo hacen en una milésima de segundo, con lo que es una inteligencia artificial muy potente”.

¿Cómo crean ese avatar?

“Bueno pues a base de consultas, de tus gustos, tu perfil, tu demografía, tus seguidores, tus seguidos etc”

Decía usted que el fin de las redes sociales es crear adicción para mantener al usuario el mayor tiempo posible, pero ¿tienen algún tipo de límites en cuanto a ciertos daños mentales o físicos que puedan causar a la persona?

“No, a las redes sociales les da igual que te sientas mal, porque, por ejemplo, una adolescente con sobrepeso está viendo imágenes de modelos editadas que no se corresponden con la realidad, pero al fin y al cabo está generando beneficios económicos a la compañía”.

¿El problema diría usted que es la red social o el consumidor?

“La red social tiene bastante responsabilidad en este tipo de problemas, sin embargo, nosotros somos quienes podemos hacer un buen o un mal uso de la tecnología. Yo creo que una buena educación y el conocimiento de cómo funcionan estas redes y sobre todo ser conscientes de que lo que vemos en ellas no siempre es real y que su fin último es volvernos adictos es un paso para saber poner límites por nuestra parte”.

¿No hay una regulación que especifique que hay ciertos contenidos que no se deberían mostrar en ciertas edades?

“No existe una regulación, lo que sí que hay son herramientas, pero no son de uso obligado y los jóvenes e incluso los niños, que tienen gran conocimiento tecnológico pueden deshabilitar estas herramientas, a pesar del control parental”.

12.2. ANEXO 2: ENTREVISTA A CAROLINA IZQUIERDO

¿La adicción a redes sociales es más común en hombres o mujeres?

“Las personas que llegan al Centro Aluesa con uso compulsivo y sintomatología asociada al consumo de las RRSS en los primeros cuatro meses del año 2022 son el 28.26%, en su mayoría son mujeres”.

¿Cuándo se considera que alguien es adicto a las redes?

“Aunque el concepto de adicción a las redes no está recogido por la OMS ni por APA y no puedo hablar específicamente de una adicción a Instagram sí puedo explicarte del resto de las adicciones sin sustancias.

Se considera que una persona es adicta cuando cumple una serie de criterios. A grandes rasgos podemos hablar de ABSTINENCIA que son las reacciones físicas o corporales que ocurren cuando una persona deja de ejecutar esa conducta que le genera adicción. TOLERANCIA es el proceso por el que el cuerpo se adapta, por lo que la persona cada vez necesita ejecutar un mayor número de veces o de tiempo la conducta para conseguir el mismo efecto, ya que si continuase consumiendo la misma cantidad de veces o tiempo la respuesta sería mucho menor. DEPENDENCIA, uso compulsivo o incapacidad para dejar de ejecutar la conducta”.

¿Sabe si existe relación entre el abuso de redes y los trastornos de depresión o ansiedad? ¿Estos trastornos se acentúan con el abuso de las redes?

“La patología comórbida asociada a las adicciones, llamada también patología dual está en estudio actualmente con lo que no existen conclusiones al respecto a esto. Sí se han hallado conclusiones al respecto de la relación del consumo de sustancias y patologías mentales, pero al respecto de las adicciones sin sustancias no puedo afirmarlo, aunque sí debemos destacar que el abuso de las redes no genera emociones de bienestar, y a largo plazo hace sentir de forma negativa a los usuarios”.

¿A qué edades se ha vuelto más común esta adicción?

“Pues al Centro Aluesa cada vez llegan personas más jóvenes, en el primer cuatrimestre del año 2022 el 60.83% de personas que han llegado al centro Aluesa por Adicciones sin sustancias son menores de 35 años. Además, durante el curso 20/21 hicimos un estudio con 1546 menores y jóvenes de entre 9 y 20 años, de enseñanza secundaria, FP y Bachillerato de C.A. Canarias. De los cuales un 20% reconocía estar “enganchada” a la tecnología”.

¿Cómo se trata la adicción a las redes sociales?

“En el centro Aluesa, tratamos las adicciones desde un Programa de Rehabilitación Ambulatorio y Grupal/Individual para jóvenes y familiares. En el caso de las redes sociales no disponemos de una guía, ya que no es considerada una adicción. No tenemos duda de que si esta patología se definiese con manuales diagnósticos podríamos mejorar el proceso de captación y tratamiento de estos problemas.

Aunque ahora estamos tratando a las personas que llegan con problemas de abuso de redes sociales, no disponemos de unos manuales teóricos de psiquiatría por lo que nosotras en el centro tratamos de forma ambulatoria las adicciones sin sustancias”.