



**Adolescencia y efectos psicológicos del uso de redes sociales atribuible a la economía de la  
atención**

Johana Torres Henao

Monografía presentada para optar al título de Especialista en Psicopatología y Estructuras  
Clínicas

Asesor

Jesús Goenaga Peña Magíster en Psicología

Universidad de Antioquia  
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas  
Especialización en Psicopatología y Estructuras Clínicas  
Medellín, Antioquia, Colombia  
2023

---

<b>Cita</b>	(Torres Henao, 2023)
<b>Referencia</b>	Torres Henao, J. (2023). <i>Adolescencia y efectos psicológicos del uso de redes sociales atribuible a la economía de la atención</i> [Trabajo de grado especialización]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
<b>Estilo APA 7 (2020)</b>	

---



Especialización en Psicopatología y Estructuras Clínicas, Cohorte VI.

Grupo de Investigación Psicología, Psicoanálisis y Conexiones (Psyconex).



Biblioteca Carlos Gaviria Díaz

**Repositorio Institucional:** <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - [www.udea.edu.co](http://www.udea.edu.co)

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

**Tabla de contenido**

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Capítulo 1	17
Capítulo 2	25
Capítulo 3	33
Referencias	39

## **Resumen**

Las redes sociales han cambiado con el pasar del tiempo y gracias a la necesidad de las personas de generar lazos interpersonales con sus iguales, por lo que, en la actualidad las redes sociales que rigen son las digitales. Dentro de las redes sociales se mueve un modelo económico llamado economía de la atención, el cual busca retener la atención de los internautas el mayor tiempo posible y generar ingresos monetarios por este medio. A pesar de que ambos factores parecen ir de la mano, hasta el momento no se ha investigado si el modelo de la economía de la atención puede ser un factor fundamental en el uso excesivo de las redes sociales por parte de los usuarios que las frecuentan y a su vez, contribuir a que se generen efectos psicológicos negativos, teniendo en cuenta que hay innumerables investigaciones que demuestran que el uso excesivo de las redes sociales puede ser nocivas para las personas.

*Palabras clave:* redes sociales, economía de la atención, internet, efectos psicológicos.

### **Abstract**

Social networks have changed with the passing of time and thanks to the need of people to generate interpersonal ties with their peers, which is why, currently, the social networks that govern are digital ones. An economic model called the attention economy moves within social networks, which seeks to retain the attention of Internet users for as long as possible and generate monetary income through it. Despite the fact that both factors seem to go hand in hand, up to now it has not been investigated whether the attention economy model may be a fundamental factor in the excessive use of social networks by the users who frequent them and In turn, it contributed to the generation of negative psychological effects, taking into account that there are countless investigations that show that the excessive use of social networks can be harmful to people.

*Keywords: social networks, attention economy, internet, psychological effects.*

## Introducción

La vida y la tecnología han estado en un desarrollo constante hasta el punto de que las redes sociales ya hacen parte de la cotidianidad (Ochoa & Barragán, 2022), por eso han tomado fuerza y se han convertido en un requerimiento indispensable para la vida diaria en el ámbito académico, personal y social (Cívico et al., 2021). A su vez, esta forma de interacción con el otro permite la creación, no solo de comunidades digitales, sino también de identidades digitales, las cuales generan el vínculo con los demás internautas, por lo que las relaciones establecidas en la web pueden estar centradas en el individuo y, a su vez, dirigidas a las empresas (Ros-Martín, 2009).

Lo anterior es posible gracias al internet, que fue creado como consecuencia de la segunda guerra mundial y la posterior guerra fría, al pensarse una forma en la que se pudieran conectar ordenadores entre sí sin depender de un ordenador central, con el fin de detectar un ataque enemigo en poco tiempo, y dando paso al nacimiento de la primera red de ordenadores llamada ARPANET (Trigo, 2004). De ahí que Luengo (2004) define internet como “una red de redes de ordenadores que comparten datos y recursos” (p.22) y expone cómo dichas conexiones de redes se dan a nivel mundial, lo que permite que las personas, por medio de los ordenadores, se comuniquen entre sí sin importar el lugar donde se encuentren y compartan información con más facilidad.

No obstante, la invención de las redes sociales se dio mucho antes de eso. Según Campos (2008), en la época de la ilustración, por la necesidad de comunicación de la sociedad y gracias a la industria moderna que ya tenía acercamientos a la tecnología eléctrica y mecánica, se establecieron las primeras redes de comunicación para transmitir información, dando paso a la creación del teléfono, el telégrafo, la radio, entre otras. Con el pasar de los años, estas redes de comunicación fueron cambiando a la vez que se descubrían nuevas tecnologías, por lo que el teléfono pasó de ser fijo a ser inalámbrico, hasta llegar al punto en que cada sujeto pudo llevar uno consigo a todos lados. Con la aparición del internet y de los *Smartphone*, los teléfonos ya no son usados solo para hacer y recibir llamadas, sino que se agregaron múltiples funciones. Pero el cambio no solo se vio reflejado en los dispositivos sino también en la forma en cómo nos comunicamos.

En consecuencia, Campos (2008) plantea que, a inicios del siglo XXI, las redes sociales empiezan a tener furor, gracias a que el contacto con otras personas por medio de la virtualidad surge con los primeros sitios web creadas para interactuar con los demás y, poco a poco, se fue generando la necesidad de mantener dicho contacto, ya que, de este modo, las redes interpersonales fueron aumentando y tomando una forma más organizada. A propósito, Ros-Martín (2009) define red social como "una plataforma web cuyo objetivo es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales que los usuarios disponen los unos de los otros" (p.554).

Al avanzar el tiempo y la tecnología, estas redes de relaciones fueron creciendo y se transformaron en marcas y empresas que, a su vez, dieron paso a nuevas aplicaciones en las que se lleva a cabo la interacción entre las personas según sean los intereses o perfiles que tengan, por lo que hay redes que son abiertas, elitistas, especializadas, entre otras (Campos, 2008). Dentro de los tipos que existen hay redes que abarcan desde la esfera social como parte de las relaciones interpersonales, desde lo corporativo para efectos de negocios o desde temas de intereses en común y grupos determinados (Hütt, 2012). Dentro de los tipos de redes descritas por Hütt (2012) se encuentran las redes profesionales que son las usadas por las empresas para comercializar o generar contactos profesionales, las redes generalistas que son para crear vínculos interpersonales, estar en contacto con las demás personas y compartir música, fotos y videos, y las redes especializadas que tienen características determinadas, como por ejemplo sobre algún deporte o una actividad social explícita.

Por este medio se puede intercambiar información a través de mensajes, publicaciones, haciendo parte de grupos, entre otras formas. Ros-Martín (2009) hace la claridad de que no necesariamente el éxito de una red social es su veloz crecimiento dentro de la sociedad, sino que existen redes sociales que en vez de pensar en expandirse a nivel mundial están dirigidas a sectores específicos del mercado. De cualquier modo, a lo que quiere llegar el autor es a esclarecer que lo que se busca por medio de las plataformas digitales es ampliar las relaciones más allá del contacto

físico y, de esta forma, atraer y retener a las personas. Campos (2008), por su parte, resalta las principales características de las redes sociales de la siguiente manera:

Concepto de comunidad, a través de la creación de redes de usuarios que interactúan, dialogan y aportan comunicación y conocimiento; tecnología flexible y ancho de banda necesario para el intercambio de información y estándares web de aplicación libre; y una arquitectura modular que favorece la creación de aplicaciones complejas de forma más rápida, a un menor coste (p.279).

Dado el confinamiento causado por la emergencia del nuevo coronavirus, SARS-Cov-2 hubo un aumento en la cantidad de personas que se incorporaron en el auge de la tecnología y el internet en todo el mundo, en especial jóvenes y adolescentes que usan las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) como forma de relacionarse, comunicarse o en su vida cotidiana (Semana, 2021). Pero para poder tener acceso a las redes sociales y realizar todas las interacciones que conlleva el uso de ellas, primero se debe de tener acceso a internet.

Durante el año 2020, con el inicio de la pandemia, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) confirmó el aumento del acceso a internet que hubo en la población colombiana. Finalizando el 2019 habían alrededor de 7 millones de habitantes con acceso fijo a internet, es decir, 15 de cada 100 habitantes. En los primeros 9 meses del año 2020 se generaron 692.498 conexiones nuevas; al terminar el 2020, en Bogotá había 26,67 accesos fijos a internet por cada 100 habitantes, siendo Cundinamarca el departamento con más conexiones en Colombia. En lo referente al internet móvil, en los primeros 9 meses del año 2020, en Colombia había 30,4 millones de accesos registrados, con un aumento de 1,5 millones, en comparación al año anterior, por lo que había 60,3 conexiones de internet móvil por cada 100 habitantes. En cuanto a telefonía móvil, se registraron 400.000 líneas nuevas en los primeros 9 meses del año 2020, alcanzando un total de 65,1 millones en toda Colombia (Semana, 2021).

Conviene señalar que las TIC fueron diseñadas como herramientas que proporcionan una ayuda a la vida de las personas, sin embargo, también puede ocurrir lo contrario, puesto que



aquellas son potenciales generadores de complicaciones, en especial en los adolescentes, que ya no usan el internet y sus diversos recursos, como un medio sino como un fin, al no emplearlos como un instrumento que ayude a cumplir una meta, sino que el propósito principal es generar goce (Echeburúa & Corral, 2018). Cabe agregar que los anteriores autores hacen referencia al uso del internet y las redes, por parte de los adolescentes, de la siguiente manera:

Si hay una obsesión enfermiza por adquirir la última novedad tecnológica (por ejemplo, en móviles o en soportes de música) las TIC se transforman en el instrumento prioritario de placer, el ansia por estar a la última puede enmascarar necesidades más poderosas (p. 92).

Dichos autores afirman que los adolescentes son los que se ven más afectados por el uso excesivo de redes sociales al construir, por medio de la virtualidad, una falsa identidad que los ayuda a tomar distancia del contacto de las otras personas, generando una realidad distorsionada.

Por otra parte, Campos (2008) afirma que en el cambio que han tenido las redes sociales a lo largo del tiempo, se puede ver cómo evoluciona su sistema de entretenimiento para garantizar la captación de las personas, pasando de un entretenimiento escrito a uno audiovisual, generando más aplicaciones que tienen como modelos contenidos mucho más interactivos o de realidad virtual. Por lo que el autor cree que esta nueva metodología pone en peligro de extinción de antiguos medios de comunicación, como el periódico, que su principal función es el de informar y no el de entretener.

No obstante, Ros-Martín (2009) asevera que no hay datos confiables sobre la aceptación de las redes sociales por parte de las personas, a pesar de eso existe evidencia que demuestra que su constante crecimiento ha llevado a que algunas empresas prohíban el uso de estas durante el horario laboral ya que no tienen un valor productivo a nivel institucional, sino que genera una distracción entre los empleados.

Por consiguiente, Campos (2008) llega a la conclusión que el modelo económico de las redes sociales puede durar a través del tiempo gracias al recurso que usa para su sostenimiento, basándose en tres principios: la afiliación voluntaria de las personas que hacen parte de la red, la creación de contenido propio (fotos, videos, comentarios, interacción) y la atención que se le presta a la publicidad que se transmite (Campos, 2008). Al momento de realizar el registro en la red social se dan ciertos datos personales que equivalen a un valor comercial del perfil del usuario, al tiempo que se puede evidenciar un riesgo, a causa de la falta de políticas de privacidad y protección de datos.

Del mismo modo, Pastorino (2018) afirma que las personas no tienen conocimiento del gran valor que tiene la información personal y es por eso que no cuidan su privacidad, contrario a las empresas que analizan los datos que se ingresan a las redes para ofrecer servicios y productos acordes a los gustos detectados en el usuario y de este modo generar dinero.

Ahora bien, la primera vez que la idea de la economía de la atención se mencionó fue por Herbert A. Simon, quien fue galardonado en 1978 con el Premio Nobel de Economía gracias al trabajo que realizó sobre la toma de decisiones corporativas. Simon, en el momento de desarrollar la teoría por la que fue premiado, plantea cómo la atención se va perdiendo en medio del enorme flujo de información que está en constante creación y señala cómo la situación empeorará porque la información no parará de crearse y la atención siempre será limitada, llevando a las personas a tratar de distribuir la atención de manera eficiente entre la sobreabundancia de fuentes de información (Simon, 1971).

Fue Michael H. Goldhaber (1997), ex físico teórico y miembro del Instituto de Estudios Políticos en Washington DC, quien introdujo el término de economía de la atención y el primero en desarrollar la idea más a fondo. Goldhaber (1997) hace alusión a la diferencia existente entre la economía de antes que se dirige a los bienes materiales versus la economía actual dirigida a medios no materiales, como lo es la información. El problema es que la economía se caracteriza por lo escaso y la información abunda, desborda, se genera en grandes cantidades especialmente en

internet. Es así como se introduce la atención como algo que también está en constante movimiento en la red y que es escasa (Goldhaber, 1997).

Los seres humanos nacen con la atención y dependen de ella para alcanzar lo necesario para sobrevivir en el mundo, mientras que la información es secundaria en la vida de las personas dado que se puede tomar la decisión de si obtener o no algún tipo de información. Pero para captar la atención de las personas si es necesaria la información (Goldhaber, 1997). Davenport y Beck (2002) hablan de cómo la economía de la atención es usada para el triunfo o el fracaso de las empresas. La atención se convirtió en uno de los recursos más escasos en el mundo de los negocios, porque por medio de ésta las empresas surgen o se destruyen, según la cantidad de atención captada de las personas que ven sus publicaciones. Entre más atención se genere desde la empresa, más vistas, más ventas y más ingresos. Por ello indican que las empresas funcionan gracias a la atención y lo comparan con la mano de obra en las industrias o la forma en cómo funciona la información en la era del conocimiento, así que la atención sería el recurso que impulsa los negocios actuales (Davenport & Beck, 2002).

A causa de los cambios que se han presentado en la forma de comunicación y los diversos impactos, tanto positivos como negativos (en el desarrollo de la identidad, del círculo social y afectivo, en los procesos cognitivos, por mencionar algunos) y que se visualizan, en su mayoría, en jóvenes y adolescentes; se crea la necesidad del control, guía y educación sobre las herramientas tecnológicas que se usan en la cotidianidad. Arab y Díaz (2015) visibilizan cómo el exceso en el uso de las redes se puede asociar con la depresión, el déficit de atención con hiperactividad, el insomnio, el bajo rendimiento académico o el abandono escolar, sin mencionar los problemas psicosociales.

Asimismo, las redes por medio de la economía de la atención, tienen como base de funcionamiento la colaboración y la participación de los usuarios, las personas no solo consumen información, sino que también la producen (Campos, 2008). Pero ¿qué es lo que ocurre para que un usuario mantenga su atención en una red social? Davenport y Beck (2002) le llaman a esto pegajosidad y se refieren a cuando una red social o página web tiene la capacidad de atraer, retener

y lograr que regresen los usuarios. Por medio de videos, sonidos, colores y acceso rápido a lo que está buscando, los usuarios consideran una red social pegajosa y regresan a ella de manera constante. Otro método son los bloques pequeños de información, puesto que “ofrecer información en pedazos es ideal, dados los cortos intervalos de atención de muchos usuarios de Internet” (Davenport & Beck, 2002).

Para continuar, Orłowski (2020) por medio de su documental, muestra cómo las redes sociales luchan por enganchar la atención de los usuarios el mayor tiempo posible ya que para garantizar que las aplicaciones sigan siendo gratuitas, se vende espacio publicitario a cambio de la atención de las personas que las usan. El documental evidencia, cómo los modelos de predicciones usados en las apps, muestran anuncios que están relacionados con los intereses identificados en el usuario, por lo que, más que vender un espacio publicitario, se está vendiendo la certeza de que muchas personas interesadas en algún tipo de artículo verán el anuncio. Es por lo anterior que las personas que trabajan para las redes sociales están en una constante búsqueda de captar y retener la atención de las personas, debido a que ese sería el nuevo objeto de comercio.

Otra de las consecuencias causadas por el uso de las redes sociales es la brecha digital generacional (Arab & Díaz, 2015). En la década de los setenta el proyecto Minitel buscaba digitalizar las guías telefónicas para reemplazar el papel por una base de datos. La operadora de telefonía francesa que buscaba hacer dicho proyecto, trataba de decidir si realizar este servicio de manera gratuita o cobrar un costo adicional por él, lo que iba a generar un trecho entre las personas que tuvieran la posibilidad de acceder al servicio y entre las que no, de ahí el término de brecha digital para nombrar la distancia que los separaba (Martín, 2020). Pero no es el único momento en el que el término fue utilizado. En la década de los noventa se usó para nombrar la diferencia entre las personas que estaban conectadas o no a la red, definiéndose como “la distancia que hay entre los grupos sociales que disponen de acceso a la red de Internet y los que no lo tienen debido a las diferencias socio económicas” (Martín, 2020, p.80). Sin embargo, el concepto abarca mucho más, puesto que también se ha usado para nombrar la distancia que hay entre la posibilidad de tener o no acceso a las TIC, la formación ciudadana, la ubicación geográfica, el lenguaje y el conocimiento de idiomas, entre otros. Pero propiamente la brecha digital generacional es dada por la edad de los

internautas, la cual crea una distancia entre los nativos digitales, que serían las personas que nacen y crecen usando las TIC y los inmigrantes digitales, que las usan casualmente sin ser parte esencial de sus vidas (Martín, 2020).

Sostienen Arab y Díaz (2015) que muchos adolescentes y niños han crecido en la era digital y son ellos los que les transmiten el saber a los padres generando una variación en la jerarquía familiar y quedando a merced de los riesgos del uso de las redes sociales o la exposición prolongada, pues los padres no cuentan con estrategias apropiadas para enfrentarse a esta situación. En palabras de los autores:

El uso masivo de internet por parte de los adolescentes y jóvenes lleva entonces, a una reflexión sobre los vínculos y a la necesidad de desarrollar un enfoque integrador, que permita visualizar tanto los riesgos como las oportunidades de esta nueva forma de comunicarse en línea. (Arab & Díaz, 2015, p.8)

Por lo anterior, Arab y Díaz (2015) consideran que es necesario que los adolescentes, o las personas que están teniendo un mal uso de las redes, tengan una guía que los ayude a enfrentarse de manera adecuada a esta situación, ya sea por medio del autocontrol, los límites de tiempo de uso, el manejo de la intensidad emocional, entre otras.

No obstante, la creación de nuevas aplicaciones se ha asociado con la aparición de conductas que pueden ser consideradas como adictivas, sustentado así el concepto de conducta adictiva a internet, pese a que no fue aceptado para la publicación del DSM-5 a causa de que no se logró llegar a un acuerdo por parte de los expertos (Arab & Díaz, 2015). Antes de que algún comportamiento nocivo se tome como adicción, se deben de presentar ciertos síntomas que se vean de manera recurrente en los sujetos y que dure un periodo de tiempo. La adicción al internet no fue aceptada como trastorno por el DSM-5, pese a que las manifestaciones que presentan las personas que lo usan de manera inadecuada o que no controlan el uso de la tecnología, son muy similares a las de una adicción (Echeburúa & Corral, 2018). Por su parte, Orłowski (2020) indica que el uso de las redes sociales puede ser equivalente a un chupete digital porque las personas las utilizan para

apaciguar sentimientos de soledad, desconcierto y temores, haciendo que cada día sean más incapaces de lidiar con este tipo de situaciones. De igual forma, Mora (2020) hace mención del impacto que tiene el uso inadecuado de las redes sociales en las personas:

Internet ha supuesto un antes y un después en la vida diaria y forma de interacción de las personas, proporcionando a la población un número de ventajas incalculable. Sin embargo, su uso inadecuado ha provocado en ocasiones algunos problemas entre los internautas, desde el aislamiento hasta el abandono de las obligaciones cotidianas (p.2).

A todo esto, Romero y Aznar (2019) hace referencia a lo común que es que en nuestra época veamos a las personas muy atentos a su celular en todos los espacios, generando un aislamiento del mundo, por lo que incluye las adicciones a las redes sociales dentro de un grupo llamado adicciones comportamentales, ya que no requieren del consumo de ninguna sustancia sino que hace referencia a la modificación de hábitos del sujeto y al bajo control de impulsos causado por el tiempo que de uso del *Smartphone*.

Por lo anterior, cada día aumentan los estudios que tratan de exponer las razones por las cuales se genera la adicción a los *Smartphone* a pesar de que los mismos sujetos, no sé vean a sí mismos como una población en riesgo (Romero & Aznar, 2019). A pesar de que son los adolescentes una de las poblaciones más vulnerables a la adicción a los *Smartphone*, para Romero y Aznar (2019) los estudiantes universitarios están en el centro del asunto, a pesar de que acepta que desde la adolescencia se da el inicio del uso desmedido del *Smartphone*, sobre todo por medio de las redes sociales como *WhatsApp* o *Instagram*.

La tecnología ha traído consigo una serie de nuevos delitos informáticos relacionados con las redes sociales, entre ellos podemos mencionar el *cyberbullying*, la suplantación de identidad, el *sexting*, el *grooming* y la pornografía infantil entre otras (Iles, 2019). A su vez estudios sostienen que existe una relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales, siendo inversamente proporcional la una de la otra. El tiempo de conexión también ha sido tema de estudio, dando cuenta de que los estudiantes se conectan de cinco a más horas al día y las principales aplicaciones usadas son la mensajería instantánea y las redes sociales (Romero & Aznar, 2019). Con base en lo

mencionado esta investigación se preguntó: ¿existe una relación entre la economía de la atención y el uso excesivo de las redes sociales?

En resumidas cuentas se puede decir que el impacto que ha generado la tecnología en las formas de comunicación es demasiado evidente, si miramos en retrospectiva a los tiempos de la imprenta en donde la información que circulaba en las sociedades era limitada por los medios tecnológicos de la época, al contrario a cómo ha evolucionado en nuestras épocas modernas en donde la cantidad de información que fluye a través de nuestra sociedad es ilimitada, lo que representa un inconveniente para un ser con capacidades limitadas como los humano. Si tomamos en cuenta que la capacidad del ser humano es limitada por su capacidad atencional eso nos lleva a un problema de índole económico en donde se tiene escasez de un recurso específico frente a una situación o dinámica social. De esta manera se ve un incremento en el valor simbólico de este recurso debido a la escasez anteriormente mencionada lo que genera una economía basada en este elemento (economía de la atención) y que se observa en la forma de funcionamiento de las redes sociales donde hay una competencia constante para lograr ‘ser vistos’. Esta mecánica usada en las redes sociales será ahondada en la primera sección de este trabajo donde se explicará más detenidamente la forma de interacción usada en estos espacios digitales con el fin de descubrir los efectos que tiene el uso excesivo de las redes sociales en la salud mental.

En un segundo momento se profundizará en la economía de la atención siendo esta un reflejo de la competencia llevada al ámbito monetario ya que el tiempo de conexión de las personas se está volviendo una medida de éxito de las empresas y de muchas personas, sentir que en el mundo virtual se está captando mucha atención hace creer que hay una enorme ganancia a causa del valor que ha adquirido la atención en este ámbito. Es por esto que se debe de identificar la forma en que las empresas usan la economía de la atención para generar el uso excesivo de las redes sociales en las personas.

En un tercer momento se tratará de describir la relación existente entre el uso excesivo de las redes sociales y la economía de la atención ya que, como se puede evidenciar, el uso excesivo de las redes sociales puede generar un efecto negativo en las personas que las utilizan. Pese a esto no se ha realizado una investigación en la cual se relacione la economía de la atención y dichos

efectos negativos y es por esto que se propone esta investigación. Es necesario que la economía de la atención sea estudiada en conjunto con el uso excesivo de las redes sociales, debido a que las estrategias que se emplean en este modelo de economía tienen como principal objetivo captar la atención de las personas para que las empresas sobrevivan al mercado digital, lo que podría ser un causante de que las personas aumenten el tiempo que pasan conectadas en las redes.



## Capítulo 1

En este capítulo se presentarán los conceptos asociados a las redes sociales, se hará una pequeña reseña histórica de su creación, del modo en cómo las personas han cambiado la forma de interacción social gracias al manejo de las redes y de los efectos positivos y negativos que se genera a causa del uso excesivo de las mismas. La búsqueda de la información se realizó en bases de datos tales como redalyc, scielo, google académico, entre otras.

En esta época, el internet es un dispositivo que por su aplicabilidad se podría usar en diversos campos, tanto en los negocios y en la educación como en el entretenimiento y las telecomunicaciones (Catri, 2015). Lo mismo ocurre con las redes sociales, que han sido tema de estudio de numerosas áreas como lo son la antropología, la psicología, la sociología, la matemática, entre otras (López y Pérez, 2014), generado una enorme cantidad de teorías y definiciones de lo que es y no es una red social, lo que conlleva a una dificultad al momento de llegar a un acuerdo sobre este tema (Ontsi, 2011).

La forma en cómo los sujetos se agrupan en la sociedad ha cambiado con el pasar del tiempo. Gallego (2011) hace referencia al proceso de cambio que ha tenido las redes sociales, iniciando por los grupos primarios, pasando por las asociaciones y las organizaciones y finalizando en las redes sociales digitales, afirmando que estas últimas están por encima de las demás ya que no tienen una delimitación clara permitiendo que tanto personas como países hagan parte de ellas.

Si se piensa desde el ámbito antropológico y se pone a la sociedad en el centro de la definición de red social, Ulloa y Mendoza, (2011) aseveran que el principal factor de las redes sociales son las relaciones sociales, por lo tanto, las relaciones son el objeto de estudio fundamental de la vida social de cualquier individuo y grupo social. Mientras que desde el campo de la historia, González y Basaldúa (2007) afirman que una sociedad no puede ser un individuo aislado, sino que está conformada por las relaciones establecidas entre individuos que pasan a ser actores sociales, y las interacciones realizadas que generan un intercambio de bienes y servicios. Es por lo anterior que los historiadores consideran importante la organización social en el momento en el que dejan de ser un objeto y empiezan a ser un sujeto de la historia, y de la misma forma, la familia se

convierte en el centro del análisis ya que por medio de las relaciones familiares se evidencia el orden de producción, los actores sociales, el trabajo, entre otro (González & Basaldúa, 2007)

Las redes sociales han tenido un cambio gradual y constante con el pasar del tiempo, pero desde la psicología se conforman por un conjunto de personas significativas para el sujeto, creando el ambiente social primario. Gallego (2011) inscribe en este grupo a la familia nuclear, los amigos, los compañeros de trabajo y las personas más cercanas del sujeto, ya que son dichas personas las que generan un efecto duradero en el sujeto.

Por parte de la tecnología se encuentran las plataformas digitales que son una mezcla entre un elemento tecnológico (el internet) y un elemento social (las redes sociales), por lo que Sierra del Valle (2011) establece que las redes sociales digitales son una “forma de interacción social definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad” (p.4), por lo tanto, en este medio interactivo, se puede ver cómo los usuarios generan una identidad que es usada para crear una conexión con los demás ya sea por cuestiones en común, gustos, necesidades, entre otros. Por lo anterior, las personas que hacen parte de las redes sociales digitales, tienen la opción de construir un perfil público o semipúblico, con la posibilidad de crear una lista con otros usuarios con los que se comparte algún tipo de conexión y a su vez, ver la lista de contactos de otros usuarios de las redes (Ontsi, 2011).

Incluso, Castro y de la Villa Moral (2017) reafirman que los adolescentes usan las redes sociales para construir su identidad en la sociedad. De hecho, aparte de que las redes funcionen como una herramienta en la que se comparte información de manera masiva y se use como medio de comunicación, Ontsi (2011) considera que el mayor aporte que pudo generar ha sido brindar un espacio a las personas que son afectados por la soledad en medio de un mundo tecnológico.

Según Gallego (2013) la conducta de las personas está regida por la organización social, las características propias de la sociedad que giran en torno al individuo y las relaciones con otras personas. La imitación de la conducta de las personas con las que más se comparte, es algo propio de los sujetos, por lo que la interacción en las redes puede ser un determinante de acciones que se realizan dentro y fuera de estas (Gallego, 2011). Además, el actuar de las personas que pertenecen al grupo primario afecta de manera directa al sujeto, generando que éste actúe de una forma determinada. Es por lo anterior que Gallego (2011) considera de suma importancia estudiar las

redes sociales digitales para dilucidar el estado actual de las relaciones interpersonales y de otros cambios que se generan en ellas.

En nuestro tiempo, la forma en cómo funcionan las redes sociales digitales sigue siendo motivo de investigación en el ámbito económico y social. Como una forma simple de explicar el funcionamiento de la red social digital, se destaca la teoría de los siete puentes de Königsburg, que por medio de nodos que se conectan entre sí con aristas hasta formar una red, hace alusión a las conexiones interpersonales generadas en las redes sociales digitales (Pérez et al., 2014).

Las redes sociales digitales entran en lo llamado aplicaciones. Las aplicaciones son programas informáticos que facilitan la realización de tareas desde los *Smartphone* y que se encuentran disponibles en tiendas virtuales y de donde son descargadas e instaladas ya sea de manera gratuita o por un costo adicional. Es por lo anterior que Vazquez y Calvo (2015) consideran que “Las aplicaciones proveen acceso instantáneo a un contenido sin tener que buscarlo en Internet y, una vez instaladas, generalmente se puede acceder a ellas sin necesidad de una conexión a la red” (p. 258), por consiguiente, sus funciones pueden ser diversas desde juegos y aplicaciones de entretenimiento hasta aplicaciones que te ayudan a aprender un idioma o realizar estudios (Vázquez & Calvo, 2015).

Gracias a que no existe un acuerdo sobre cuál fue la primera red social digital creada, no hay claridad del cómo se dio el inicio de las redes sociales digitales y más, si se tiene en cuenta, que han existido plataformas que duran cortos períodos de tiempo por los cambios dados en la virtualidad (Sierra del Valle, 2011). al contrario, existen plataformas que han perdurado a lo largo de los años, como por ejemplo Facebook que fue creado en el año 2004, pero no fue hasta el 2006 que se permitió el ingreso de usuarios que no hicieran parte de la Universidad de Harvard y para el 2008 ya había 175 millones de personas dentro de dicha red social, la cual aumentaba 600.000 usuarios por día (Pérez et al., 2014).

A finales del siglo XX, Colombia fue el país con mayor desarrollo de América Latina gracias a la utilización de Internet, pero esto no se mantuvo a inicios del siglo XXI con el uso de las novedosas tecnologías de la comunicación, en razón de lo cual Arango, Bringué y Sádaba (2010) por medio de su estudio, buscaron evidenciar cómo las nuevas TIC tomaron fuerza en la población adolescente colombiana, desde el uso de los servicios que prestan, hasta el tipo de

aplicaciones y contenido que consumen en las diferentes plataformas. Por medio de los resultados que arrojó la investigación se llegó a la conclusión de que los adolescentes, a pesar del furor que había por las TIC, no reemplazan la comunicación personal con sus allegados. A pesar de lo anterior, en la investigación se reflejó una notoria preocupación por parte de los adultos frente al tiempo dedicado por sus hijos a las TIC más que por el contenido que consumen a través de estas.

Ya que las generaciones más jóvenes están configurando sus relaciones a través de la virtualidad, los investigadores se enfrentan a nuevos retos nunca antes vistos, como lo es analizar el consumo y el uso de los dispositivos de moda (Arango et al., 2010) y es por esta causa que se conoce con el término de generación digital o generación interactiva a los adolescentes suscritos a la nueva forma de relacionarse por medio de las TIC (Rodríguez y Fernández, 2014). Según Arango et al. (2010), preocupa que el mayor destino que los adolescentes colombianos le dan a estas tecnologías esté enfocado más hacia el ocio, el entretenimiento y la recreación, mientras se desperdicia este recurso con fines de formación personal y de educación formal, en un grupo de edad privilegiado para estos propósitos.

Rodríguez y Fernández (2014) indican que en la adolescencia no sólo se da el paso de la niñez a la adultez, sino que en dicha transición se presentan cambios a nivel fisiológico, afectivo, psicosocial y cognitivo, que pueden ser factores que den paso a la aparición de psicopatologías. Los anteriores autores también hacen referencia a cómo en este ciclo se pueden generar cambios a nivel comportamental y afirman que “a lo largo de esta etapa disminuye la cohesión familiar percibida por parte de los adolescentes, lo cual es un aspecto esperable de esta etapa de desarrollo que se asocia negativamente con problemas externalizantes de comportamiento” (p.132).

En otro orden de ideas, Del Barrio y Ruiz (2014) considera la adolescencia como una parte esencial en el desarrollo humano, ya que hay un desenvolvimiento en diferentes ámbitos de la persona como en la cognición, la personalidad, las actitudes y conductas sociales que establecen las relaciones con sus semejantes tal que "nuestros adolescentes de hoy son los ciudadanos de mañana, por lo que de ellos dependerá nuestra sociedad futura" (p. 572)

En el caso de Vazquez y Calvo (2015) nombran a los niños y adolescentes nacidos en esta era digital como la generación de lo inmediato, gracias a que, por medio de los dispositivos móviles, satisfacen sus exigencias de manera inmediata al pasar de ser unos simples teléfonos a

artefactos que ayudan a: relacionarse con los demás, buscar información, entretenerse, todo esto al instante. A su vez, los autores apoyan que los adolescentes tienen más herramientas que sus padres para el uso de la nueva tecnología, pero de la misma forma son los más expuestos al uso inadecuado, lo que los hace más vulnerables a los riesgos que pueden desencadenar las conductas adictivas (Vazquez & Calvo, 2015).

De igual manera, Castro y de la Villa Moral (2017) consideran que los niños y adolescentes, al ser nativos digitales en su búsqueda de sensaciones nuevas, son los más propensos a comportamientos adictivos ya que son los que más usan las TIC. Para sustentar lo anterior los autores afirman que los nativos digitales usan las redes sociales digitales para satisfacer necesidades propias de la edad llevándolos a configurar sus relaciones interpersonales por este medio, lo que ayuda a que generen su identidad individual y grupal, por lo que se encuentran más expuestos a los riesgos que conlleva el uso inadecuado de las redes sociales, entre los cuales se encuentra el cyberbullying, filtración de información personal, entablar relaciones con personas desconocidas y los malentendidos generados por leer los mensajes con algún tipo de tonalidad (Castro & de la Villa Moral, 2017).

Gracias a la búsqueda de relacionarse y las demás razones que encuentran los adolescentes para conectarse a diario a las redes sociales, Caplan (2005) asevera que se estimula el uso frecuente de las TIC y a causa de la poca regulación, tanto por parte de los jóvenes como de los adultos responsables del adolescente, es que se genera un uso abusivo que se podría llamar adictivo a las mismas. A pesar de lo anterior Caplan (2005) hace la aclaración de que no es suficiente con que una conducta sea excesiva para que inmediatamente sea catalogada como un problema de adicción, sin embargo, no deja de ser un factor de riesgo.

Por su parte, Vazquez y Calvo (2015) apoyan que los adolescentes tienen más herramientas que sus padres para el manejo de las nuevas tecnologías, pero a su vez son los más expuestos al uso inadecuado, lo que los hace más vulnerables a los riesgos, que pueden llevar a conductas adictivas. El tiempo que los jóvenes invierten a las redes sociales, los lleva a que no se encarguen de sus tareas diarias, al punto en el que se evidencian que al no tener acceso a los *Smartphone* les genera algún tipo de malestar,” por tanto, de no haber una intervención apropiada, pueden estar

gestándose problemas futuros y arriesgándose pautas dependientes que pueden ser factores precursores de adicciones" (Del Barrio & Ruiz, 2014, p. 572)

En este momento vivimos en una era digital en donde los estudiantes de Bachillerato deben de llegar a tener una alta competencia digital porque la tecnología ya hace parte de su vida diaria (Del Barrio & Ruiz, 2014). Vazquez y Calvo (2015) resaltan como el uso de los *Smartphone* en los espacios educativos, es un tema que, a pesar de ser una realidad social, genera controversia, ya que, en la mayoría de las escuelas y colegios, prohíben el uso de celulares en los salones y espacios de estudio, bajo la premisa de que genera una distracción para los estudiantes, a pesar de que estos dispositivos ya son una parte importante en el desarrollo social y personal de los adolescentes. Sin negar los problemas que puede generar el uso inadecuado de los *Smartphone*, Vazquez y Calvo (2015) no creen que el problema se solucione por medio de la prohibición, sino que consideran que esto puede ser una oportunidad para integrar estos dispositivos y sus funciones en el ámbito escolar al tiempo en que se eduque sobre su uso de manera responsable.

Al momento de catalogar el uso de las redes sociales digitales como positivo o negativo, no se logra llegar a un acuerdo sobre este tema. Catri (2015) hace énfasis en la existencia de estudios que demuestran lo negativo de las redes sociales digitales ya que hay un aumento en la depresión a causa de la soledad y el aislamiento de los usuarios, pero a su vez se refiere a estudios que muestran todo lo contrario, en donde se usan las redes sociales digitales de manera positiva produciendo una conexión para generar relaciones entre las personas. Es por lo anterior que la autora cree que el internet es una herramienta cultural que hace parte activa de la vida de las personas y tiene una aplicabilidad en diversos ámbitos.

Asimismo, Sierra del Valle (2011) señala tanto lo positivo como lo negativo del uso de las redes, centrando lo negativo en el desconocimiento de los riesgos al usar las redes sociales digitales, en el ámbito de la privacidad al momento de ingresar los datos que son necesarios para ser parte de la red social lo cual puede llevar a que la persona esté expuesta y que desde lo jurídico no siempre se pueda garantizar una correcta aplicabilidad de las normas para que los derechos de las personas no sean vulnerados en la virtualidad. Por su parte, uno de los contras descritos por Del Barrio y Ruiz (2014) se encuentra el exceso de información y la poca capacidad de procesarla por parte de

las personas, por lo que el sujeto reúne una gran cantidad de información que no será posible procesar.

En el proceso de hablar sobre el uso de las TIC por parte de los adolescentes, ya sea de manera adecuada o inadecuada, Del Barrio y Ruiz (2014) usa el término de obesidad digital para hacer referencia a la dificultad que se genera al momento de desconectarse de las redes sociales y de las aplicaciones de mensajería o simplemente a alejarse del *Smartphone* y, del mismo modo, nombrar botellón digital, si lo anterior se da solo los fines de semana.

En la búsqueda de describir lo positivo y lo negativo de las redes sociales, Del Barrio (2014) plantea la problemática que se presenta al momento de acumular información que difícilmente será procesada por el sujeto. A su vez, usa el término de enganchar para hacer énfasis a la atracción-retención creada por las redes sociales en las personas y, que, como consecuencia, produce un deterioro al momento de establecer límites que ayudan al desarrollo de la autonomía en las personas maduras (Del Barrio & Ruiz, 2014).

Pero existe un riesgo, tal y como lo plantean Rodríguez y Fernández (2014) y es que “la evolución tecnológica plantea un periodo de adaptación a las nuevas formas de adquirir información y comunicación, que puede generar trastornos o desadaptaciones psicológicas más o menos permanentes” (p. 132). Por lo tanto, se crea la necesidad de centrar el trabajo en habilidades que ayuden a prevenir los hábitos que pueden llevar a los jóvenes a generar adicción a las redes. El tiempo que los jóvenes invierten en las redes sociales, los lleva a que no se encarguen de sus tareas diarias, al punto en el que se evidencian que al no tener acceso a los *Smartphone* les genera algún tipo de malestar (Del Barrio & Ruiz, 2014).

Young fue la primera persona en hacer referencia, en definir y clasificar un posible trastorno de adicciones a internet, mientras que Griffiths se refería a las adicciones tecnológicas con base a su modelo de adicción Biopsicosocial, llegando a la conclusión de que los síntomas de una adicción química y de una del comportamiento, tiene como base criterios clínicos comunes (Castro & de la Villa Moral, 2017). Klimenko et al. (2012) hacen énfasis en la controversia a la que se enfrentan los profesionales de la salud mental frente a las adicciones no químicas, resaltando la ludopatía, la adicción por las compras, la vigorexia y la adicción a los juegos y a medios virtuales como el internet y las redes sociales.

En las últimas décadas se ha conseguido que las adicciones químicas sean reconocidas y que se busquen tratamientos para los efectos que genera en las personas, a pesar de eso, este tema sigue generando una discusión reiterada entre los profesionales de la salud mental a causa de las adicciones no químicas y los criterios para identificar, evaluar y tratar este tipo de adicciones (Klimenko et al., 2012). Por el momento solo se encuentra la ludopatía, que incluye los juegos virtuales, en los manuales diagnóstico del Dsm-5 y el CIE-10, ya que no hay suficientes estudios científicos que apoyen la inclusión de las demás.

Como posibles síntomas de la dependencia a redes sociales se encuentran: prestar atención de manera excesiva a las redes, usarlas para negar u olvidar emociones negativas, generar tolerancia al tiempo empleado en usarlas por lo que dicho tiempo aumenta, al no tener posibilidad de conexión se generan sentimientos de malestar como la tristeza, la irritabilidad y la ansiedad, entre otros. Pero como se mencionó anteriormente, no se puede hablar propiamente de una adicción a redes sociales o a internet ya que el DSM-5 no lo ha aceptado como patología, a pesar de que en la sesión III se encuentra juego el Trastorno de juego por Internet, pero se hace la aclaración de que el uso excesivo, en este caso de Facebook, no se asemeja a dicho trastorno (Castro & de la Villa Moral, 2017).

Klimenko et al. (2012) hacen parte de los autores que consideran que los medios virtuales son imprescindibles en la vida de las personas del siglo XXI, y resaltan cómo se ve afectado el campo laboral, escolar y social, en las personas que no tienen acceso a ellos. Dicho esto, los autores hacen énfasis en que, pese a lo anterior, los nativos digitales, en este caso los niños y adolescentes, pueden estar expuestos a un comportamiento adictivo



## Capítulo 2

Este capítulo se centrará en el modelo de la economía de la atención, por lo que inicia con la definición de atención y la forma en cómo se emplea en la vida cotidiana, el método en el que se convierte en un modelo económico y como es incluida en las Tics, para lograr retener la atención de las personas y conseguir una remuneración monetaria.

La atención se usa como una forma de reunir información que dé cuenta de ciertos aspectos de las personas: del modo en cómo se generan las relaciones humanas, de la percepción que se tiene del mundo, de la valoración de los productos o cómo se gana poder dentro de una sociedad ya establecida, por lo que la atención se entiende como el método usado para mediar con el mundo (Roda, 2019). Es por lo anterior que la atención determina lo que es el sujeto como individuo y como sociedad, ya que dirige su atención a lo que le genera un interés o a sus objetivos en particular, y del mismo modo, espera recibir dicha atención de las personas (Roda, 2019)

Desde la psicología, la atención ha sido un tema de estudio desde hace mucho tiempo y aun ahora lo sigue siendo; James en 1890 describe la atención como un mecanismo de selección que, de manera voluntaria, se atrae por una situación externa y es dirigida a un objetivo, seleccionando sensaciones que sobresalen por su relevancia e impidiendo las menos importantes (Roda, 2019). Ballesteros afirma que la atención funciona como un filtro de la información sensorial que es captada por medio de los sentidos, por lo que no todos los estímulos que son captados son atendidos; la atención decide cuáles estímulos ocuparan la conciencia a cada instante (Forigua, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, se definen dos tipos de atención: la atención dividida y la atención selectiva. La atención dividida es la que permite que se realice más de una tarea a la vez, dando diversos grados de concentración a cada tarea de forma automática. Por el contrario, la atención selectiva es cuando una tarea requiere mucha más atención por lo que la concentración se centra solo en ella de manera intencional. (Forigua, 2018). A pesar de que ha pasado un siglo después, la atención se sigue pensando como un proceso selectivo que es dirigido de manera voluntaria o atraído por estímulos externos (Roda, 2019)

Es necesario aclarar que el mundo real genera estímulos que se presentan de manera jerarquizada para el sujeto y que por medio de la atención se seleccionan y atienden con el fin de que las personas interactúen con su entorno y se desenvuelva en el mismo, todo esto sin incluir a la tecnología (Roda, 2019).

La atención se convierte en un recurso escaso en medio de un mundo en el cual se está generando información de manera constante, pero el tiempo con el que cuentan las personas para prestar atención se agota mucho más rápido de lo necesario para procesar toda la información, creando una diferencia notoria entre el tiempo de atención del sujeto y la velocidad en la que se crea y se aglomera la información. (Celis, 2020). Gracias a la investigación realizada por Roda (2019) se puede evidenciar el aumento de la mercantilización de la actividad humana, de su conocimiento, de la percepción, de su propio cuerpo, hasta llegar a la atención. En 1999, Crary hace énfasis en la crisis de atención existente a causa de la información, los estímulos y los productos, generando una escasez de atención (Roda, 2019).

La atención puede medirse en milisegundos manifestando el tiempo de respuesta frente a un estímulo o puede medirse por medio de la cantidad de clics que da una persona en una aplicación. En pocas palabras, la atención es el pase a los recursos cognitivos limitados de cada persona y su uso determina la interacción con el mundo que nos rodea y decreta lo que se es como individuo que hace parte de una sociedad (Roda, 2019)

Por el contrario, otros ven la atención como un medio para controlar a las personas en su pensar y actuar, por lo que podrían hacer lo que les plazca y es así como empieza a nacer la economía de la atención (Roda, 2019). El concepto de la economía de la atención se generó en el campo de la economía política con el fin de dar explicación a la forma en como la atención va adquiriendo y aumentando su valor en medio de un mundo en el cual abunda la información (Celis, 2020).

En el año 2012, Stiegler publica un artículo sobre economía de la atención, en el que afirma que la atención no debe ser vista como una capacidad natural del ser humano, sino que es el medio por el cual se relaciona con el mundo. Es por lo anterior que Stiegler usa dos conceptos que hace referencia a la manera en cómo la atención se ha modificado por el uso de los medios de

comunicación los cuales son la atención profunda y la híper-atención (Celis, 2020). La atención profunda hace referencia al manejo de las palabras escritas, mientras que la híper-atención son las formas atencionales creadas como consecuencia del uso de las Tics. Pero esto ya ha pasado con anterioridad; en su momento, los libros y el periódico fueron los encargados de definir la forma en cómo se prestaba atención por un periodo de tiempo prolongado, pero esto se modificó en el siglo XX con la aparición de los primeros medios digitales, la televisión y el cine, creando la híper-industrialización (Celis, 2020)

Lanham es otro autor que comparte que la economía tiene un cambio de dirección en el que se posa en medios inmateriales como la información o el conocimiento, haciendo que el nuevo recurso escaso que generará valor económico sea la atención, la cual es necesaria para darle sentido a la información o el conocimiento que se está captando (Roda, 2019). Teniendo en cuenta lo anterior, también se debe de reconocer que existe un cambio en los medios usados para captar la atención, en las estrategias, el tipo de entretenimiento, las plataformas digitales y todas las formas nuevas o antiguas que son usados para este fin (Roda, 2019).

En resumidas cuentas, se pasó de una forma de atención centrada en las palabras escritas a una que se basa en las Tics y sus métodos de comunicación de manera audiovisual, lo que genera una híper-atención y a su vez se muestra una capitalización de la conciencia que impide su individualización (Celis, 2020). Las Tics son medios que proporcionan información para llamar y obtener la atención. Pero en un inicio este no era su fin. Los sonidos, las imágenes y la forma en cómo se reproduce la información era solo un avance tecnológico. Fue gracias a la idea de ofrecer información a cambio de atención lo que hizo que las Tics crecieran (Franck, 2019).

El deseo de atención está relacionado con el concepto de la autorrealización ya que la atención que se gana por medio de algo con lo que la persona se identifica de manera personal cuenta como ingreso personal. A pesar de eso, lo que motiva a la autorrealización pocas veces mueve a las masas, por consiguiente, se debe de identificar qué es lo que el público desea ver, escuchar o leer y satisfacer dicha necesidad por medio de procesos prolongados de creación y edición de material. Todo este esfuerzo es el que requiere un pago monetario (Franck, 2019)

Los ingresos por atención obtenidos en el mundo del espectáculo y el entretenimiento también son considerables. Si la oferta es del agrado de la gente, si se gasta suficiente dinero y atención en mantener a la gente a raya, entonces el medio también adquiere una cualidad adicional para quienes aparecen en él (p.11).

La atención es motivo de competencia entre las empresas, las cuales buscan conseguirla por medio de publicidad y diversas formas de promocionar artículos que se encuentran en venta. Y no solo se ve en el campo de las ventas, ya que en temas políticos se puede evidenciar estrategias en las que se busca captar la atención de los votantes hacia un candidato específico (Roda, 2019)

La ciencia es una de las vertientes donde también se puede identificar la economía de la atención, ya que los investigadores aportan su atención con el fin de ganar la atención de los demás, evidenciando el trueque entre la información y la atención, por lo que se podría decir que la información científica es medida según la cantidad de atención que capta. Del mismo modo se afirma que la reputación que gana un científico en el gremio es el capital obtenido gracias a la atención recibida (Franck, 2002). A su vez, al momento de realizar una publicación científica la cual cubre una demanda específica, genera que la atención crezca de manera significativa. Por otro lado, la atención que los científicos ponen a un nuevo hallazgo, genera motivación para la superación de sí mismos y de los demás (Franck, 2002)

Uno de los métodos para captar la atención de las personas es por medio de las celebridades que obtienen fama en las redes sociales. dicha fama es medida por la cantidad de me gusta que recibe o de las visualizaciones, que, a su vez, generan ingresos monetarios (Franck, 2019). Es por lo anterior que Franck (2019) considera que nos encontramos en una era de capitalismo mental, ya que el cambio entre una economía dirigida a lo material a una dirigida a lo mental, demuestra que lo que impulsa la economía son las ideas.

Existe una diferencia entre la celebridad y la riqueza material puesto que la riqueza se puede volver un fenómeno de masas mientras que la celebridad no, aun así, hay un aumento notorio en la cantidad de celebridades que hay en este momento y sigue en aumento constante (Franck, 2019). Otra diferencia notoria es que las celebridades no necesariamente buscan escalar al poder, porque

ya no es necesario pertenecer a una familia adinerada o tener un talento singular, sino que se puede llegar a ser una celebridad por medio de una carrera que se está estableciendo en la sociedad actual, solo se debe de iniciar por darse a conocer en los medios (Franck, 2019).

Otra forma de atraer la atención es por medio de la publicidad y que se mide según la cantidad de audiencia a la que llegue, lo que genera cifras de circulación, que si son altas serán promovidas y publicadas, lo que la lleva a ser celebridad. lo anterior hace referencia a:

Nada parece atraer más la atención que la acumulación de ingresos por atención, nada parece estimular más a los medios que este tipo de capital, nada parece animar el espacio publicitario con un poder de atracción más fuerte que la riqueza mostrada de atención ganada (Franck, 2019, p. 10)

Lo anteriormente expuesto lleva a que los medios busquen la manera de invertir o de crear celebridades, “se necesitan celebridades en masa si se quiere hacer de la atracción de atención un negocio de masas” (Franck, 2019, p.10) y es por esta razón que cada día se ven más celebridades en los medios de comunicación y el número sigue en aumento. Las cifras de circulación y los ratings generan un fondo de atención que los proveedores anticipan y garantizan para seguir usando más adelante. La posibilidad de manejar alguna de las Tics existentes, asegura la captación de atención y del mismo modo, tiene la capacidad de hacer crecer las celebridades necesarias para su medio. Y no solo esto, su fama puede aumentar al pedirle a sus seguidores que busquen nuevos prospectos que puedan ocupar el puesto de celebridad (Franck, 2019)

A pesar de que la economía de la atención no es algo nuevo, Giraldo y Fernández (2020) aseguran que en el momento en el que se inició a hacer referencia a ella no era posible evidenciar el comportamiento de las personas con base a sus interacciones con las Tics, ya que para ese momento aún no se desarrollaba la web 2.0. De la misma forma, se dificulta calcular la magnitud de la información que los computadores almacenarán y mucho menos se pensaba en una relación entre ambas cosas. “El problema del siglo XXI no se concentra por tanto en la creación de la

información, sino en la capacidad que tiene el producto para captar la atención del usuario” (Giraldo & Fernández, 2020, p.3)

El modelo económico centrado en el tiempo de atención que las personas le dedican a las Tics, la información y los datos, es el que rige en el siglo XXI. El tiempo dedicado por cada persona a usar los *Smartphone* es la media del recurso que impulsa este sistema económico (Giraldo & Fernández, 2020). Se utilizan diversos medios para realizar el conteo de la cantidad de personas que ven o adquieren un producto y se usan para dar cuenta de la eficacia de los métodos usados para atraer la atención y, al mismo tiempo, ajustar los métodos usados para que cada vez sean más eficaces (Roda, 2019)

Pero como otros tipos de economía, se genera una distribución desigual de los ingresos por atención. Se podría pensar que las Tics generan dinero a unos cuantos y explotan a otros. Si este fenómeno se da a escala industrial podrá ser más notoria la desigualdad entre ricos y pobres en atención, pero esto solo ocurriría si las personas generan una epidemia de adicción a las Tics, pero esto solo se daría si los medios sacian la necesidad de que las personas vean lo que quieran ver (Franck, 2019).

En este modelo económico, el valor de la información no es adquirido por su producción sino por su valor de consumo, “El producto como experiencia adquiere un valor específico cada vez que es consumido, no cuando es producido” (Giraldo & Fernández, 2020, p.3). Es por lo anterior que el capital acumulado es asociado con productos inmateriales, por lo que se considera de mayor importancia la capacidad de captar la atención sobre un producto, que el costo de producirlo.

Las redes sociales no solo absorben la atención de los sujetos, sino que producen información de manera constante y se convirtió en un medio para las relaciones entre las personas a pesar de que el fin mismo de las herramientas digitales, no era propiamente el comunicarse por medio de conversaciones ordenadas como se hace por medio de los chats (Roda, 2019). Las herramientas digitales se crearon para ser usadas de manera asincrónica, por lo que no se esperaba una respuesta inmediata entre los interlocutores, pero con el tiempo se convirtió en una herramienta sincrónica, en donde se espera una respuesta inmediata, por lo que se pierden ciertas reglas que son

necesarias a la hora de comunicarse de una forma eficiente y como consecuencia se genera una sobrecarga cognitiva que desemboca en problemas de falta de atención (Roda, 2019).

Es así cómo se generan aplicaciones personalizadas o que pueden ser personalizables por los usuarios, generando una competencia entre las diversas plataformas por la atención de los usuarios, Por lo que cada día las plataformas son mucho más sofisticadas y la recolección de los datos de los usuarios es cada vez mayor (Roda, 2019)

Las aplicaciones usan algoritmos de clasificación que acumula los datos necesarios sobre un usuario y de este modo influye en la información a la que tiene acceso los usuarios, por lo que tiene la capacidad de filtrar lo que sea visto y lo que no, es por esto que cuando dos usuarios distintos buscan exactamente la misma palabra, la información que arroja el buscador es completamente diferente para ambos, por lo que las búsquedas anteriores determinan los resultados de búsqueda actuales y al mismo tiempo se refuerza los gustos e intereses del usuario al ver sólo la información que desea ver (Rubel, 2016)

Pero, a causa del tiempo que se invierte en el uso de las Tics, se ha podido evidenciar que pueden llevar a trastornos psicológicos por no tener acceso al dispositivo; el compararse con los estereotipos de imagen que se encuentran en internet puede llevar a problemas alimenticios o a envidia social, se pueden presentar casos de *cyberbullying* que generan ideación suicida, por enumerar algunas. Es por lo anterior que se crea la necesidad de realizar estudios que se centren en la medición del tiempo dedicado a las Tics y en la competencia existente entre las industrias para la captación de la atención y de la información de las personas, ya que esta disputa es el objeto de ejecución que usa la economía de la atención (Giraldo & Fernández, 2020)

La introducción en los años noventa de la web 1.0 y el comienzo de la masificación del uso de dispositivos conectados a la Red abrió posibilidades de análisis de la información consumida y del propio uso o comportamiento de los usuarios en internet. (Giraldo & Fernández, 2020, p.3)

La atención, pensada como un filtro que elige cuáles estímulos se procesan y cuáles no, es usada para impulsar una economía que se dirige a un bien inmaterial, en la que se busca que por medio de la captación de atención se logren generar ingresos económicos. Este modelo es usado en diversos campos, pero se ve más notoriamente en las Tics, las cuales tienen como base la economía de la atención para garantizar las personas que las usan. A pesar de que la intención de dicho modelo es generar ingresos y no hacer un daño a la sociedad, con los métodos usados en la economía de la atención se busca que las personas pasen más tiempo en las Tics y ese uso prolongado está generando efectos psicológicos en los mismos.



### Capítulo 3

En las siguientes páginas se hará referencia a la forma en cómo el modelo de la economía de la atención conlleva al uso excesivo de las redes sociales lo cual puede generar efectos psicológicos negativos en las personas. La economía de la atención busca retener la atención de las personas el mayor tiempo posible, ya que esta atención es la que se usa para generar ingresos monetarios. Pero lo que no se tiene en cuenta es que al momento de retener la atención de los usuarios hace que se aumente el tiempo en el que la persona interactúa dentro de la red social, ya que el algoritmo siempre se está actualizando para que el internauta vea solo lo que quiere ver, lo que le dificulta poner un alto al uso, provocando un riesgo a nivel psicológico y que se demuestra con base a múltiples investigaciones que señalan que, con el aumento del uso de las redes aparecen efectos psicológicos negativos.

A causa de que el mundo globalizado maneja una inmediatez en la cual todo es temporal, la tecnología aparece para hacer realidad tres premisas: 1. le da la posibilidad a las personas de que pongan su foco atencional donde deseen, la red puede ser personalizada al gusto del usuario, la puede controlar y es inmediata; y se usa de manera fácil con la posibilidad de que los usuarios puedan agregar, quitar, controlar sus amigos o seguidores, al punto que se puede considerar que se requieren pocas habilidades sociales para realizar estos actos. 2. Los usuarios de las redes tienen la percepción de que siempre serán escuchados a causa de su condición diacrónica, lo que le da la posibilidad de que sientan que tienen el control al momento de hablar o parar, según sean los intereses del usuario. 3. De la misma forma, da la sensación a los usuarios de que no están solos, lo cual da pie a una paradoja al generar la falsa ilusión de compañía (Cauqui, 2019).

Los mismos adolescentes delimitan los beneficios y perjuicios del uso de las redes sociales, por lo que en la investigación realizada por Cauqui (2019) se evidencia cómo el 93% creen que son más las ventajas obtenidas mediante el uso de las redes sociales, que las desventajas. A pesar de esto, la misma investigación mostró que hay aspectos como la adicción al uso de las redes y las críticas de los demás usuarios, cubriendo su identidad por medio de un seudónimo o nombres falsos, que son identificadas por un gran porcentaje de adolescentes.

López, Tapia y Ruiz (2023) por medio de la investigación que realizaron, pudieron evidenciar que la mayoría de los jóvenes no saben que se pueden generar patologías mentales a causa del uso excesivo de las redes sociales, a pesar de que muchos de ellos habían sentido o tenían algún síntoma propio de dichas patologías, siendo la ansiedad y la depresión las más comunes, seguido por el insomnio.

Una de las razones que se han tenido en cuenta como un factor que genera adicción a las redes sociales es el sufrir depresión, ya que hay estudios que demuestran que la dependencia a las redes sociales se puede dar por dicho trastorno, y del mismo modo, la baja autoestima puede llevar a que las personas se aislen socialmente, pero existen autores que piensan todo lo contrario, en donde la depresión es generada por la adicción a las redes sociales y no como consecuencia de las mismas (López et al., 2023). Otro de los síntomas recurrentes en el uso excesivo de las redes sociales es el insomnio el cual es un trastorno de sueño que trata de la dificultad para conciliar o sostenerlo, o de no lograr dormir un sueño prolongado y de calidad (López et al., 2023).

Desde el año 2014, la OMS piensa que el problema tecnológico es un problema de salud pública ya que a pesar de que esta herramienta fue creada para promover el contacto social, ocurre todo lo contrario al aumentar las experiencias de soledad en las personas que la usa, “La hiper conexión puede llevar al aislamiento y a su vez, a la soledad” (Cauqui, 2019, p.1) siendo la población adolescente la más afectada, pero lastimosamente no se conoce hasta dónde influye en su desarrollo.

Del mismo modo, en el estudio que realizó Cauqui (2019) se observó que los adolescentes usaban ciertas aplicaciones al momento de sentir algún tipo de malestar en cuanto a su estado de ánimo, como por ejemplo *YouTube*, *Instagram* o *WhatsApp* que puede ser usado para evadir o distraer sus emociones o, por el contrario, buscan ser escuchados por estos medios para sentirse apoyados por los demás. Así mismo, la investigación dejó en evidencia que la mayoría de los adolescentes afirman no saber cómo expresar sus sentimientos, lo que podría traducirse en falta de habilidades sociales (Cauqui, 2019). Acorde con lo anterior, el apoyo que los adolescentes creen

recibir por medio de las redes sociales se mide por medio de la cantidad de likes que reciben en sus publicaciones o por los mensajes que les envían como una muestra de comprensión ante lo que sienten, sin que exista una diferencia entre el hecho de que sea una persona conocida o desconocida (Cauqui, 2019).

El hecho de que los jóvenes tengan cada día menos habilidades sociales y menos recursos personales con los cuales se enfrenten a la sociedad, se da por causa de la hiperconexión. Y lo peor de todo es que, la mayoría de los adolescentes que participaron en la investigación de Cauqui (2019) no logran identificar factores negativos en el uso de las redes sociales, solo el 7% reconocen los aspectos negativos de la tecnología.

Por medio del estudio que hizo Klimenko et al. (2012) se pudo identificar como en los adolescentes existe un apego notorio entre sus iguales porque en esta edad se busca una aceptación constante en donde la opinión de los demás es primordial. Lo anterior se presenta sin que exista una diferencia entre femenino y masculino a pesar de que existen otros estudios que demuestran que en el género femenino es mucho más notorio el apego entre pares. En cuanto al uso de las redes para generar vida social, lo cual abarca la consulta de perfiles, el uso de los chats, las interacciones en las fotografías que suben los demás, entre otros; el temor que genera el no tener acceso a las redes o al teléfono móvil es llamado nomofobia y también estuvo presente en los resultados de la investigación (Klimenko et al., 2012).

La nomofobia, que en inglés significa *No Mobile Phone Phobia*, hace referencia a la dependencia al celular y a los síntomas que esto trae que son: insomnio, miedo irracional por no tener señal telefónica o wifi, temor a que se le apague el celular o al no tener un enchufe cerca para poderlo cargar y mirar constantemente el celular (López et al., 2023). En los últimos años, también se le dio un nombre al hecho de que las personas sientan temor de estar lejos de sus redes sociales al creer que en ese lapso de tiempo se van a perder de un evento importante o van a ser apartados; a lo anterior se le llama FOMO por sus siglas en inglés *Fear Of Missing Out* (López et al., 2023). Es el turno de la cibercondría que se refiere a la preocupación constante por la salud, que lleva al

sujeto a buscar en internet de manera obsesiva para descartar enfermedades o trastornos que cree tener (López et al., 2023).

La búsqueda excesiva en internet también puede generar en las personas una retención pobre de la información, y gracias a un experimento realizado en la Universidad de Columbia, se llegó a la conclusión de que las personas tienden a no recordar datos que ven en internet ya que tienen la sensación de que podrán encontrar la información de manera fácil si vuelven a ingresar a la red, y por el hecho de no ejercitar la memoria, esta se va perdiendo (López et al., 2023).

En otras investigaciones se pudo observar que hubo mayoría en la cantidad de adolescentes que afirmaron que en algún momento de su vida fueron víctimas de bullying en persona, pero una cantidad significativa afirmó haber sufrido de *cyberbullying* por medio de internet (López et al., 2023). Se logró establecer un rango de edades, entre los 15 y 16 años, en la cual se evidencia más actos de acoso en comparación a otras edades, lo que se ve reflejado en las relaciones establecidas dentro de las aulas de clase, por lo que la preocupación ya alcanzó a la comunidad educativa, llevándolos a crear estrategias que ayuden a prevenir estos actos y los daños emocionales que ocasiona (López et al., 2023).

Los trastornos de la alimentación también se han asociado al contenido que se comparte en las redes sociales, ya que hay páginas y perfiles de aplicaciones que incitan a la anorexia y a la bulimia, no como un tipo de trastorno sino como un estilo de vida, por lo que se muestra dicho trastorno sin ningún tipo de filtro, lo que genera que los usuarios se creen una expectativa de cuerpos supuestamente perfectos, para ser aceptados por esta comunidad (López et al., 2023).

Cómo otro factor, las redes sociales tienen una relación estrecha con la dopamina, la cual es el neurotransmisor que regula las emociones y los afectos, es la encargada del sistema de recompensa cerebral, es lo que hace sentir deseo, placer y nos motiva a hacer lo que nos gusta (Quintero & Lesmes, 2022). Dichos estímulos de recompensa se pueden dar por interacciones sociales, tales como la amistad, la aceptación por el grupo, la cooperación con amigos, la conciencia y el fortalecimiento del grupo (López, 2018). Pero, así mismo, se han generado

estímulos sociales que son contraproducentes como el consumo de drogas, las apuestas, los juegos y el abuso de las redes sociales, el internet y los *Smartphone* (López, 2018). En el caso de las redes sociales, la dopamina aparece en el momento en el que un usuario recibe una notificación de un comentario, un like o algún tipo de interacción con una de sus publicaciones, llevando al sujeto a revisar constantemente las redes sociales para verificar si tienen alguna notificación y volver a sentir el estímulo de recompensa que se da gracias a la dopamina, lo que se convierte en un círculo vicioso (López, 2018).

Ahora se pasará al tema de las adicciones a las redes sociales. En comparación a las adicciones químicas, las adicciones no químicas se pueden pasar por alto y al no ser detectadas a tiempo generan mucho más daño. Esto se puede dar por la cultura consumista en la que nos encontramos inmersos, superficial e inmediatista que lleva a que las personas quieran consumir de manera desmedida, llegando al punto de la obsesión por la imagen, a la no existencia de esfuerzos y a la baja tolerancia a la frustración, lo que lleva a que se normalice este tipo de conductas (klimenko et al., 2012).

La universidad de Maryland hizo un estudio en el cual se buscaba identificar si las redes sociales pueden crear adicciones y lo que se encontró es que los jóvenes sienten abstinencia al momento de separarse de las redes sociales o del internet (López et al., 2023). Adictos conductuales es la forma en cómo, en el 2014, Cía nombró a las personas que presentan una adicción que no está relacionada a sustancias, por lo que se busca clasificar en este término la adicción al internet, a las redes sociales y a otros factores como las apuestas o los videojuegos (Quintero & Lesmes, 2022).

Todo lo anterior muestra como hay una percepción contraria de las redes sociales, en donde se cree que pueden ser un medio para la socialización, para buscar tranquilidad mental, para el aumento del autoestima, para expresar emociones, pero al mismo tiempo puede ocasionar todo lo contrario y hacer que los usuarios se aíslan de las personas, tengan una baja en su autoestima, se sientan incomprendidos por lo que se le dificulte la expresión de emociones y demuestre que no se tienen las suficientes herramientas sociales para relacionarse, creando una división marcada entre el mundo real y la virtualidad (Cauqui, 2019).

Y es así como otros autores han pensado la posibilidad de que la adicción a los *Smartphone* se pueda dar, pero aún se ve como un uso desadaptativo y no propiamente como una adicción (López et al., 2023). Quizás, a causa de estos pensamientos que van en contra el uno del otro, es que no se aceptó la adicción a las redes sociales como parte del DSM- 5, ya que no se logró llegar a un consenso entre los expertos; y las investigaciones y las teorías que salen de las mismas, se contradicen entre ellas.

Gracias a todas las razones por las cuales se considera el uso de las redes sociales como algo negativo, es que se empiezan a generar estrategias, por parte de padres y de la comunidad educativa, que ayuden a mitigar dichas razones (López et al., 2023). A pesar de todo, hay investigaciones que demuestran que las redes sociales generan una percepción de apoyo y calma en las personas, tanto en su familia como en los amigos que agregan o siguen en las diferentes aplicaciones, y del mismo modo, es mayor la percepción que se tiene de acompañamiento que las vivencias de soledad (Cauqui, 2019). A pesar de que Cauqui (2019) reúne algunos de los aspectos negativos que observan los adolescentes del uso de las redes sociales, como el poder conocer y socializar con las personas, no puede dejar de lado los aspectos negativos a los que ellos mismos se enfrentan día a día, como el hecho de generar una adicción a las redes o enfrentarse a la crítica de los demás usuarios.

Para concluir, dentro de los efectos generados por el uso de las redes sociales, se ha evidenciado que puede afectar diversos aspectos de las personas: a nivel fisiológico hay una producción constante de dopamina; a nivel social las interacciones con los demás se centran en la virtualidad lo que ocasiona que los adolescentes tengan pocas herramientas sociales, dificultad al momento de expresar emociones, o enfrentarse a *cyberbullying*; a nivel psicológico se puede generar depresión, ansiedad, trastorno de alimentación, insomnio, entre otros.

## Referencias

- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Los Condes*, 26(1), 07–13.
- Arango, G., Bringué, X., & Sádaba, C. (2010). La generación interactiva en Colombia: adolescentes frente a la Internet, el celular y los videojuegos. *Anagramas*, 9(17), 45-56.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277–286.
- Castro, A., & de la Villa Moral, M. (2017). Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: análisis bibliográfico. *Salud y Drogas*, 17(1), 73-85. <http://bit.ly/3ZFWfIL>
- Catri, F. (2015). Las redes sociales e Internet y su influencia en la identidad en adolescentes. 2022, octubre 15. *AMEPSA*. <http://bit.ly/3ILv16b>
- Cauqui, T. (2019). Hiper (des) conectados: el papel de las redes sociales en la soledad adolescente [Tesis]. Universidad Pontificia Icaí Icade Comillas.
- Celis Bueno, C. (2020). La economía de la atención: del ciber-tiempo al tiempo cinematográfico. *Revista Hipertextos*, 8(14), 59-71.
- Condori, M. (2022). El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia. *ACADEMO*, 9(1), 85-92
- Davenport, T. & Beck, J. (2002). *La economía de la atención: El nuevo valor de los negocios*. Paidós empresa.
- Del Barrio Fernández, N., & Ruiz Fernández, I. (2016). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 571-576. <https://doi.org/jf8m>
- Echeburúa, E., & Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: Un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91–95.
- Goldhaber, Michael H. (1997). “The attention economy and the net”. *First Monday*, 2(4). <https://doi.org/jzjd>
- Franck, G. (2002). The scientific economy of attention: A novel approach to the collective rationality of science. *Scientometrics*, 55(1), 3-26. <https://doi.org/cm8w8f>
- Franck, G. (2019a). The economy of attention. *Journal of sociology*, 55(1), 8-19. <https://doi.org/gfpb3w>

- Forigua, J. (2018). *Atención, sensación y percepción*. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*, 12. 113-121. <https://bit.ly/3EUOO2a>
- Giraldo, S., & Fernández, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *El profesional de la información*, 29(5). 1-15. <https://doi.org/gj8c7b>
- Gonzalez, C., & Basaldúa, M. (2007). La formación de redes sociales en el estudio de actores y familias. Perspectiva de estudio en historia y antropología. *Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 12, 1-27.
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91, 121-128.
- Iles, M. (2019). Análisis de riesgo por el uso de la red social Facebook en la población juvenil colombiana [Monografía]. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Klimenko, O., Cataño Restrepo, Y. A., Otalvaro, I., & Úsuga Echeverri, S. J. (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente*, 24(46). <https://doi.org/jzjf>
- López, M., Tapia, A. y Ruiz, C. (2023). Patologías y dependencias que provocan las Redes Sociales en los jóvenes nativos digitales. *Revista de Comunicación y Salud*, 13. 1-22. <https://doi.org/jzjg>
- López, P. (2018). El sistema cerebral de recompensa, del aprendizaje a la adicción. *Boletín de la Real Academia de Córdoba de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes*, 97(167). 465-478. <https://bit.ly/3JaLG4s>
- Luengo, A. (2002). Adicción a internet: Conceptualización y propuesta de intervención. *Revista Profesional Española de Terapia Cognitivo-Conductual*, 2. 22-52.
- Martin, A. (2020). La brecha digital generacional. *Temas Laborales*, 151. 77-92.
- Mora, A. (2020). Abuso de internet y factores psicológicos relacionados [Trabajo de Fin de Grado]. Universidad de Cádiz.
- Observatorio nacional de las telecomunicaciones de las SI [ONTSI]. (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. 2022, de ONTSI. Sitio web: <https://bit.ly/3IQWnb2>



- Ochoa, F., & Barragán, M. (2022). El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 9(1). 85-92. <https://doi.org/jzjh>
- Organización Mundial de la Salud (2021, 3 mayo). Información básica sobre la COVID-19. Recuperado 29 de agosto de 2022 de <https://bit.ly/3SLIUpy>
- Orlowski, J. (director). (2020). El dilema de las redes sociales [Película documental; streamer]. Netflix originals.
- Pérez, M., Fernandez, M. y López, F. (2014). El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario. *EduPsykhé*, 13. 93-118.
- Quintero, J. C., & Lesmes, A. (2021). ¿Por qué el ser humano es adicto a las redes sociales?. *Convicciones*, 8, (15). 6-9.
- Roda, Claudia (2019). A roadmap of studies in attention and digital technology. In: Doyle, Waddick; Roda, Claudia. *Communication in the era of attention scarcity*. Cham: Palgrave Macmillan. 7-20. <https://doi.org/jzjj>
- Rodríguez Puentes, A. P., & Fernández Parra, A. (2014). Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. *Acta Colombiana de Psicología*, 17(1). 131-140. <https://doi.org/hhqw>
- Romero, J. M., & Aznar, I. (2019). Análisis de la adicción al smartphone en estudiantes universitarios. *Revista de Educación a Distancia*, 19(60). 1-12. <https://doi.org/gkgjm7>
- Ros- Martín, M. (2009) Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información*, 18(5). 552-557.
- Rubel, A. (2016). *The Black Box Society: The Secret Algorithms that Control Money and Information*, by Frank Pasquale. Cambridge: Harvard University Press. *Business Ethics Quarterly*, 26(4). 568-571. <https://doi.org/jzjm>
- Semana. (2021). Acceso a internet en Colombia se aceleró durante la pandemia. MINTIC Colombia. *En Semana*. <https://bit.ly/3mqQLNm>
- Sierra del Valle, M. (2011). Las redes sociales, sus riesgos y la manera de protegerse. en el habeas data en las redes sociales. *Estudios Jurídicos de la Facultad de Derecho de la Universidad CES: Universidad CES*.

- Simón, H (1971). Diseñando organizaciones para un mundo rico en información. En M. Greenberger (Ed.), *Computadoras, comunicaciones y el interés público. Baltimore: Prensa de Johns Hopkins*. 38–52.
- Trigo, V. (2004). Historia y evolución de internet. *Autores Científico-Técnicos y Académicos*, 33. 22-32.
- Ulloa, k, & Mendoza, E. (2011). Una perspectiva antropológica sobre el concepto de Redes Sociales. *Estudios 21*. 67-85.
- Vázquez, E., & Calvo, E. (2014). Adolescentes y cibermedios. Una didáctica basada en aplicaciones periódicas para Smartphone. *Estudios Pedagógicos*, 41(2). 255-270.