



# **Influencia de las Redes Sociales (*social media*) en las emociones de los jóvenes del Gran Valparaíso**

PALOMA LIBIOT CONTRERAS

VALENTINA ROJAS TALAMILLA

Memoria para optar al Título de Socióloga

Profesor guía: Emmanuel D. I. Arredondo González

Valparaíso, Chile

2023

---

## Tabla de contenido

<b>RESUMEN</b>	5
<b>ABSTRACT</b>	6
<b>INTRODUCCIÓN</b>	7
<b>CAPÍTULO I: FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	9
<b>1.1 Contextualización</b>	9
1.1.1 Era digital y comienzos del internet	9
1.1.2 Inicio de los medios sociales	10
1.1.3 Problematicando la pandemia y la masificación de lo digital	12
<b>1.2 Estado del arte</b>	13
1.2.1 El papel de las emociones y la Salud Mental	13
1.2.2 Antecedentes sobre las Redes sociales (social media)	16
<b>1.3 Justificación y relevancia</b>	19
<b>1.4 Pregunta de Investigación</b>	20
<b>1.5 Objetivo general</b>	20
1.5.1 Objetivos específicos	21
<b>1.6 Hipótesis</b>	21
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	22
<b>2.1 Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (N'TIC)</b>	22
<b>2.2 Emociones</b>	23
<b>2.3 Salud Mental</b>	25
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	28
<b>3.1 Diseño</b>	28
<b>3.2 Participantes</b>	29
<b>3.3 Técnicas de recolección y análisis de información</b>	32
<b>3.4 Procedimiento</b>	33
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS</b>	34
<b>4.1 Identificando las emociones</b>	34
<b>4.2 Redes sociales más predominantes en el Gran Valparaíso</b>	37
<b>4.3 Redes sociales y salud mental en los jóvenes del Gran Valparaíso</b>	39
<b>4.3 Satisfacción e influencia de las redes sociales</b>	40

<b>4.4 Experimentación de emociones positivas en las redes sociales</b>	42
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b>	45
<b>REFERENCIAS</b>	50
<b>ANEXOS</b>	56
<b>Anexo 1: Operacionalización de las variables</b>	56
<b>Anexo 2: Cuestionario empleado</b>	58
<b>Anexo 3: Libro de Códigos</b>	60
<b>Anexo 4: Consentimiento informado</b>	68

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1: Muestreo por cuotas Mujeres y Hombres de 20 a 25 años del Gran Valparaíso .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 2: Distribución tamaño muestral por comunas del Gran Valparaíso .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 3: Estadísticos descriptivos variables sociodemográficas .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 4: Diferencias entre la experimentación de emociones negativas en Hombres y Mujeres .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 5: Prueba Rho de Spearman: Edad de las y los encuestados respecto de cada emoción .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 6: Prueba de hipótesis Chi cuadrado: Grado de significancia de la variable agotado mentalmente respecto del sexo .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 7: Prueba de hipótesis Chi cuadrado: Grado de significancia de la variable satisfacción con la vida e influencia con la vida respecto del sexo .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 8: Distribución emociones positivas respecto de la frecuencia con la que utilizan las redes sociales .....</b>	<b>43</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1: Porcentaje de las emociones experimentadas por lo jóvenes al utilizar redes sociales .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico 2: Porcentaje de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes del Gran Valparaíso.....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 3: Porcentaje del uso de cada red social (Instagram, Tiktok Twitter, Facebook) .....</b>	<b>39</b>

## **RESUMEN**

La globalización digital, impulsada por las nuevas tecnologías de la información y comunicación (N'TIC), se ha visto acelerada con la irrupción del covid-19 y las subsiguientes medidas de confinamiento. Este fenómeno ha tenido un impacto en la forma en que las personas interactúan y se relacionan, dando lugar a nuevos sentires y dinámicas emocionales, que obligan a reconfigurar los modos de comunicación e intensifica el uso de redes sociales entre la población, especialmente entre los más jóvenes. Por lo que, la presente memoria tiene como objetivo fundamental analizar e identificar la influencia que tienen las principales plataformas de redes sociales, tales como Twitter, Instagram, Facebook y Tiktok, en las emociones y el bienestar de los jóvenes residentes del Gran Valparaíso. Para lograr esto, es que se llevará a cabo un estudio bajo metodología cuantitativa, adoptando un diseño no experimental de tipo transversal. Se definió el universo a través de un muestreo por cuotas entre las ciudades de Valparaíso, Viña del Mar, Quilpué, Villa Alemana y Concón a aquellos jóvenes que tuviesen entre 20 a 25 años.

## **PALABRAS CLAVE**

Redes Sociales, Jóvenes, Emociones, Salud Mental.

**ABSTRACT**

Digital globalization, driven by new information and communication technologies (N'ICT), has been accelerated by the emergence of COVID-19 and the subsequent confinement measures. This phenomenon has had an impact on the way in which people interact and relate, giving rise to new feelings and emotional dynamics, which force us to reconfigure modes of communication and intensify the use of social networks among the population, especially among the youth. This is why the fundamental objective of this report is to analyze and identify the influence that the main social media platforms, such as Twitter, Instagram, Facebook, and TikTok, have on the emotions and well-being of young residents of Greater Valparaíso. To achieve this, a study will be carried out using quantitative methodology, adopting a non-experimental cross-sectional design. The universe was defined through quota sampling among the cities of Valparaíso, Viña del Mar, Quilpué, Villa Alemana, and Concón for those young people who were between 20 and 25 years old.

**KEYWORDS**

Social media, Youths, Emotions, Mental health.

## INTRODUCCIÓN

El vertiginoso avance de las tecnologías de la información y la comunicación en el último siglo ha dejado una profunda marca en la sociedad contemporánea. En la actualidad, las juventudes poseen influencias de diversa índole, entre las cuales destacan la masificación del uso de plataformas de redes sociales también conocidas como *social media*. Un aspecto común que define a estas nuevas generaciones es el facilitado acceso al internet, lo que se traduce en que probablemente la mayoría de ellos/as tuvo una temprana exposición a estas redes en comparación a los nacidos antes de los años 2000.

Conforme avanza el tiempo, nos encontramos inmersos en una realidad que sugiere una creciente dependencia de la conectividad, derivada de los extensos periodos dedicados a las redes sociales. Estos lapsos dan lugar a la experimentación de variadas emociones entre los jóvenes, afectando tanto positiva como negativamente la vida de los cibernautas, sobre todo posterior al contexto de pandemia por Covid-19, el cual mantuvo a la población bajo un confinamiento nacional, que provocó la ruptura de las rutinas establecidas y los modos tradicionales de interacción social.

El presente estudio tiene como objetivo principal indagar en las emociones que perciben los jóvenes al momento de navegar por los medios digitales, definiendo el universo dentro de lo que comprende el Gran Valparaíso. Para este efecto, se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo no experimental de tipo transeccional o transversal con un diseño de investigación de carácter correlacional.

Esta memoria consta de cinco capítulos. El primero de ellos aborda las *social media* y las emociones desde su contexto social e histórico, de manera lineal, desde la década de los 2000 hasta la compleja situación psicosocial post pandemia. Además, se presentan los principales conceptos que permiten situar la problemática y definir hipótesis. El segundo capítulo corresponde al marco teórico, el cual engloba los antecedentes y puntos cruciales, tanto de las redes sociales como de las emociones en los jóvenes al utilizar cuatro de las plataformas en tendencia. En el tercer capítulo, se

presenta la metodología por la cual se guio la investigación. El cuarto capítulo incorpora los análisis y resultados obtenidos a través de las pruebas estadísticas. Por último, el quinto capítulo sirve como punto de convergencia entre la fundamentación teórica revisada y la materialización de los objetivos tanto generales como específicos.

## **CAPÍTULO I: FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Contextualización**

#### **1.1.1 Era digital y comienzos del internet**

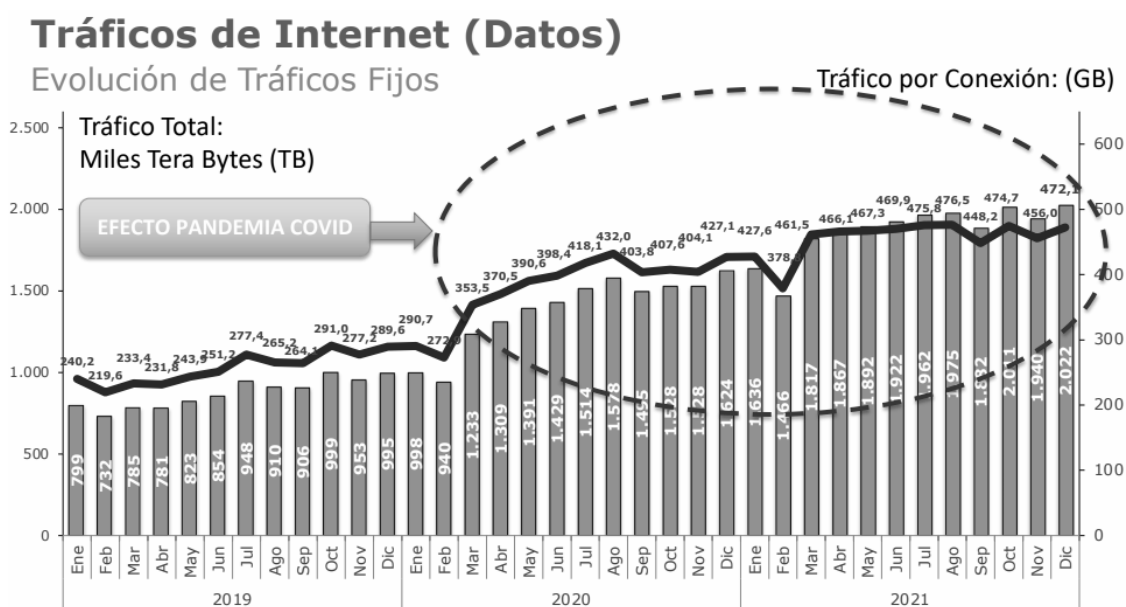
El Equipo de respuesta ante incidentes de Seguridad Informática (CSIRT) en suma con el Ministerio del Interior y Seguridad Pública, presentan los principales hitos que dieron espacio a la llegada del internet a Chile. Estos mencionan que el primer acercamiento surge en 1985 como resultado de un proyecto entre la Universidad de Chile y la Universidad de Santiago, donde logran enviar el primer correo electrónico del país.

Siete años después, en 1992, se conecta por primera vez a internet con la denominada banda ancha, pues se aprueban dos enlaces para navegar y también se formaliza el dominio punto cl. El año siguiente, se creó la primera página web a cargo del Departamento de Ciencias y Computación de la Universidad de Chile. Sin embargo, es recién a comienzos de los 2000 cuando se logra expandir en mayor medida el acceso a internet móvil, con la aparición del primer cable de fibra óptica que permitiría una red con mayor capacidad y velocidad.

De acuerdo con Subtel (2011), en el 2010 ya había mayor cantidad de celulares que habitantes en el país con una cifra de 19.852.242 móviles registrados. Los años posteriores estuvieron marcados por la masificación del uso del internet: desde el gobierno se impulsó un programa público (WiFi ChileGob) para mantener a las personas conectadas en espacios públicos de manera gratuita; también aparecen nuevas coberturas para navegar (3G, 4G y el más reciente 5G).

En concreto, si comparamos el tráfico del internet en los últimos tres años considerando los sucesos históricos que han ocurrido hasta hace no mucho tiempo, a través del último informe de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) se

observa que: si bien durante lo que fue el 2019 y el desarrollo del estallido social en Chile, el tráfico de internet se mantuvo en constante aumento pero no de manera significativa, fue desde marzo del 2020 –comienzos de la pandemia Covid19– donde se incrementa considerablemente esta cifra en aproximadamente 81 GB de tráfico mensual, y luego en marzo del 2021 de igual manera tiene un crecimiento exponencial, llegando a su punto más alto en Agosto del 2021. Como se muestra en el siguiente gráfico de barras:



Fuente: Subtel (2022).

### 1.1.2 Inicio de los medios sociales

Con la llegada de la era digital a inicios del siglo XIX, se transforma y re-configura el modo de comunicación tradicional. Esta transición implicó a nivel individual y colectivo la introducción de nuevas formas de comunicación en la vida social, que consideraba características de difusión, participación y configuración de mensajes nuevos (Aguado, 2004, p. 163), es decir, a través de plataformas virtuales aparece un nuevo tipo de interacción, un medio de contacto sencillo, rápido e instantáneo.

Los inicios de las plataformas de redes sociales se remontan a los años 2000, donde si bien algunas de ellas actualmente no se encuentran vigentes, estas han ido mutando a lo largo del tiempo. Entre las más influyentes de esa época se encontraban Fotolog o Myspace, o, por otro lado, el caso de Facebook, como la plataforma creada por Marck Zuckerberg que por años fue la más utilizada entre los jóvenes, pero que ha perdido el lugar como la más utilizada entre este rango etario.

Teniendo en cuenta la prematura evolución de las plataformas de redes sociales, es importante considerar la rápida adaptación por parte de sus usuarios, quienes de manera intuitiva han descubierto e implementado nuevas funciones dentro de los distintos sitios web. Es más, a medida que transcurre el tiempo y en vista de que actualmente son utilizadas para múltiples finalidades, estos medios rápidamente fueron adquiriendo nuevas actualizaciones acordes a los contextos y necesidades de los usuarios. Al hablar de plataformas de redes sociales, estamos considerando los distintos momentos que componen su historicidad, pero agregando un enfoque actualizado a lo que refiere el uso que se le da a las redes sociales en los jóvenes, como es el caso de plataformas como Instagram, Facebook, Tiktok o Twitter –por mencionar algunas–. Bien sabemos que, en la actualidad no solamente sirven como medio de recreación u ocio, sino que también permiten divulgación de información, creación de comunidades, intercambio de opiniones, compartir vivencias, entre otras.

Por otra parte, es posible mencionar que las redes sociales generan una adicción que afecta mayormente a los jóvenes, provocando ansiedad, problemas psicológicos, e incluso conductas de irritabilidad, todo ello causado por la necesidad de mantenerse conectados a las redes sociales (Peris et al., 2018, como se citó en Ochoa y Barragán, 2022, p. 86).

### **1.1.3 Problematizando la pandemia y la masificación de lo digital**

Es en marzo del 2020 cuando en Chile el Ministerio de Salud (MINSAL) confirma el primer caso de coronavirus dentro del país, desde ese entonces la vida pública y privada comienza a girar en torno a la alerta sanitaria emitida por las autoridades de turno, quiénes en un intento por hacer frente a un virus un tanto desconocido, implementan distintos protocolos para evitar su propagación. Pese a los esfuerzos, el Covid-19 se expandió de forma rápida y masiva a lo largo del país, significando un gran impacto sobre las dinámicas cotidianas y los modos de vida de la población no solo en el contexto chileno, sino a nivel mundial.

La pandemia en Chile obligó a transformar sin precedentes los modos de vida de los/as chilenos/as, ocasionando múltiples problemas psicosociales y económicos que intensificaron las desigualdades sociales. La suspensión de actividades y el confinamiento a nivel nacional dejó en evidencia la gravedad de la situación —entendiendo que las medidas implementadas eran extremas— pues la incertidumbre sanitaria no sólo estaba afectando la salud física, sino que también daba cuenta de la vulnerabilidad mental y emocional debido al encierro. Paralelo a esto, comienza una crisis interna respecto al último aspecto un tanto invisibilizado, ya que las emociones son un sistema de respuesta —individual y colectivo— altamente sensible al medio social en que las personas y grupos se desenvuelven (Asún et al., 2021). Por lo que, en este contexto de crisis, la sociedad ve afectado su bienestar emocional producto de las condicionantes nacionales e internacionales. Considerando estos factores, podemos decir que los jóvenes ven truncado el proceso de construcción intergrupal de identidades e implicaciones generacionales producto de las medidas de confinamiento y, por tanto, las experiencias aparecen de forma subjetiva de acuerdo con la realidad en la que se encuentran (Asún et al, 2021).

En esta búsqueda por tratar de continuar con las actividades cotidianas, las plataformas de redes sociales se posicionan como un pilar fundamental para menguar la distancia física, posibilitando establecer otro tipo de relaciones e interacciones a

través de lo virtual. Pero, dentro de esta nueva posibilidad de interconexión entre los usuarios, aparece un nuevo problema con doble perspectiva; primero, donde la exponencial masificación del uso del internet y de plataformas de redes sociales ofrecen acortar dicha brecha espacial, permitiendo mantener cierta comunicación con el otro de forma instantánea, podemos divisar como también aparece una cuestionable exposición digital que deja a criterio personal el contenido que se consume, afectando el estado de nuestra salud emocional de manera positiva o negativa. Si tomamos cifras de estudios recientes sobre esta exposición digital, es posible observar que durante la pandemia un 63,9% de los jóvenes expresó un empeoramiento de su salud mental anterior a la pandemia, mientras que un 54,8% tuvo problemas para conciliar el sueño y un 41,3% afirmó sentirse desanimados o muy desanimados (Asún et al., 2021). A esto se le debe sumar que el debilitamiento de las actividades económicas y el confinamiento, dejan como consecuencia un desgaste tanto físico —para quienes padecieron el virus— como psicológico, por el simple hecho de estar inmersos en una nueva normalidad, donde las personas y las dinámicas sociales tuvieron un proceso de transformación, que no solo afecta el comportamiento en general, sino que también involucra un cambio de percepción frente al virus, frente a la crisis y las medidas que ha tomado el gobierno.

## **1.2 Estado del arte**

### **1.2.1 El papel de las emociones y la Salud Mental**

“la mayor parte de las emociones humanas se nutren y tienen sentido en el marco de nuestras relaciones sociales” (Rizo, 2015, p. 57)

Para comprender los significados históricos y sociales que moldean una sociedad, es preciso considerar y visibilizar el papel que adquieren las emociones dentro de las subjetividades tanto individuales como colectivas. Por lo que, debemos

definir en términos teóricos la naturaleza de las emociones para así comprender en sentido lato la estructura social del comportamiento humano.

Nuestra mente de manera biológica posee dos polos, o, mejor dicho, dos tipos de cerebros, uno de estos es el denominado pensante –dominado por la neocorteza– y otro llamado cerebro emocional –dominado por el sistema límbico–. En base a esto, debemos tener en cuenta que lo correcto sería considerar al individuo como un ser naturalmente emocional. (Rettig, 2005, p.17) Según Freire (2008):

Esas relaciones y redes sociales o profesionales establecidas y desarrolladas a través de Internet nos sitúan ante una nueva fase, que algunos califican como post mediática, de una sociedad de servicios aún mucho más acelerada y en la que la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización. (p. 276).

De acuerdo con lo mencionado por el profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de España, el extracto anterior tendría directa relación con el algoritmo que engloba las cuentas de los usuarios jóvenes, puesto que al tener una tendencia personalizada –que se basa en el historial y visitas a sitios web– resulta muy fácil que estas redes predigan los intereses de los usuarios, mostrando adrede contenido que podría ser llamativo para estos. Pues, esta instantaneidad y personalización puede ser en base a lineamientos políticos, humorísticos, informativos, culturales y otros.

Esta realidad, va segmentando a la población joven presente en los medios digitales, producto de las influencias que puedan generar sobre los mismos, considerando que obligadamente producirá alguna emoción al respecto y por ende una opinión sobre las cosas y/o sucesos. Estas nuevas emociones se refieren al surgimiento de emociones no manifestadas con anterioridad dentro de la red social, aquella que nace desde los espacios digitales. Son nuevas en el sentido de que

aparecen de acuerdo con los nuevos contextos por los que se encuentre una persona joven. Pues, “ninguna formación social puede perdurar sin una autocontención de los afectos y las emociones” (Bolaños, 2016, p. 8).

Si a cifras nos referimos, un artículo científico publicado en *The Lancet* (2021) sobre trastornos mentales que prevalecieron debido a la pandemia, estipuló a partir de datos comparativos de 204 países que “los trastornos depresivos han aumentado un 27,6%; y los de ansiedad, un 25,6%” en comparación a resultados previos a la llegada del Covid-19. (Santomauro et al., 2021, p. 1700).

Continuando con la investigación, en esta se encuentran definiciones para los casos específicos de trastornos depresivo mayor y de ansiedad en las personas, los cuales informaron la prevalencia e intensificación de trastornos depresivos o de ansiedad durante la pandemia de COVID-19, teniendo como marco de referencia una línea de base previa a la pandemia (2021, p. 1702). Se estimó una fuerte tendencia al alza de dichos trastornos en función de los indicadores de impacto de COVID-19. La movilidad diaria y su respectiva tasa de infección se asociaron significativamente con el cambio en la prevalencia del trastorno depresivo mayor y el trastorno de ansiedad (p. 1704). Es decir, la percepción sobre la enfermedad, sumado a los cambios que se debieron tomar y a los índices de mortalidad, incidieron de forma negativa sobre estos trastornos, volviendo difícil mantener una vida normal.

Debemos también considerar que, según datos mundiales expuestos por la Confederación de Salud Mental (2021) en materias de salud mental y a un año de la pandemia, se estima que los pensamientos suicidas en la población mundial se han visto incrementados entre un 8% y un 10%. Cifra alarmante si se considera que en los jóvenes esta cifra aumenta aún más, de un 12,5% y a un 14% (p. 4).

Pese a las cifras alarmantes arriba compartidas, Chile continúa presentando un significativo déficit en su financiamiento de salud mental si se le compara con el promedio mundial. Un estudio CIPER Chile (2021) confirmó lo siguiente:

El presupuesto fiscal destinado a la salud mental apenas supera el 2% del total del presupuesto en Salud, cifra que está muy por debajo del 5% que se propuso como meta en el Plan Nacional de Salud Mental y Psiquiatría de los períodos 2000-2010 y 2015-2025, cifra de acuerdo al promedio mundial. A su vez, la cobertura de atención en salud mental en Chile alcanza aproximadamente a no más de un 20% de la población, mientras que en países de medianos ingresos la cobertura llega a un 50%. lo cual evidencia aún más la necesidad de hacerse cargo de quienes engrosan este segmento de la población. (Jiménez et al., 2021)

Las rutinas de los actores sociales adquirieron nuevos tipos de monotonías, estas se vieron sustentadas en la tecnología, a lo cual Quiroz (2020) nos dice que “el aislamiento a partir de la pandemia de COVID-19, cambió nuestras vidas de forma imprevisible y lo virtual comenzó a reemplazar el mundo del trabajo, de las relaciones interpersonales y el modo de entretenimiento” (p.2). Teniendo en consideración este enunciado, se debe considerar como parte de una realidad actualizada, aun post pandemia y con el cese del confinamiento, ciertas costumbres adquiridas se conservaron.

### **1.2.2 Antecedentes sobre las Redes sociales (social media)**

En Chile, por cada minuto que pasa se suben 300 horas de videos a YouTube y se ven 3,15 mil millones de horas de video al mes (Barrios y Sola, 2018). Si de plataformas de redes sociales se trata, es posible determinar que los jóvenes se han vuelto aún más activos en redes sociales desde que se modificaron los hábitos de la vida cotidiana, y se espera que en un futuro no muy lejano esta tendencia siga en alza. Un estudio de la Universidad de California sostuvo un análisis correlacional entre el

tiempo de uso de las plataformas y los efectos colaterales que produce esta estimulación, demostrando que aquellos individuos que visitan las redes sociales al menos cincuenta y ocho veces por semana tuvieron más de tres veces sentimientos de aislamiento social y depresión, que personas que lo hacen menos de nueve veces en el mismo período de tiempo (Sotomayor, 2020).

En suma, según Ochoa & Barragán (2022) lo que permite explicar por qué cada vez son más las personas que crean cuentas de usuarios, al decir que “en busca de seguir conectado con los amigos, las personas que no utilizaban las redes sociales se vieron en la necesidad de tenerlas” (p.87) de esta manera, el individuo mantendría la comunicación a pesar de factores ligados al distanciamiento físico, como de salud.

Por otro lado, considerando a Pulido, Soto et al. (2021) debemos considerar el marco temporal situándonos en lo que es lo pandémico y post pandémico inmerso dentro del contenido de medios sociales cuando dice que:

Existe una variedad de estudios que no han tenido en cuenta el efecto de las tecnologías, ocupándose solamente de las relaciones presenciales para analizar comportamientos sociales [...] Lamentablemente, tales estudios no incluyen las redes sociales (mediaciones tecnológicas) que son uno de los instrumentos de la revolución digital (p. 126). Por tanto, se han considerado las plataformas, teniendo en cuenta que estas están presentes en la gran mayoría de los jóvenes.

Si observamos estudios más recientes respecto a cómo se distribuyen los jóvenes que utilizan Facebook en 2022 según sexo y edad, es posible reconocer que esta red ha presentado una disminución de usuarios jóvenes de este rango etario de 18 a 24 años, pues a nivel mundial representan solamente un 22,6%, posicionándose como el segundo grupo de mayor frecuencia en esta red social. Mientras que quienes lideran su utilización, representan un 31% de los usuarios que tendría entre 25 y 34

años registrados hasta la fecha. En cuanto al sexo, es posible evidenciar que en el segmento de utiliza mayoritariamente Facebook existe una diferencia de un 5,8% de usuarios hombres por sobre las mujeres. Asimismo, ocurre con los jóvenes –entre 18 y 24 años– que de igual modo los hombres utilizan más esta red que las mujeres en un 4% más (Dixon, 2022).

En efecto, un estudio reciente realizado a estudiantes de tres universidades de diferentes provincias de España sobre el consumo de medios sociales en los jóvenes en tiempos de pandemia arrojó que:

“El análisis descriptivo da una idea clara de las redes sociales utilizadas por la generación Z: en el caso Facebook encontramos un 75,6% de los encuestados que nunca utiliza esta red; en el caso de Instagram, un 78,3% la utiliza con frecuencia o siempre; para el uso de Tiktok también encontramos un porcentaje alto de personas (60,4%) que respondieron no usarla nunca o poco” (Escoda et al., 2021, p.199).

Así también, aluden a las principales plataformas en tendencia utilizadas por los jóvenes que son parte de la generación Z, cuando expresa que: “Si nos centramos en el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes miembros de la generación Z, vemos que prefieren utilizar Spotify, TikTok, Snapchat, Twitch, Tumblr, 21Buttons, HouseParty y Peoople” (Escoda et al, 2021, p. 191).

En este último extracto de cita, se observan muchas redes sociales que fueron hit en contexto de confinamiento y pandemia, como es el caso de *21Buttons*, una red social que permite compartir a los demás los looks de moda que crees. También ocurre con *HouseParty*, que es una plataforma de videollamadas grupales donde de igual modo se puede chatear con los amigos/as. Por último, *Peoople*, la red social española que permite compartir recomendaciones con usuarios de todo el mundo.

Por último, es posible proyectar que para el año 2027 un 92,47% de la población chilena estará inmersa dentro de las plataformas de redes sociales. Actualmente esta cifra se encuentra en un 87,54% a nivel nacional, pero que anualmente aumentará un poco más de un 1% (Statista, 2022).

### **1.3 Justificación y relevancia**

La presente investigación adquiere relevancia teórica y práctica en primer lugar, porque no ha sido problematizada cuantitativa y emocionalmente la masificación de las redes sociales en un contexto de post pandemia. Bien sabemos que, la tecnología y las plataformas digitales se encuentran muy presentes entre los jóvenes, sobre todo después de un periodo de la historia que obligó a transformar los modos de comunicación entre la población. Actualmente las redes sociales tienen incidencia sobre múltiples aspectos de la vida, es evidente que el uso diario de estas mediante dispositivos móviles condiciona las relaciones sociales entre los jóvenes. En segundo lugar, la metodología y diseño de esta investigación permitirá abordar las emociones en un contexto post pandémico que ciertamente transformó la utilización de las redes sociales, así como también modificó los contenidos que resultan de interés hacia los jóvenes y por tanto construyó nuevas experiencias al momento de navegar por la web.

Además, dentro de la teoría sociológica de los clásicos del siglo XX las emociones no fueron lo suficientemente desarrolladas como parte de lo social en miras al futuro, pues en muchos casos se estudian los fenómenos sin considerar los diversos contextos en los que se sitúan, sobre todo en tiempos como los actuales, donde van apareciendo y re-configurando nuevas cuestiones sociológicas. En este sentido, la teoría sociológica inicialmente no había prestado gran atención respecto a la figura de las emociones en las relaciones sociales de los individuos. La sociología de las emociones se acerca parcialmente a este fenómeno recién en la década de los 80', cuando Thomas Scheff, Arlie Hochschild y Theodore Kemper en conjunto desarrollan estudios empíricos y teóricos que dan lugar a la comprensión de las emociones (Bericat, 2000). A diferencia de la disciplina de la psicología, quien desarrolla

ampliamente escritos teóricos sobre las emociones, la sociología lo hacía de manera residual, genérica e irrelevante, había estado realizando sus estudios sin considerar [...] el contenido emocional de los fenómenos sociales que investigaba (Bericat, 2000)

Como hicieron el sociólogo Marcel Mauss (1872 - 1950) y el antropólogo Norbert Elías (1887 - 1990) de “imponer al individuo un uso riguroso de sus emociones, sus afectos y su cuerpo. Para analizar el papel que desempeñan las emociones dentro de los procesos de larga duración que involucran lo social, lo psicológico, lo histórico y lo político” (Bolaños, 2016). Resulta interesante y se hace necesaria la incorporación de la naturaleza de las emociones para comprender en sentido lato la estructura social del comportamiento humano.

Por último, una investigación de índole cuantitativa puede servir como punto de partida para construir un catastro en materias de salud mental, orientado hacia el mayor porcentaje de usuarios que tienen acceso a estos medios, pues permitiría un mayor control de lo que se consume digitalmente y por ende una consciente construcción de habilidades emocionales entre los jóvenes. Por lo que resulta atractivo investigar las emociones de jóvenes dentro de lo que compone el Gran Valparaíso.

#### **1.4 Pregunta de Investigación**

- ❖ ¿Cuáles son las emociones que presentan principalmente los/las jóvenes del gran Valparaíso mientras utilizan las distintas plataformas de redes sociales en tendencia?

#### **1.5 Objetivo general**

- ❖ Identificar la relación de las plataformas de redes sociales sobre las emociones de los jóvenes del Gran Valparaíso.

### 1.5.1 Objetivos específicos

1. Identificar las emociones que transmiten los principales *medios digitales* en los jóvenes del Gran Valparaíso.
2. Caracterizar las emociones que experimentan los jóvenes del Gran Valparaíso al navegar por plataformas de redes sociales.
3. Comparar las emociones que perciben los jóvenes del Gran Valparaíso en las plataformas de redes sociales más contingentes.

### 1.6 Hipótesis

1. Es posible que los jóvenes del Gran Valparaíso consideren que las redes sociales son un problema para su salud mental.
2. La influencia de las redes sociales en los jóvenes del Gran Valparaíso afecta considerablemente el nivel de satisfacción con la vida.
3. Los jóvenes del gran Valparaíso experimentan emociones más positivas en la red social más utilizada.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (N'TIC)

Desde comienzos de la década de los noventa, las tecnologías de la información y comunicación, también denominadas TIC, transformaron sin precedentes la forma tradicional de comunicarse. El internet ya no era únicamente un instrumento de la comunidad científica, sino que se volvió una red de fácil acceso que terminó por cambiar la interacción social desde ese entonces (Calandra et al., 2009). Existe una derivación del término TIC al de N'TIC, refiriéndose a Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, que incluyen: la telecomunicación móvil, el internet y el GPS, además de las más antiguas tecnologías desde el telégrafo eléctrico, luego el teléfono fijo, la radio y la televisión. Tal transformación conceptual se basa en el hecho de que las tecnologías de información y comunicación van más allá de la era computacional (Calandra et al., 2009. p.15).

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y el internet son herramientas que facilitan diferentes actividades de nuestra vida cotidiana, es notable el impacto que estas han tenido durante el último siglo que permite acceder y conectarnos de manera mucho más rápida e instantánea (Hernández et al., 2007). Las N'TIC están evolucionando día a día, por ende, es necesario en primer lugar, conocer las bases sobre las que se desarrollan las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones (Calandra, 2009, p. 4).

Actualmente evidenciamos como menciona Manuel Castells (2008), una sociedad en red, que se caracteriza por la omnipresencia de redes de comunicación multimodal (p.12). Esta nueva era digital impulsada por la globalización permite ampliar el alcance comunicacional a todas las esferas de la vida social, en una red que es a un tiempo global y local, genérica y personalizada según un patrón siempre cambiante (Castells, 2008, p. 12). Las tecnologías de la comunicación han suprimido –en parte– las brechas de conectividad, a través de conexiones locales y globales en tiempo real, la distribución de información ocurre de manera horizontal y vertical, gracias a la masificación de estas herramientas que poseen un lenguaje digital en todo el mundo.

En cuanto a lo mencionado anteriormente, este autor afirma que “como toda tecnología, Internet es una creación cultural: refleja los principios y valores de sus inventores, que también fueron sus primeros usuarios y experimentadores” (Castells, 2019, p. 1). Ciertamente esto supone una ventaja considerando las prioridades que estos determinan al momento de crear una plataforma, por tanto debemos tener en cuenta las potencialidades que aún no han sido incorporadas, pero que pueden rápidamente surgir, como por ejemplo la opción de definir el tiempo límite diario que uno pasa en una red social –por mencionar alguna–, puesto que su uso en muchos casos se vuelve un problema crítico, afectando no solamente la condición mental de la persona, sino que también intervienen sobre las relaciones interpersonales de quienes navegan.

En suma, la ventaja que poseen los jóvenes con las N'TIC, da paso a la directa disparidad en razón de las generaciones pasadas, dado que dichos espacios virtuales han sido puestos a disposición y conveniencia de ellos mismo, y suponiendo que seguirán apareciendo nuevos espacios y medios comunicacionales, estos se harán más indispensables en el quehacer diario de una emergente población nativa que crece dentro del mundo digital.

Castells añade que “como en las tecnologías de red los usuarios también son los productores de la tecnología, los jóvenes actuales se han apropiado la comunicación digital, generando nuevas formas de relación, nuevos usos y nuevos hábitos” (2009, p. 112). Siguiendo una línea comparativa, si hablamos de la funcionalidad inicial que poseen las plataformas digitales, y consideramos cómo han mutado en cuanto al uso dado por sus usuarios, en comparación con jóvenes de generaciones pasadas, estos tienen acceso a la comunicación instantánea, que ha traído consigo la globalización que actualmente conocemos.

## **2.2 Emociones**

La disciplina de la sociología no había desarrollado estudios rigurosos sobre las emociones en específico, “solamente había incorporado tratamientos residuales o circunstanciales de la emoción” (Bericat, 2000, p.145). Resulta ilógico que una ciencia

que estudia las estructuras y acciones sociales no haya considerado la dimensión más transformadora del ser humano. Ni siquiera la imaginación sociológica ha considerado la realidad emocional para entender y explicar los efectos de las emociones.

Recién a partir de los años 80 aparece la sociología de las emociones, como punto de partida del estudio de la dimensión más íntimamente vinculada a la sociabilidad, lo emocional. Esta construcción teórica tuvo a Thomas Sheff, Theodore Kemper y Arlie Hochschild como pioneros fundamentales, quienes en conjunto desarrollan tres campos de estudio: la sociología “de” la emoción, la sociología “con” emociones y por último la emoción “en” la sociología (Bericat, 2000).

La sociología de la emoción tiene como fin el estudio de las emociones haciendo uso del aparato conceptual y teórico de la sociología. Se trata de una sociología aplicada a la amplísima variedad de afectos, emociones, sentimientos o pasiones presentes en la realidad social. (Bericat, 2000, p. 150). Esta teoría de Kemper se comprende bajo una interrelación de que nuestras relaciones personales y sociales se nutren y adquieren sentido en base a las emociones experimentadas. Por su parte, la sociología con emociones es quien tiene la voluntad de introducir el componente emotivo al momento de construir investigaciones.

La autora Hochschild enfatiza en este punto puesto que contribuiría al descubrimiento de nuevos fenómenos y perspectivas sociales (Bericat, 2000). Además de que aporta teóricamente sobre las emociones desde un punto de vista de género y poder, al mencionar que las personas son capaces de manejar sus sentimientos para producir exhibiciones aceptables de acuerdo con estándares ideológicos y culturales. Las emociones se construyen bajo patrones constituidos en la interacción social, pero que realmente no se experimentan a nivel interno, pues son meramente adaptadas. Esto en un escenario donde son las mujeres quienes las acentúan en mayor medida que los hombres (Bonelli, 2004, p. 357). Hochschild también centró su estudio en que existe una expropiación de las emociones consideradas “profundas” las cuales predominan en las actividades ocupacionales, ya que son manejadas de acuerdo a contextos y estándares específicos (Bonelli, 2004, p. 359).

Por su parte, el sociólogo Theodore D. Kemper presenta una teoría conscientemente interaccionista de las emociones, prestando atención a las causas sociales que existen detrás de las emociones desde lo macrosocial y desde una estructura jerarquizada, a modo de ejemplo expone que dos planteamientos, el primero tiene que ver con que mientras exista algún ejercicio de poder, existirá el miedo como consecuencia, y el segundo con que ese mismo orden jerárquico podría usarse a favor para un beneficio propio. Kemper desarrolla fuertemente la acción y función de las emociones sobre la vida pública (Giazú et al., 2014) donde estas surgen como eventos interpersonales que se transforman.

### **2.3 Salud Mental**

La salud mental, es un aspecto un tanto débil dentro de la teoría sociológica clásica, ya que según Rodríguez (1991) médicos/as que estudian o saben de sociología y que se dedican a las fronteras de la medicina–sociología, serían quienes muestran un interés creciente sobre el tema, ya que existe un compromiso con el cambio social. Al mismo tiempo que representan piezas sólidas de investigación científica, donde debemos tener en cuenta que la sociología tiene que hacer a un lado lo subjetivo para centrarse en la realidad objetiva de los hechos sociales (Gutiérrez, 2022).

De acuerdo con Sandoval et al. (2018) el ser humano se entiende como ser individual y social, que interactúa con factores biológicos, económicos, sociales, políticos y ambientales, entre otros, donde la salud no solo comprende la ausencia —o presencia— de enfermedades, sino que existen correlaciones donde debemos considerar tanto la familia, la comunidad, la escuela, el estado y la iglesia, las cuales funcionan como parte de las principales instituciones encargadas de proporcionar los diferentes tipos de educación respecto a la salud mental. Por tanto, sabiendo que “los modelos mentales colectivos constituyen las bases cognitivas de las instituciones, las cuales son creadas y legitimadas para solucionar los problemas sociales” (Mendoza,

2009) podemos aludir que dichos constructos sociales con los que se interactúa se vinculan entre sí.

Considerando lo anterior, la llamada psicoeducación, según Godoy et al. (2020) no solo hace referencia a la definición de un diagnóstico, sino también busca abordar situaciones cotidianas en la vida de las personas que se vuelven complejas por el desconocimiento que supone esta crisis no normativa que atraviesa la salud mental. Por tanto, esto implica entender el mecanismo de las enfermedades que puedan surgir de un mal manejo de salud mental, y a través de eso, colaborar de manera directa con los cuidados generales que se deben tomar premeditadamente. De igual manera, lo que se ha descrito desde la psicología social como el estigma, es provocado por la atribución de creencias negativas respecto a las enfermedades mentales, asociadas a la estereotipación de cualquier diagnóstico mental —a comparación de otras áreas de la salud—.

Si quisiéramos ahondar aún más sobre las consideraciones del término de salud mental, es posible abordarlo de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), quien se refiere a esta como “un estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad”. La OMS destaca el hecho de que la salud mental permite un desarrollo íntegro de la persona a lo largo de su vida.

Siguiendo lo anterior, la salud mental está relacionada con el uso adecuado y equilibrado de las plataformas de redes sociales, la gestión de las emociones que surgen a partir de la interacción en línea y con la capacidad para establecer relaciones saludables con los demás. El acceso a la información no necesariamente puede ser un factor que atente contra nuestra estabilidad mental, sino que puede ser útil para la promoción de esta misma en el entorno digital y masivo.

Por su parte, Anthony Giddens (1984) desarrolla una corriente teórica sobre las estructuras sociales y cómo estas pueden influir en el comportamiento de los individuos en la vida social. El autor postula que las estructuras son el resultado de las acciones humanas, no así un simple objeto externo que influye sobre el comportamiento de estas. También resulta relevante la reflexividad en el comportamiento, en el sentido de que los individuos poseen la capacidad de reflexionar sobre sus acciones y su entorno modificando su comportamiento como consecuencia del cambio social y la innovación.

En este sentido, la relación entre las redes sociales y la salud mental de los jóvenes puede ser vista a través de la teoría de la estructuración, pues las redes sociales son las estructuras sociales que influyen sobre el comportamiento y salud mental de quienes la utilicen, donde en muchos casos contribuyen a la construcción y mantenimiento de aquellas estructuras sociales. Por su lado, la reflexividad tomaría protagonismo al momento de tomar conciencia sobre el comportamiento que tienen los jóvenes con su entorno, así también permite la adaptación de medidas para proteger su salud mental.

### CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

A continuación, se exponen las técnicas y procedimientos metodológico que guiaron la investigación:

#### 3.1 Diseño

Para abordar las emociones y las redes sociales que más utilizan los jóvenes del Gran Valparaíso, el presente estudio se definió a través de una metodología cuantitativa, es decir, se utilizaron técnicas de análisis específicas para interpretar datos medibles, puesto que esto nos permitió contrastar los objetivos estipulados durante el trabajo de recolección de datos, con la finalidad de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández, 2014).

La investigación se ajusta a los antecedentes obtenidos de los datos de encuestas y mediante técnicas analíticas, las cuales permiten fundamentar el problema que se desea abordar, y así examinar las relaciones que puedan existir entre ellas (D'Ancona, 2001).

Se determinó que el diseño de esta investigación es no experimental de tipo transeccional o transversal, esta primera decisión metodológica se refiere al hecho de que el fenómeno de estudio, es decir, las emociones que producen las plataformas de redes sociales en los jóvenes se observarán en su contexto natural sin ninguna intención de adherir estímulos que incidan sobre esos sentires (Hernández, 2014). La segunda decisión de diseño se explica desde una dimensión temporal, pues, significa que la recolección de los datos ocurrirá en un momento determinado, que corresponde al segundo semestre del año 2023. El acto de analizar en un momento dado y en un punto del tiempo en específico, puede ayudar a la evaluación de un fenómeno y observar su incidencia en determinados aspectos de la vida, como también permite al investigador establecer interpretaciones y relaciones (Hernández, 2014).

De igual forma, es necesario delimitar aún más el alcance de esta investigación. el cual se guio a través de un estudio de carácter correlacional ya que “este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe

entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernández et al., 2014, p. 93). Se contrastaron las diferentes plataformas de redes sociales elegidas (Twitter, Facebook, Instagram y Tiktok) y las emociones que surjan de su uso sobre los jóvenes, de manera que permita establecer los diferentes grados de asociación o correlación entre variables.

### 3.2 Participantes

Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se definió el universo a través de un muestreo por cuotas con los habitantes jóvenes del Gran Valparaíso, es decir lo que corresponde a las comunas de: Valparaíso, Viña del Mar, Quilpué, Villa Alemana y Concón. Asimismo, la unidad de análisis fueron los individuos, hombres y mujeres que hacen uso diario de las plataformas de las cuatro redes sociales escogidas anteriormente. Nuestra investigación consideró únicamente a población en edad joven, en un rango de edad de 20 a 25 años, de acuerdo con los datos estadísticos disponibles del CENSO (2017). Por último, solo deben responder aquellas personas que naveguen por redes sociales únicamente a través de tus celulares, esto responde al hecho de que es una población que en mayor medida utiliza estos medios, y también que el tráfico en la web se realiza en primer lugar a través de teléfonos móviles (52.47%), seguido por el computador, tablet y otros (Medina, 2022).

En resumen, fueron personas que cumplían las siguientes características expuestas en la **Tabla 1**: Hombres y Mujeres residentes del Gran Valparaíso que tengan entre 20 a 25 años y que naveguen por las plataformas de redes sociales desde su teléfono móvil.

**Tabla 1**

Muestreo por cuotas Mujeres y Hombres de 20 a 25 años del Gran Valparaíso.

<b>Comuna</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>%M</b>	<b>%H</b>
Valparaíso	13.400	14.799	32%	33%
Viña del Mar	15.989	16.945	38%	38%
Quilpué	5.905	6.011	14%	14%
Villa Alemana	4.837	4.942	12%	11%
Concón	1.592	1.825	4%	4%
<b>Total</b>	<b>41.723</b>	<b>44.522</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia mediante datos recopilados del CENSO (2017).

La tabla anterior expone los valores proporcionales por cada comuna del Gran Valparaíso, diferenciados por cantidad de mujeres y hombres entre 20 y 25 años que lo habitan. Los datos totales son: 41.723 mujeres y 44.522 hombres respectivamente, se obtuvieron en base al último censo disponible, es decir en base a los resultados comunales del 2017. Mediante esto, fue posible determinar el tamaño muestral por el cual se guio el presente trabajo investigativo, como se muestra a continuación en la

**Tabla 2:****Tabla 2**

Distribución tamaño muestral por comunas del Gran Valparaíso.

<b>Comuna</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Valparaíso	48	49
Viña del Mar	57	57
Quilpué	21	21
Villa Alemana	18	17
Concón	6	6
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Elaboración propia, 2023

En este sentido, todo lo anterior corresponde a un muestreo no probabilístico, el cual supuso un procedimiento de selección en base a características específicas de la investigación, no así un criterio que permita generalizar a la totalidad de la población,

puesto que resulta difícil abarcar grandes grupos si no se cuenta con los recursos y el tiempo necesario (Hernández, 2014).

Para conocer las características específicas de los/las encuestados/as se realizaron preguntas sociodemográficas como el sexo, la comuna, el nivel de escolaridad, actividad, escolaridad, nivel de ingresos y la edad, los cuales se distribuyen en la **Tabla 3** de la siguiente manera:

**Tabla 3**

Estadísticos descriptivos variables sociodemográficas.

Variables		Recuento (N=300)	% del total	Desv. Tip.	Var.
Sexo	<i>Hombre</i>	150	50%		
	<i>Mujer</i>	150	50%		
Comuna	<i>Valparaíso</i>	97	32%		
	<i>Viña del Mar</i>	114	38%		
	<i>Quilpué</i>	42	14%		
	<i>Villa Alemana</i>	35	12%		
	<i>Concón</i>	12	4%		
Nivel de escolaridad	<i>Educación básica</i>	2	1%		
	<i>Educación media</i>	119	40%		
	<i>Educación superior</i>	173	58%		
	<i>Postgrado</i>	6	2%		
Actividad a la que se dedica	<i>Estudio</i>	214	71%		
	<i>Trabajo</i>	19	6%		
	<i>Trabajo y estudio</i>	62	21%		
	<i>No estudio ni trabajo</i>	5	2%		
Nivel de ingresos	<i>Entre \$0 y \$100.000</i>	157	52%		
	<i>Entre \$100.001 y \$200.000</i>	36	12%		
	<i>Entre \$200.001 y \$300.000</i>	18	6%		
	<i>Entre \$300.001 y \$400.000</i>	12	4%		
	<i>Entre \$400.001 y \$500.000</i>	8	3%		
	<i>Entre \$500.001 y \$600.000</i>	5	2%		
	<i>Entre \$600.001 y \$800.000</i>	10	3%		
	<i>Entre \$800.001 y \$1.000.000</i>	6	2%		
	<i>Entre \$800.001 y \$1.000.000</i>	5	2%		
	<i>Más de 1.000.000</i>	43	14%		
	<i>Prefiero no responder</i>				

Variables		Recuento (N=300)	% del total	Desv. Tip.	Var.
Edad	20	82	27%	1,657	2,747
	21	62	21%		
	22	53	18%		
	23	44	15%		
	24	28	9%		
	25	31	10%		

*Fuente: Elaboración propia, 2023*

### 3.3 Técnicas de recolección y análisis de información

Como técnica de recolección de datos, utilizamos fuentes primarias para el análisis sobre emociones y plataformas de redes sociales. Se aplicaron cuestionarios autoadministrados, esto quiere decir que no hay intermediarios y las respuestas las marcaron las y los encuestados (Hernández, 2014 p.233). La encuesta fue llevada a cabo durante el segundo semestre del 2023 a quienes cumplían con los requisitos estipulados anteriormente. Esta se organizó en tres secciones importantes: la primera sección constaba de preguntas de carácter sociodemográfico tales como la edad, comuna, sexo, ingresos, actividad que desempeña, y escolaridad; la sección dos, corresponde a preguntas sobre las horas y frecuencia en las que utiliza las redes sociales, incluye también preguntas sobre satisfacción con la vida e influencia que podrían tener sobre ella, y agrega un apartado sobre la frecuencia con la que experimenta ciertas emociones –diez en total– expresadas en escalas Likert; Por último, se enumeran dieciocho afirmaciones sobre situaciones específicas, algunas de las cuales se relacionan con la gestión del tiempo, otras en torno a la afectación sobre la salud mental, entre otras (Véase Anexo 1).

Posterior a esto, se llevó a cabo el análisis de la información a través del programa de software SPSS, esto con la finalidad de explorar los datos, efectuar codificación preguntas y realizar un análisis estadístico descriptivo e inferencial en base a los objetivos y parámetros propuestos (Véase Anexo 2). Este programa permite realizar diversas técnicas de análisis paramétricos y no paramétricos bivariados y

multivariados, entre los cuales utilizamos: la prueba de Chi cuadrado ( $\chi^2$ ) para evaluar relaciones entre las diversas variables y la prueba estadística Rho de Spearman ( $\rho$ ) para definir la fuerza y dirección de las correlaciones. Luego, dependiendo de los datos obtenidos se calcularon las estadísticas para cada ítem y su representación visual mediante gráficos de barra.

### **3.4 Procedimiento**

En suma, a lo mencionado anteriormente, la aplicación de la encuesta fue contemplada en la población joven, entre 20 y 25 años, habitante en el territorio del Gran Valparaíso, el cual comprende las ciudades: Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana. La recolección de datos se realizó mediante los dispositivos móviles de las y los encuestados, a través de la facilitación de un *link* de difusión en redes sociales, como también en formato físico código QR entregado por los investigadores. Además, con el objetivo de reducir los tiempos empleados en contestar las preguntas, se contestó de manera autogestionada, inclusive posterior a la entrega directa del cuestionario. En cuanto a los aspectos formales y éticos, se le comunicó a cada persona que la encuesta era de carácter confidencial y anónimo, de igual modo se contó con un consentimiento informado (Anexo 4) que certificaba el objetivo y finalidad de esta investigación para quienes lo solicitaran.

Se recopilaron un total de 401 encuestas entre los jóvenes que cumplían con los requisitos estipulados, posterior a esto, se trabajó en la configuración y limpieza de la base de datos, de manera que eliminara los excedentes y cumpliera con las cifras del muestreo por cuotas.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS

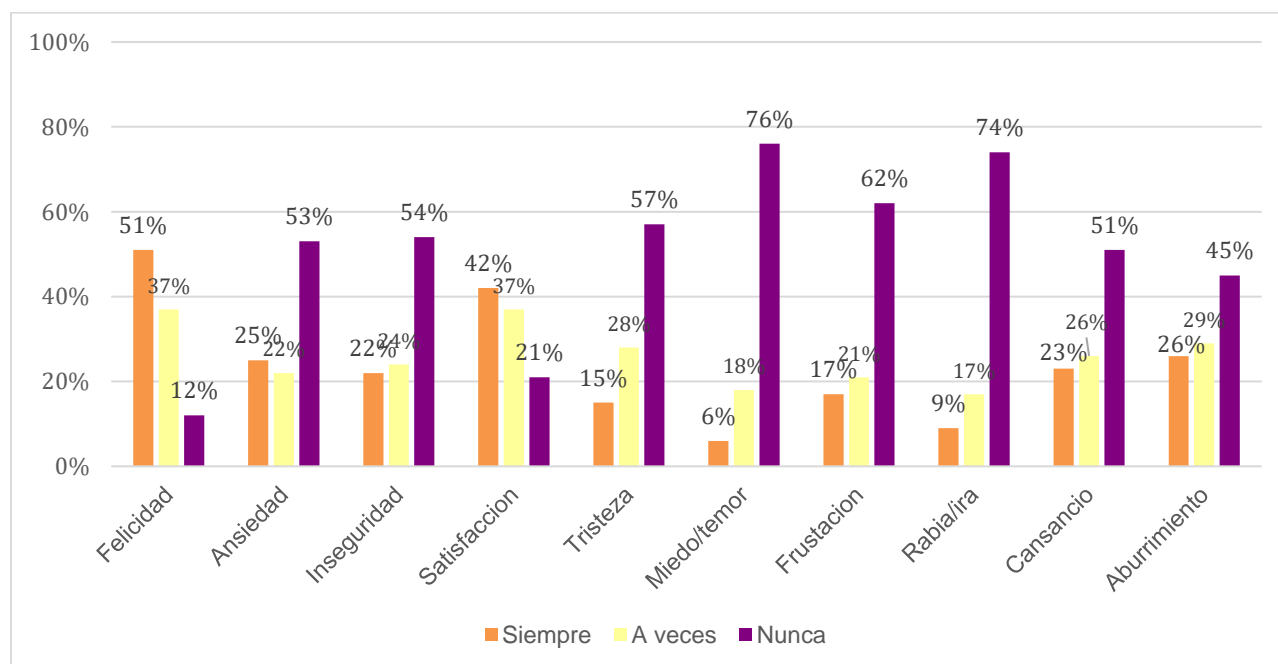
Este apartado corresponde al análisis de las respuestas entregadas por las y los encuestados (N=300). El texto se ordena de acuerdo con los objetivos principales y específicos definidos con anterioridad, así también se incluye material que permite el desglose de las hipótesis planteadas.

### 4.1 Identificando las emociones

El objetivo principal de la investigación fue identificar que emociones experimentan en mayor medida los jóvenes del Gran Valparaíso al utilizar las redes sociales y si estas son percibidas similar o contrariamente según la realidad de cada uno/a. Para esto, se presentaron las siguientes emociones en función de cada cuánto eran experimentadas –siempre, a veces y nunca–, como se muestra en el siguiente gráfico de barras (véase **Gráfico 1**):

**Gráfico 1**

Porcentaje de las emociones experimentadas por los jóvenes al utilizar redes sociales.



Fuente: Elaboración propia, 2023

De acuerdo con esto, es posible observar que las emociones más experimentadas al navegar por redes sociales son **felicidad** (51%) y **satisfacción** (42%), seguido muy por debajo de **aburrimiento** (26%). Por el contrario, aquellas emociones que nunca o casi nunca experimentan es el sentir **miedo o temor** (76%) luego está el sentir **rabia o ira** (74%), **frustración** (62%), **tristeza** (57%), **inseguridad** (53%) y **cansancio** (51%).

Por otro lado, si quisiéramos caracterizar estos sentires mediante variables sociodemográficas, como el sexo, por ejemplo, encontramos que en cuatro de diez emociones negativas existen diferencias significativas entre hombres y mujeres. Emociones como la **ansiedad**, **inseguridad**, **tristeza** y **miedo** son mayoritariamente **siempre** experimentadas por las mujeres (véase **Tabla 4**):

**Tabla 4**

Diferencias entre la experimentación de emociones negativas en hombres y mujeres.

Emoción		Sexo asignado al nacer		Total	$\chi^2$
		Hombre (N=150)	Mujer (N=150)		
<b>Ansiedad</b>	Nunca	92 (58%)	67 (42%)	159 (100%)	,014**
	A veces	28 (42%)	38 (58%)	66 (100%)	
	Siempre	29 (40%)	44 (60%)	73 (100%)	
<b>Inseguridad</b>	Nunca	99 (62%)	62 (38%)	161 (100%)	,000***
	A veces	33 (47%)	37 (53%)	70 (100%)	
	Siempre	17 (25%)	50 (75%)	67 (100%)	
<b>Tristeza</b>	Nunca	98 (58%)	70 (42%)	168 (100%)	,003*
	A veces	36 (43%)	48 (57%)	84 (100%)	
	Siembre	15 (33%)	30 (67%)	45 (100%)	
<b>Miedo/temor</b>	Nunca	116 (51%)	113 (49%)	229 (100%)	,013**
	A veces	31 (59%)	22 (41%)	53 (100%)	
	Siempre	3 (18%)	14 (82%)	17 (100%)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.05, \*p<0.1

Fuente: Elaboración propia, 2023

Si observamos la **Tabla 4**, se halló que 6 de cada 10 mujeres sienten **siempre** la emoción **ansiedad**, mientras más de la mitad de los hombres **nunca** sienten ansiedad (58%). Lo mismo ocurre con la emoción **tristeza**, donde un 58% de los hombres **nunca** experimentan tristeza al navegar por redes sociales y un 67% de las mujeres **siempre** declara sentirlo.

Por otro lado, obtenemos que un 75% de las mujeres **siempre** experimenta **inseguridad**, versus un 62% de los hombres que **nunca** lo percibe. A su vez, 8 de cada 10 mujeres siente miedo o temor al navegar por Instagram, Tiktok, Twitter o Facebook, pero los hombres responden que **a veces** experimentan esa misma emoción (59%).

Los cuatros ejemplos expuestos terminan por confirmar la notable diferencia entre ambos sexos, pues, son las mujeres quienes se encuentran más expuestas a percibir una mayor cantidad de emociones negativas al interactuar en las plataformas de redes sociales, en razón a los hombres.

Sumado a ello, se decidió por comparar la relación entre la edad de las y los jóvenes del Gran Valparaíso y cada una de las emociones escogidas –10 en total–, esto con la finalidad de obtener un mejor panorama de las variables estudiadas. La representación de las emociones fue expresada mediante valores numéricos de 1 a 10, siendo estos: 1) Felicidad, 2) Ansiedad, 3) Inseguridad, 4) Satisfacción, 5) Tristeza, 6) Miedo/temor, 7) Frustración, 8) Rabia/ira, 9) Cansancio, 10) Aburrimiento, como se muestra en la prueba estadística de la **Tabla 5**:

**Tabla 5**

Prueba Rho de Spearman: Edad de las y los encuestados respecto de cada emoción.

Edad	Edad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Edad	1,000	-,007	,090	-,037	-,037	-,019	,029	-,005	-,040	-,048	,061
1	-,007	1,000	-,017	,022	<b>,518**</b>	,079	,088	-,080	,065	-,038	,000
2	,090	-,017	1,000	<b>,550**</b>	,055	<b>,422**</b>	,329	,369	,269	,362	,173
3	-,037	,022	<b>,550**</b>	1,000	,161	<b>,403**</b>	,311	,359	,223	,229	,126
4	-,037	<b>,518**</b>	,055	1,61	1,000	,147	,174	,009	,091	,045	-,024
5	-,019	,079	<b>,422**</b>	<b>,403**</b>	,147	1,000	<b>,438**</b>	,384	,309	,186	,057
6	,029	,088	<b>,329**</b>	,311	,174	,438	1,000	,396	,465	,238	,120
7	-,005	-,080	<b>,369**</b>	,359	,009	,384	,396	1,000	<b>,414**</b>	,300	,162
8	-,040	,065	,269	,223	,091	,309	,465	<b>,414**</b>	1,000	,281	,141
9	,048	-,038	,362	,229	,045	,186	,238	,300	,281	1,000	,305
10	,061	,000	,173	,126	-,024	,057	,120	,162	,141	,305	1,000

Fuente: Elaboración propia, 2023

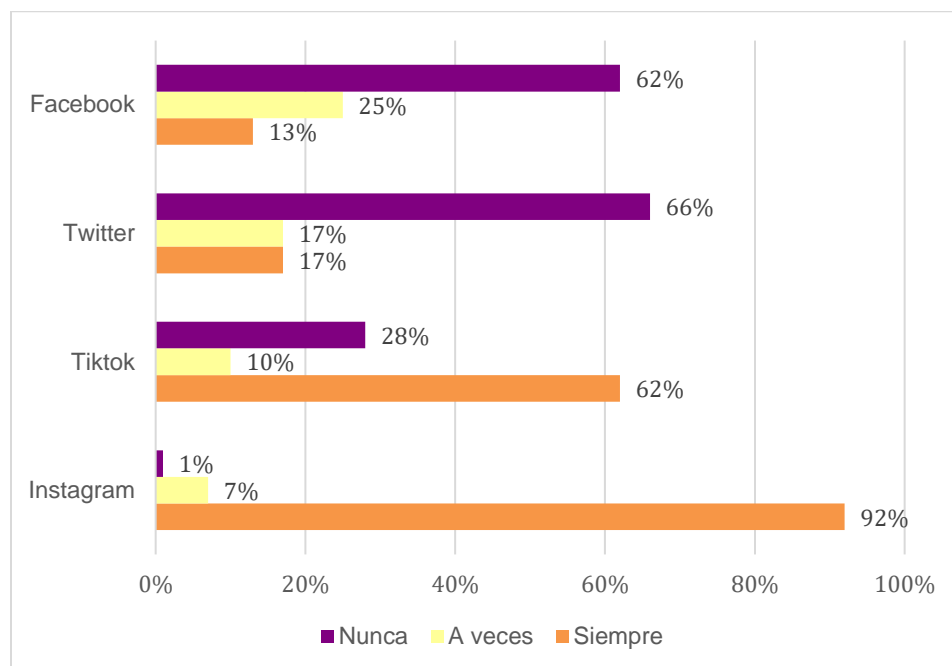
Conforme a la información proporcionada por la **Tabla 5** que muestra la correlación de Rho de Spearman, encontramos en primer lugar que no existe una relación entre las variables contrastadas –edad y emociones–, pues la **edad** no es una variable que nos entregue algún grado de correlación relevante para el estudio. Sin embargo, es posible identificar cinco relaciones positivas moderadas en los sentires de los jóvenes, una de ellas es la emoción de **ansiedad e inseguridad** ( $p=,550$ ), luego **felicidad y satisfacción** ( $p=,518$ ), seguido por **tristeza y ansiedad** ( $p=,422$ ), **inseguridad y tristeza** ( $p=,403$ ) y por último **frustración y rabia o ira** ( $p=,414$ ).

## 4.2 Redes sociales más predominantes en el Gran Valparaíso

Un aspecto clave para comparar el uso de las redes sociales es saber cuál aplicación es la predominante a la fecha. Al contrastar las cuatro aplicaciones – Instagram, Tiktok, Twitter y Facebook— entre los/las encuestados/as observamos lo siguiente (véase **Gráfico 2**):

## Gráfico 2

Porcentaje de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes del Gran Valparaíso.



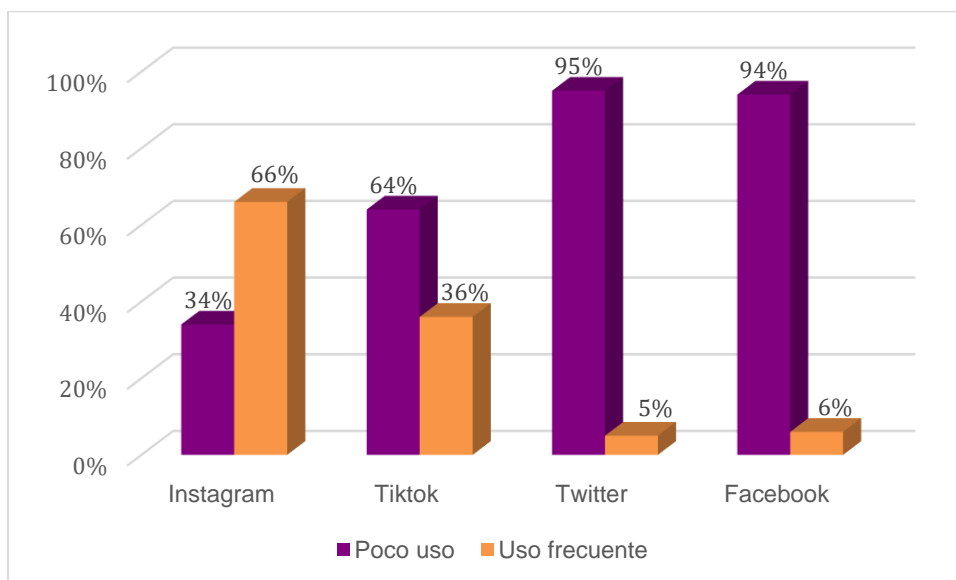
Fuente: Elaboración propia, 2023

La red social **Instagram** es la más utilizada (92%), seguido de **Tiktok** (62%), **Twitter** (17%) y **Facebook** (13%). En consecuencia, un 66% de los/as encuestados/as en el último tiempo **nunca** ha utilizado la red social **Twitter**, ni tampoco la aplicación de **Facebook** (62%).

Lo anterior, tiene directa relación con la distribución de las horas dedicadas a cada una de las redes sociales. Pues, un 66% de los jóvenes que respondieron la encuesta hacen **uso frecuente** de la red social **Instagram**. Ante esto, debemos tener en consideración que la agrupación de las variables presentadas –poco uso y uso frecuente—son la recodificación de los valores expresados en horas, **poco uso** de la red social es equivalente a: no utilización, menos de 1 hora y de 1 a 2 horas; Mientras que, **uso frecuente** incluye de 3 a 4 horas y más de 5 horas (véase **Gráfico 3**):

**Gráfico 3**

Porcentaje del uso de cada red social (Instagram, Tiktok, Twitter y Facebook).



Fuente: Elaboración propia, 2023

En este sentido, podemos decir que 6 de cada 10 jóvenes que navegan en la red social **Instagram** lo hacen en un aproximado de 3 a 4 horas o inclusive más de 5 horas diarias. A su vez, Twitter y Tiktok son aplicaciones no tan demandadas en relación con el tiempo, ya que más del 90% de las respuestas demuestran que existe poco uso de ambas —menos de 2 horas—.

#### 4.3 Redes sociales y salud mental en los jóvenes del Gran Valparaíso

En la búsqueda por comprender la complejidad de la salud mental, es que se considera estudiar cómo podrían influir las redes sociales sobre este componente esencial en la vida, es por ello que mediante prueba de chi cuadrado ( $\chi^2$ ) analizaremos si la utilización de estas redes representa o no un agotamiento mental para la salud de cada encuestado/a (véase **Tabla 6**).

**Tabla 6**

Prueba de hipótesis Chi cuadrado: Grado de significancia de la variable **agotado mentalmente** respecto del **sexo**.

Variables		1	2	3	Total	$\chi^2$
		Desacuerdo	Neutral	De acuerdo		
<b>Sexo</b>	<b>Hombre</b>	63 (62%)	40 (50%)	47 (39%)	150 (100%)	,003*
	Residuos corregidos	3,1	,1	-3,1		
	<b>Mujer</b>	38 (38%)	39 (49%)	73 (61%)	150(100%)	
	Residuos corregidos	-3,1	-,1	3,1		
<b>Total</b>		101 (100%)	79 (100%)	120 (100%)	300 (100%)	

\*\*\* $p < .001$ , \*\* $p < .05$ , \* $p < .1$

Fuente: elaboración propia, 2023

Acorde a esto, es posible observar que sí existe una relación entre ambas variables ( $sig = ,003$ ) y que además existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, pues más de la mitad de las mujeres (61%) reconocen sentirse agotadas mentalmente luego de utilizar las redes sociales. Mientras que con los hombres ocurre a la inversa, ya que para ellos están en desacuerdo con la afirmación. También debemos considerar que un grupo no menor tiene una opinión neutral.

### 4.3 Satisfacción e influencia de las redes sociales

Bien sabemos que el uso del internet ha tenido un aumento progresivo con el paso de los años, de ahí que nace nuestra búsqueda por investigar precisamente su impacto sobre la vida y en específico sobre los jóvenes. La **Tabla 7** muestra los resultados de la prueba de hipótesis de chi cuadrado ( $\chi^2$ ), para establecer grados de independencia entre las variables elegidas de influencia y satisfacción como se muestra a continuación en la **Tabla 7**:

Tabla 7

Prueba de hipótesis Chi cuadrado: Grado de significancia de la variable **satisfacción con la vida e influencia con la vida** respecto del **sexo**.

Variables	Sexo asignado al nacer			Total	x <sup>2</sup>	
	Hombre	Mujer				
Satisfacción con la vida	1	Nada satisfecho	6 (100%)	0 (0%)	6 (100%)	,027**
		Res. corregidos	2,5	-2,5		
	2	Poco satisfecho	9 (64%)	5 (36%)	14 (100%)	
		Residuos corregidos	1,1	-1,1		
	3	Neutral	58 (48%)	64 (52%)	122 (100%)	
		Residuos corregidos	-,7	,7		
	4	Muy satisfecho	53 (44%)	66 (56%)	119 (100%)	
		Residuos corregidos	-1,5	1,5		
	5	Totalmente satisfecho	24 (61%)	15 (39%)	39 (100%)	
		Residuos corregidos	1,5	-1,5		
Influencia en la vida diaria	1	Nada	8 (73%)	3 (27%)	11 (100%)	,000***
		Residuos corregidos	1,5	-1,5		
	2	Poco	27 (75%)	9 (25%)	36 (100%)	
		Residuos corregidos	3,2	-3,2		
	3	Neutral	50 (63%)	30 (37%)	80 (100%)	
		Residuos corregidos	2,6	-2,6		
	4	Bastante	39 (41%)	55 (59%)	94 (100%)	
		Residuos corregidos	-2,0	2,0		
	5	Mucho	26 (33%)	53 (67%)	79 (100%)	
		Residuos corregidos	-3,5	3,5		

\*\*\*p<.001, \*\*p<.05, \*p<.1

Fuente: elaboración propia, 2023

A través de la prueba de  $\chi^2$  obtuvimos ,027 para la variable satisfacción y ,000 para el nivel de influencia, cifras que esclarecen el panorama general, pues se establece una dependencia significativa entre ambos parámetros con la variable sexo. A grandes rasgos, son los hombres (66%) quienes reconocen sentirse totalmente satisfechos con la vida en comparación a las mujeres, que solamente el 39% de ellas

se encuentran en la misma posición. Ahora bien, si observamos el otro extremo, ninguna mujer considera sentirse nada satisfecha, pero sí 6 hombres. En la categoría poco satisfecho igualmente existe una cifra bastante baja en comparación al total de encuestados/as, esto porque hay una gran cantidad de hombres (44%) y mujeres (56%) que califican su vida en general como muy satisfechos/as --una cifra no menor--.

Por otro lado, la influencia que tienen las redes sociales varía de acuerdo al sexo considerablemente, ya que estas influyen en mayor medida sobre las mujeres (67%) que sobre los hombres (33%), igual ocurre con la categoría *bastante* donde también es liderada por las mujeres. Son los hombres quienes presentan una tendencia a ser más bien neutrales o considerar que influyen poco (75%) o nada (73%) en ellos.

#### **4.4 Experimentación de emociones positivas en las redes sociales**

La sociedad en red ha moldeado las interacciones sociales y las percepciones sobre el mundo en general, pues es indudable el impacto emocional que tienen en nuestras vidas. Es sabido que las plataformas de redes sociales están personalizadas de acuerdo a patrones construidos en base a nuestros gustos e intereses más personales, por lo que resulta interesante conocer el impacto positivo que estas podrían traer consigo, así también saber qué red social se ajusta de mejor manera a los jóvenes del Gran Valparaíso –lo que explicaría un mayor uso–, es por esto que quisimos contrastar las redes sociales y la frecuencia con la que se utilizan a través de la prueba estadística de chi cuadrado ( $\chi^2$ ) como se muestra a continuación en la **Tabla 8**:

Tabla 8

Distribución emociones positivas respecto de la frecuencia con la que utilizan las redes sociales.

Variables				Frecuencia de utilización			Total	x <sup>2</sup>
				Nunca	A veces	Siempre		
Felicidad	1	Instagram	Nunca	1 (3%)	10 (28%)	24 (69%)	35 (100%)	,000***
				1,2	5,3	-5,4		
			A veces	2 (2%)	9 (8%)	101 (90%)	112 (100%)	
			1,1	,5	-,9			
		Siempre	0 (0%)	2 (1%)	150 (99%)	152 (100%)		
			-1,8	-3,9	4,3			
	2	Tiktok	Nunca	14 (40%)	5 (14%)	16 (46%)	35 (100%)	,263
				1,7	1,0	-2,2		
			A veces	27 (24%)	11 (10%)	74 (66%)	112 (100%)	
			-1,1	,1	1,0			
		Siempre	42 (28%)	13 (8%)	97 (64%)	152 (100%)		
			-,1	-,7	,5			
3	Twitter	Nunca	27 (77%)	6 (17%)	2 (6%)	35 (100%)	,137	
			1,5	,0	-1,9			
		A veces	78 (70%)	14 (13%)	20 (18%)	112 (100%)		
		1,1	-1,6	,3				
	Siempre	92 (61%)	31 (20%)	29 (19%)	152 (100%)			
		-2,0	1,6	,9				
4	Facebook	Nunca	25 (71%)	7 (20%)	3 (9%)	35 (100%)	,239	
			1,3	-,8	-,9			
		A veces	65 (58%)	35 (31%)	12 (11%)	112 (100%)		
		-,9	1,8	-1,0				
	Siempre	93 (62%)	34 (22%)	25 (16%)	152 (100%)			
		,0	-1,2	1,6				
Satisfacción	1	Instagram	Nunca	1 (1%)	9 (15%)	52 (84%)	62 (100%)	,037**
				,5	2,6	-2,6		
			A veces	1 (1%)	9 (8%)	101 (91%)	111 (100%)	
			-,5	,0	,4			
		Siempre	1 (1%)	3 (2%)	123 (97%)	127 (100%)		
			-,3	-2,7	2,7			
	2	Tiktok	Nunca	19 (31%)	8 (13%)	35 (57%)	62 (100%)	,830
				,6	,9	-1,1		
			A veces	29 (26%)	11 (10%)	71 (64%)	111 (100%)	
			-,5	,0	,4			
		Siempre	35 (27%)	11 (9%)	81 (64%)	127 (100%)		
			,0	-,7	,4			

Variables	Frecuencia de utilización			Total	x <sup>2</sup>	
	Nunca	A veces	Siempre			
3 Twitter	Nunca	47 (76%)	7 (11%)	8 (13%)	62 (100%)	,457
		1,9	-1,4	-1,0		
	A veces	70 (63%)	21 (19%)	20 (18%)	111 (100%)	
		-,7	,6	,4		
	Siempre	80 (63%)	24 (19%)	23 (18%)	127 (100%)	
		-,8	,6	,4		
4 Facebook	Nunca	45 (72%)	13 (21%)	4 (7%)	62 (100%)	,121
		2,0	-,9	-1,8		
	A veces	66 (60%)	32 (28%)	13 (12%)	111 (100%)	
		-,5	1,1	-,6		
	Siempre	73 (58%)	31 (24%)	23 (18%)	127 (100%)	
		-1,2	-,3	2,1		

\*\*\*p<.001, \*\*p<.05, \*p<.1

Fuente: elaboración propia, 2023

Lo anterior, permite visualizar las cuatro redes sociales en función de las emociones positivas de felicidad y satisfacción, donde el factor común entre ambas denota en que efectivamente es la red social más utilizada **Instagram** donde los/las encuestados/as (N=300) experimentan mayormente estas emociones. La felicidad en **Instagram** es estadísticamente significativa (sig=,000), pues más del 90% de aquellos que utilizan siempre la plataforma experimentan a veces y siempre (99%) la emoción de felicidad.

Del mismo modo, la emoción de satisfacción posee un valor de significación de ,037 en **Instagram**, pues un 97% de quienes **siempre** utilizan la red social **siempre** sienten satisfacción. Respecto de las demás redes sociales ocurre que las respuestas se concentran de forma parecida en todas las casillas, lo que no permite establecer un modelo relacional entre las variables contrastadas, esto se explica –en parte– porque no todos los jóvenes del Gran Valparaíso suelen utilizar las demás redes sociales como Twitter o Facebook, o bien si es que utilizan las utilizan con menor frecuencia, por lo que no generan emociones relevantes e intensas en ellos/as.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

El propósito principal de esta investigación fue identificar las conexiones presentes entre las emociones y las cuatro plataformas de redes sociales más utilizadas por los jóvenes del Gran Valparaíso, con el fin de dar a conocer el estado de salud mental de este grupo demográfico. Los resultados de esta investigación se enmarcan en base a referencias estadísticas y teóricas expuestas a lo largo de este documento.

La llegada de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (N'TIC) supuso para las nuevas generaciones la transformación y re-configuración del modo de comunicación tradicional (Aguado, 2004, p. 163), fomentando la creación de nuevas formas de interacción entre los jóvenes. A esto se suma Castells (2008), cuando menciona que esta nueva era digital impulsada por la globalización permitiría ampliar el alcance comunicacional a todas las esferas de la vida social, en una red que es a un tiempo global y local, genérica y personalizada según un patrón siempre cambiante (p. 12). Esto permite un dinamismo antes inexistente, debido a los impedimentos producidos por los métodos convencionales, los cuales actualmente se encuentran complementados por un nuevo tipo de contacto que no es físico, sino más bien digitalizado.

En el transcurso de la última década, hemos presenciado un cambio de paradigma en la forma en que las personas se comunican y relacionan, y este cambio se ha acelerado drásticamente posterior a la pandemia de covid-19, puesto que el inevitable distanciamiento social obligó a la población a adoptar largos confinamientos y restricciones, lo cual reforzó e incrementó el uso del internet como un recurso esencial para mantener la comunicación, volviendo los medios digitales un medio indispensable en nuestro quehacer cotidiano.

Es de suma importancia la concientización de las emociones, y su relación con los nuevos factores ambientales que impactan sobre nuestras vidas tanto en lo personal como colectivo. Bajo este contexto, es que hemos definido un total de 10

emociones que sirvieron de base para nuestra investigación, siendo: ansiedad, felicidad, inseguridad, satisfacción, tristeza, miedo/temor, frustración, rabia/ira, cansancio y aburrimiento. Tales emociones se contrastaron y compararon en función de los jóvenes del Gran Valparaíso, para observar cómo estas incidían en el uso de redes sociales y la salud mental.

Lo que Manuel Castells (2008) nos dice, respecto a una sociedad en red, es que esta se caracteriza por la omnipresencia de redes de comunicación multimodal (p.12). De esta manera, hemos evidenciado interconexiones entre las plataformas de redes sociales y las emociones que estas generan, donde: primeramente, logramos identificar las emociones que más manifiestan los jóvenes, segundo; cuáles fueron las redes sociales más utilizadas, tercero; la cantidad de tiempo que se navega en ellas, y así también; establecimos relaciones entre factores sociodemográficos y condicionantes específicas.

Si bien se tiene en cuenta la multiplicidad de factores que pueden incidir en la salud mental de la juventud, como lo son los factores biológicos, económicos, sociales, políticos, ambientales, entre otros (Sandoval et al, 2018). Entre los hallazgos más importantes, dimos cuenta de la existencia de diferencias significativas en la variable sexo, aplicada en diversos contextos, ya que, al contrastar a los hombres con las mujeres respecto de su manejo en temas de salud mental, son claras las preocupaciones y percepciones a partir de la propia experiencia. Pues, las cifras indican que son las mujeres quienes experimentan una mayor cantidad de emociones negativas al navegar por las redes sociales y también son quienes se sienten más agobiadas mentalmente posterior a usarlas.

A esto se suma el hecho de que son las mujeres quienes presentan mayor influencia de las redes sociales sobre su vida en general, mientras que los hombres se sienten —mayoritariamente— más satisfechos con su vida en general. Lo anterior confirma lo revisado por la autora Hochschild respecto de los patrones constituidos en la interacción social (Bericat, 2000), puesto que son las mujeres quienes están más expuestas a los estándares ideológicos y culturales presentes en cada plataforma de

red social en la que interactúen. Además, bajo la perspectiva del concepto de las emociones, según Bonelli estas mismas se construyen bajo patrones constituidos en la interacción social, pero que realmente no se experimentan a nivel interno, pues son meramente adaptadas. Esto comprendido en un escenario donde son las mujeres quienes acentúan las emociones en mayor medida que los hombres (2004, p. 357).

Dimos cuenta de otro interesante resultado, ya que, a partir de este estudio, que contaba con seis variables sociodemográficas, solamente con la variable sexo se obtuvieron diferencias importantes, no así como con la edad, el ingreso u otras, las cuales no resultan ser un factor determinante al momento de experimentar ciertas emociones, dando a entender que las condiciones sociales de cada encuestado/a adquiere menor protagonismo sobre las emociones que se experimentan al navegar por las redes sociales, y que más bien estaría asociado al factor identitario.

Según Statista (2022) es posible proyectar que para el año 2027 un 92,47% de la población chilena estará inmersa dentro de las plataformas de redes sociales. Actualmente esta cifra se encuentra en un 87,54% a nivel nacional, pero que anualmente aumentará un poco más de un 1%. Por ende, aun cuando cada red social posee dinámicas de funcionamiento distintas, implícitamente irán apareciendo nuevos estereotipos e ideales a los que se aspira, donde muchas veces podrían provocar un alza en aparición de trastornos, lo que perturbaría el desarrollo íntegro de las personas por el simple hecho de acoplarse a los estándares culturales en tendencia.

Por otro lado, no debemos desconocer que a partir de las respuestas de los jóvenes del Gran Valparaíso —y desde un punto de vista más general— no todo es negativo, ya que también existe cierta promoción y contribución de las redes sociales a la salud mental, al provocar emociones positivas como felicidad y satisfacción, de ahí que también estas redes sociales registren una mayor utilización en cuanto a horas. No obstante, no debemos olvidarnos de que debe existir cierto mecanismo de intervención ante tiempos desmesurados al navegar por redes sociales, de modo que no se vuelva un potencial problema ante el desarrollo de las habilidades interpersonales e intrapersonales.

Por esta razón, es esencial generar conciencia sobre los nuevos hábitos y dinámicas que se manifiestan a través de las plataformas de redes sociales como resultado de las emergentes formas de comunicación digital instantánea. En este sentido, es posible observar la pertinencia de la afirmación de Castells cuando menciona que: “los jóvenes actuales se han apropiado de la comunicación digital, generando nuevas formas de relación, nuevos usos y nuevos hábitos” (2009, p. 112). Esto indica que las correlaciones entre las variables estudiadas son significativas, porque los jóvenes del Gran Valparaíso están utilizando las plataformas de redes sociales ya sea de manera positiva como negativa, para desarrollar nuevas prácticas producto de la acelerada evolución de las tecnologías.

En lo que respecta a las principales limitaciones a las que nos enfrentamos, está el hecho de que, al momento de realizar el levantamiento de información, contábamos con un tiempo limitado para llevar a cabo la recolección de la información, lo que acotó la cantidad de encuestas contestadas, cifra que pudo haber sido mayor si hubiésemos dispuesto de más plazo.

Otra limitación, es respecto a la definición de la muestra por cuotas, ya que se podría considerar una cantidad proporcional para otra variable sociodemográfica, de manera que no exista una sobrerrepresentación y subrepresentación de los grupos, para así conseguir un análisis más completo. Asimismo, ya que esta investigación solo enmarca a jóvenes entre 20 a 25 años, el alcance puede ser más amplio, pues se puede trabajar con un rango etario más extenso para analizar, y así lograr una investigación más representativa y precisa respecto de las emociones experimentadas por la juventud del Gran Valparaíso.

Por último, dado que las plataformas de redes sociales se encuentran en continuo desarrollo, las proyecciones de este estudio se orientan primeramente en observar las percepciones de sus usuarios de manera sostenida en el tiempo. Esto porque consideramos relevante ahondar en profundidad el tema de la salud mental, y también, sería importante conocer cómo evoluciona la utilización de estas plataformas

en conjunto con los nuevos hábitos digitales entre los jóvenes. De igual modo, es importante que las futuras investigaciones puedan abarcar una gama más amplia y diversa en cuanto a emociones, tanto positivas como negativas, con el objetivo de complementar este estudio, para su mejor comprensión.

## REFERENCIAS

- Aguado, J. M. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información. Universidad de Murcia.
- Antezana Barrios, L. y Andrada Sola, P. (2018). En clave adolescente: referentes, prácticas y hábitos del consumo audiovisual. Disponible en <https://doi.org/10.34720/1pdq-a283>
- Asún, R., Palma, I., Aceituno, R., & Duarte, F. (2021). El impacto emocional de la pandemia en los jóvenes: Sociabilidad, conflictos, y política. *Revista De Sociología*, 36(1), 6–24. <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2021.64423>
- Bericat Alastuey, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. *Papers: Revista de sociología*, 62, 145-176.
- Bolaños Florido Leidy Paola. El estudio socio-histórico de las emociones y los sentimientos en las Ciencias Sociales del siglo XX. *Revista de Estudios Sociales*, n.o 55 (2016): 178-191. <https://doi.org/10.7440/res55.2016.12>
- Bonelli, M. G. (2004). Arlie Russell Hochschild e a sociologia das emoções. [Arlie Russell y la sociología de las emociones] *Psicología USP*, 15(1), 357-372. <https://doi.org/10.1590/S0104-83332004000100015>
- Calandra Bustos, P., & Araya Arraño, M. (2009). Conociendo las TIC.
- Castells, M (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, ISSN 0213-084X, Nº. 75, 2008, p.11-23. Recuperado de: <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/07/120704.pdf>

- Castells. (2009). Cultura juvenil en la era digital. La apropiación de las tecnologías. *TELOS* 81: 25 años de futuro. Dossier especial aniversario, 81, 129.
- Cea D'Ancona, M. A. (2001). Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social.
- Cerón, M. C., & Cerôn, M. C. (2006). Metodologías de la investigación social. Santiago: LOM ediciones.
- Confederación Salud Mental. (2021). Salud mental y COVID-19. Un año de Pandemia. <https://www.consaludmental.org/publicaciones/Salud-mental-covid-aniversario-pandemia.pdf>
- Confederación Salud Mental (2021). Salud mental y COVID-19. Un año de pandemia.
- Dixon, S. (2022). Statista. Obtenido de Statista: <https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>
- Duart, Josep M. (2009). Internet, redes sociales y educación. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 6(1). [7 de septiembre de 2022]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78011179001>
- Enciso Domínguez, G. y Lara, A. (2014). Emociones y ciencias sociales en el s. XX: la precuela del giro afectivo. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 14(1), 263-288.
- Escoda, A. P., Dulce, G. B., & Romero, J. R. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: Redes sociales, 'fake news' y confianza en tiempos de pandemia. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 11(2), 187-208.

- Freire, F. C. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63).
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. [La constitución de la Sociedad: Bases para la teoría de la estructuración], University of California Press.
- Godoy, D., Eberhard, A., Abarca, F., Acuña, B., & Muñoz, R. (2020). Psicoeducación en salud mental: una herramienta para pacientes y familiares. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 31(2), 169-173.
- Gutiérrez, E. G. (2022). Sociología y Psicología. Salud mental en las grandes ciudades. Intersticios. *Revista sociológica de pensamiento crítico*, 16(2), 119-141.
- Hernández Álvarez, María Lucero, & Ovando Chico, María Catalina. (2022). Factores culturales que influyen en la adopción de las TIC e internet: una revisión de la literatura. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, 12(22), e670. Epub 19 de octubre de 2022. <https://doi.org/10.32870/pk.a12n22.670>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). McGraw-Hill.
- Jiménez, J. P., Olhaberry, M., Altimir, C., Errázuriz, P., & Dagnino, P. (8 de 11 de 2021). Salud mental en Chile: urgencias, desafíos y silencios. Obtenido de Ciper: [https://www.ciperchile.cl/2021/11/08/salud-mental-en-chile-urgencias-desafios-y-silencios/#\\_ftn1](https://www.ciperchile.cl/2021/11/08/salud-mental-en-chile-urgencias-desafios-y-silencios/#_ftn1)

- Macaya Sandoval, X. C., Pihan Vyhmeister, R., & Vicente Parada, B. (2018). Evolución del constructo de salud mental desde lo multidisciplinario. *Humanidades Médicas*, 18(2), 338-355.
- Manuel Castells. Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica, Polis [En línea], 4 | 2003, Publicado el 19 octubre 2012, consultado el 04 abril 2023. URL: <http://journals.openedition.org/polis/7145>
- Medina, K. R. (2022, July 1). Situación digital de Chile en 2021/2022. Branch Agency Retrieved November 30, 2022, from <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-chile-en-el-2021-2022/>
- Mendoza Bermúdez, C., (2009). Sociología y salud mental: una reseña de su asociación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 38(3), 555-573.
- Ochoa Quispe, F. Z., & Barragán Condori, M. (2022). El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia. *Academo*.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). Salud mental: Fortalecer nuestra respuesta. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>
- Pulido, M. B., Soto, Á. D., Lozano, F. M., & Peña, W. Q. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista internacional de pedagogía e innovación educativa*, 1(1), 123-148.
- Quiroz, N. T. (2020). TikTok: La aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista*

Argentina De Estudios De Juventud, (14), e044.  
<https://doi.org/10.24215/18524907e044>

Rettig, P. A. V. (2005). La inteligencia emocional en estudiantes de cuarto año medio de Valdivia. (Doctoral Dissertation, Universidad Austral De Chile).

Rizo García, Marta. (2015). Interacción y emociones: La microsociología de Randall Collins y la dimensión emocional de la interacción social. *Psicoperspectivas*, 14(2), 51-61.  
<https://dx.doi.org/10.5027/PSICOPERSPECTIVAS-VOL14-ISSUE2-FULLTEXT-439>

Salas-Durán, Katherine, Vergara-Morales, Jorge, & Ogueda, Juan Pablo. (2021). Representaciones sociales sobre la pandemia de la COVID-19 en estudiantes chilenos de educación superior. *Ciencias Psicológicas*, 15(2), e2280. Epub 01 de diciembre de 2021. <https://doi.org/10.22235/cp.v15i2.2280>

Santomauro, D. F., Herrera, A. M. M., Shadid, J., Zheng, P., Ashbaugh, C., Pigott, D. M., & Ferrari, A. J. (2021). Prevalencia mundial y carga de trastornos depresivos y de ansiedad en 204 países y territorios en 2020 debido a la pandemia de COVID-19. *The Lancet*, 398(10312), 1700-1712.

Subtel. (2011, diciembre). Sector Telecomunicaciones. Diciembre 2011. En *Subtel*.

Subtel.

[https://www.subtel.gob.cl/attachments/informacion\\_estadistica/informes\\_estadisticos\\_anuales/informe\\_estadistico\\_2011.pdf](https://www.subtel.gob.cl/attachments/informacion_estadistica/informes_estadisticos_anuales/informe_estadistico_2011.pdf)

Subtel. (2022). Resumen Ejecutivo Período de Gobierno. Diciembre 2017 -

Diciembre 2021 [Archivo PDF]. PPT\_Series\_DICIEMBRE\_2021\_V2.pdf  
(subtel.gob.cl)

## ANEXOS

### Anexo 1: Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Perfil sociodemográfico.	Caracterización de las y los encuestados.	Sexo	Sexo asignado al nacer
		Edad	Edad
		Comuna	¿En qué comuna reside actualmente?
		Nivel educativo	Indique su último nivel de estudio cursado
		Ocupación	Actividad a la que se dedica actualmente
		Nivel de ingresos	¿Cuál es su nivel de ingreso?
Posicionamiento de las redes sociales	Utilización	Tiempo medido en horas.	¿Cuántas horas dedica usted diariamente a revisar las redes sociales?
		Frecuencia de uso	¿Con qué frecuencia utilizas las siguientes redes sociales? [Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook]
	Vida diaria	Influencia	¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con tu vida en general cuando navegas por redes sociales? ¿Consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?
Emociones y sentires	Percepción emocional	Experiencias emocionales	¿Con qué frecuencia experimenta las siguientes emociones al navegar por las redes sociales? [Felicidad, Ansiedad, Inseguridad, Satisfacción, Tristeza, Miedo/temor, Frustración, Rabia/ira, Cansancio, Aburrimiento].
		Grado de acuerdo con situaciones particulares	¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? 1. No manejo correctamente el tiempo que dedico a las redes sociales 2. Me preocupan las horas que invierto en las redes sociales

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
			3. El tiempo que paso en redes sociales afecta mi productividad en general
			4. No logro controlar el tiempo que paso en las redes sociales
			5. Las redes sociales son un medio para pasar el tiempo libre y entretenerme
			6. Uso las redes sociales para expresarme a través de fotos, videos o escritos
			7. Utilizo RR.SS para mejorar mi ánimo
			8. Las redes sociales son un problema latente para mi salud mental
			9. Me interesa demasiado estar enteradx de lo que sucede a nivel país
			10. Si uso Redes Sociales todo el día me siento mal
			11. Las RR.SS no me parecen un lugar sano
			12. Cerraría mis Redes Sociales por salud mental
			13. Si mi estado de ánimo se ve alterado por culpa de las redes sociales, dejo de utilizar la plataforma al instante
			14. Últimamente mis emociones se vieron afectadas positiva y/o negativamente, debido a las redes sociales
			15. Las redes sociales me han ayudado a conectar con otras personas
			16. Las redes sociales impactan negativamente sobre mi vida social con los demás
			17. Me he sentido agotado mentalmente después de usar las redes sociales.
			18. Las redes sociales me han ayudado a gestionar de manera positiva mis emociones

Fuente: Elaboración propia, 2023.

## Anexo 2: Cuestionario empleado

<b>Preguntas sociodemográficas</b>	
1. Sexo asignado al nacer	- Hombre - Mujer
2. Edad	- 20 a 25 años
3. ¿En qué comuna reside actualmente?	- Valparaíso - Viña del Mar - Quilpué - Villa Alemana - Concón
4. Indique su último nivel de estudio cursado	- Educación básica - Educación media - Educación superior - Postgrado
5. Actividad a la que se dedica actualmente	- Estudio - Trabajo - Trabajo y estudio - Ni estudio ni trabajo
<b>Sección 2</b>	
¿Con qué frecuencia utilizas las siguientes redes sociales? (Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook)	- Escala Likert de frecuencia
¿Cuántas horas dedica usted diariamente a revisar las redes sociales?	- No utilizo - Menos de 1 hora - 1 o 2 horas - 3 a 4 horas - Más de 5 horas
¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con tu vida en general cuando navegas por redes sociales?	- Escala Likert de satisfacción
¿Con qué frecuencia experimenta las siguientes emociones al navegar por las redes sociales? (Felicidad, ansiedad, inseguridad, satisfacción, tristeza, miedo/temor, frustración, rabia/ira, cansancio, aburrimiento)	- Escala Likert de frecuencia
¿Consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?	- Escala Likert
<b>Sección 3</b>	
1. No manejo correctamente el tiempo que dedico a las redes sociales.	- Escala Likert
2. Me preocupan las horas que invierto en las redes sociales.	
3. El tiempo que paso en redes sociales afecta mi productividad en general.	

4. No logro controlar el tiempo que paso en las redes sociales.	
5. Las redes sociales son un medio para pasar el tiempo libre y entretenerme.	
6. Uso las redes sociales para expresarme a través de fotos, videos o escritos.	
7. Utilizo redes sociales para mejorar mi ánimo.	
8. Las redes sociales son un problema latente para mi salud mental.	
9. Me interesa demasiado estar enterado de lo que sucede a nivel país.	
10. Si uso Redes Sociales todo el día me siento mal.	
11. Las redes sociales no me parecen un lugar sano.	
12. Cerraría mis Redes Sociales por salud mental.	
13. Si mi estado de ánimo se ve alterado por culpa de las redes sociales, dejo de utilizar la plataforma al instante.	
14. Últimamente mis emociones se vieron afectadas positiva y/o negativamente, debido a las redes sociales.	
15. Las redes sociales me han ayudado a conectar con otras personas.	
16. Las redes sociales impactan negativamente sobre mi vida social con los demás.	
17. Me he sentido agotado mentalmente después de usar las redes sociales.	
18. Las redes sociales me han ayudado a gestionar de manera positiva mis emociones	

Fuente: Elaboración propia, 2023

### Anexo 3: Libro de Códigos

N°	CÓDIGO	NOMBRE	VALORES
1	sexo	Sexo asignado al nacer	1 Hombre 2 Mujer
2	edad	Edad	20 20 años 21 21 años 22 22 años 23 23 años 24 24 años 25 25 años
3	comuna	¿En qué comuna reside actualmente?	1 Valparaíso 2 Viña del Mar 3 Quilpué 4 Villa Alemana 5 Concón
4	escolaridad	Indique su último nivel escolar cursado	1 Educación básica 2 Educación media 3 Educación superior 4 Postgrado
5	actividad	Actividad a la que se dedica actualmente	1 Estudio 2 Trabajo 3 Trabajo y estudio 4 No estudio ni trabajo
6	ingresos	¿Cuál es su nivel de ingresos?	1 Entre \$0 y \$100.000 2 Entre \$100.001 y \$200.000 3 Entre \$200.001 y \$300.000 4 Entre \$300.001 y \$400.000 5 Entre \$400.001 y \$500.000 6 Entre \$500.001 y \$600.000 7 Entre \$600.001 y \$800.000 8 Entre \$800.001 y \$1.000.000

			9 Más de 1.000.000 10 Prefiero no responder.
7	frec_instagram	¿Con qué frecuencia utilizas las siguientes RRSS? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> </ul>	1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 A menudo 5 Siempre
8	frec_tiktok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiktok</li> </ul>	1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 A menudo 5 Siempre
9	frec_twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Twitter</li> </ul>	1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 A menudo 5 Siempre
10	frec_facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> </ul>	1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 A menudo 5 Siempre
11	horas_instagram	¿Cuántas horas dedica usted diariamente a revisar las redes sociales? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Tiktok</li> <li>• Twitter</li> <li>• Facebook</li> </ul>	1 No utilizo 2 Menos de 1 hora 3 1 o 2 horas 4 3 a 4 horas 5 Más de 5 horas
	horas_tiktok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiktok</li> </ul>	1 No utilizo 2 Menos de 1 hora 3 1 o 2 horas 4 3 a 4 horas 5 Más de 5 horas
	horas_twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Twitter</li> </ul>	1 No utilizo 2 Menos de 1 hora 3 1 o 2 horas 4 3 a 4 horas 5 Más de 5 horas

	horas_facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> </ul>	1 No utilizo 2 Menos de 1 hora 3 1 o 2 horas 4 3 a 4 horas 5 Más de 5 horas
12	satisf_vida	En una escala de 1 a 5, donde 1 es NADA SATISFECHO y 5 es TOTALMENTE SATISFECHO ¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con tu vida en general cuando navegas por redes sociales?	1 Nada satisfecho 2 Poco satisfecho 3 Neutral 4 Muy satisfecho 5 Totalmente satisfecho
13-19	Felicidad	En una escala de 1 a 5, donde 1 es NUNCA y 5 es SIEMPRE, ¿Con qué frecuencia experimenta las siguientes emociones al navegar por las redes sociales?  [Felicidad]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Ansiedad	[Ansiedad]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Inseguridad	[Inseguridad]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Satisfacción	[Satisfacción]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Tristeza	[Tristeza]	1 Nunca

			2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Miedo_temor	[Miedo/temor]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Frustración	[Frustración]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Rabia/ira	[Rabia/ira]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Cansancio	[Cansancio]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
	Aburrimiento	[Aburrimiento]	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 A veces 4 Casi siempre 5 Siempre
20	influencia_vida	En una escala de 1 a 5, donde 1 es "No influye en nada" y 5 es "influye mucho" ¿Consideras que las redes sociales influyen de alguna manera en tu vida diaria?	1 Nada 2 Poco 3 Neutral 4 Bastante 5 Mucho
21	manejo_tiempo	1. No manejo correctamente el tiempo que dedico a las redes sociales	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo

			5 Totalmente de acuerdo
22	invertidas_horas	2. Me preocupan las horas que invierto en las redes sociales	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
23	productividad	3. El tiempo que paso en redes sociales afecta mi productividad en general	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
24	control	4. No logro controlar el tiempo que paso en las redes sociales	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
25	libre	5. Las redes sociales son un medio para pasar el tiempo libre y entretenerme	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
26	expresarme	6. Uso las redes sociales para expresarme a través de fotos, videos o escritos	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo

27	ánimo	7. Utilizo RR.SS para mejorar mi ánimo	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
28	problem_latente	8. Las redes sociales son un problema latente para mi salud mental	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
29	enterado_pais	9. Me interesa demasiado estar enteradx de lo que sucede a nivel país	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
30	siento_mal	10. Si uso Redes Sociales todo el día me siento mal	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
31	lugar_insano	11. Las RR.SS no me parecen un lugar sano	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
32	cerrar_rrss	12. Cerraría mis Redes Sociales por salud mental	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en

			desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
33	dejar_utilizar	13. Si mi estado de ánimo se ve alterado por culpa de las redes sociales, dejo de utilizar la plataforma al instante	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
34	afectacion	14. Últimamente mis emociones se vieron afectadas positiva y/o negativamente, debido a las redes sociales	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
35	conectar	15. Las redes sociales me han ayudado a conectar con otras personas	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
36	impacto_negat	16. Las redes sociales impactan negativamente sobre mi vida social con los demás	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
37	agotado_ment	17. Me he sentido agotado mentalmente después de usar las redes sociales.	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo

38	gestion_emoc	18. Las redes sociales me han ayudado a gestionar de manera positiva mis emociones	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
----	--------------	--	--

Fuente: Elaboración propia, 2023.

## Anexo 4: Consentimiento informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN ESTUDIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES Y EMOCIONES

El propósito del presente documento es invitarlo a participar en el estudio titulado “Influencia de las Redes Sociales (*social media*) sobre las emociones de los jóvenes del Gran Valparaíso”, cuyo investigador/a principal es: Valentina Rojas Talamilla y Paloma Libiot Contreras. Para que usted pueda tomar una decisión informada, le explicaremos cuáles serán los procedimientos involucrados en la ejecución de la investigación, así como en qué consistiría su colaboración:

1. Dónde y cuándo se llevará a cabo la investigación: La investigación mencionada se realizará en las comunas del Gran Valparaíso: Valparaíso, Viña del Mar, Quilpué, Villa Alemana y Concón, durante el año 2023.
2. Relevancia del estudio y beneficios: El presente trabajo investigativo tiene como finalidad evidenciar y contrastar qué emociones surgen en los jóvenes del Gran Valparaíso al navegar por las redes sociales. De manera que permita observar lo que se consume digitalmente y que evidencie si existe o no una consciente construcción de habilidades emocionales entre los jóvenes en la web.
3. Objetivos: Se pretende identificar la/las relación/es que se tiene sobre las emociones y las plataformas de redes sociales; identificar qué emociones son transmitidas en estos medios, sus características; y comparar las diferentes emociones que surjan de las distintas plataformas de redes sociales.
4. En qué consiste su participación: Participación voluntaria para responder un cuestionario autoadministrado sobre los usos que le da a las redes sociales explicitando las emociones que surgen de su navegación por internet. Aproximadamente utilizará menos de 15 minutos en entregar sus respuestas. No se considera pago alguno por su participación.
5. Riesgos: Su participación no supone riesgo alguno sobre la información entregada, puesto que únicamente será utilizado para fines académicos.
6. Costos y pagos: El/la participante no recibirá dinero por concepto de pago de participación en el estudio.
7. Derechos del participante: Tiene derecho a manifestar sus dudas al investigador en cualquier momento, señalar teléfono donde puede ubicar al investigador; precisar que puede retirarse del estudio en cualquier momento si lo considera necesario

comunicándosele al investigador principal; pues su retiro no perjudicará en caso alguno, es decir, no incidirá sobre el desarrollo del trabajo investigativo.

8. Reserva de la identidad del participante: El nombre y datos entregados por la persona encuestada no será revelado al público general. Por el contrario, se utilizará un código ya sea mediante letras o números.

9. Confidencialidad de los datos: El registro de los datos será reservado, sólo tendrán acceso a ellos las investigadoras, su anonimato será resguardado por las investigadoras principales.

10. Utilización y publicación de los hallazgos: Los resultados de la investigación podrán ser divulgados en publicaciones de tipo científica y/o académicas y podrían ser utilizados en otras investigaciones futuras, siempre y cuando no se alejen de los objetivos de la presente investigación, además de preservar la identidad de cada participante.

11. Evaluación Comité Bioética y contacto: Esta investigación ha sido evaluada y aceptada por el Comité Institucional de Bioética de Investigación en Seres Humanos de la Universidad de Valparaíso. Si usted lo requiriera, puede contactar a alguno de sus integrantes con su secretaria administrativa, Srta. Patricia Arancibia Pardo, al teléfono +56 32-2507909, o a través del mail institucional [cec.uv@uv.cl](mailto:cec.uv@uv.cl).

12. En caso de aceptar participar, recibirá un ejemplar de este documento.

Investigadoras principales:

- Valentina Rojas, 20.600.875-K

56 977203594. correo: [valentina.rojast@alumnos.uv.cl](mailto:valentina.rojast@alumnos.uv.cl)

Firmado en la comuna de Valparaíso. Noviembre de 2022.

- Paloma Libiot, 20.688.609-9

56 979379883. correo: [paloma.libiot@alumnos.uv.cl](mailto:paloma.libiot@alumnos.uv.cl)

Firmado en la comuna de Valparaíso. Noviembre de 2022.