

FACULTAD DE CIENCIAS DE
LA SALUD

Carrera de Psicología

**“ALEXITIMIA Y ADICCIÓN A LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS EN CREADORES DE CONTENIDO
HISPANOHABLANTES, 2024”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autores:

Elsa Andrea Chui Villalobos

Shirley Rocio Ortiz Hurtado

Asesor:

Mg. Raul Injante Mendoza

Código ORCID: 0000-0002-3873-2675

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Carlos Esteban Borrego Rosas
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Carlos Fernando García Godos Salazar
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	Raul Injante Mendoza
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.




Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Small Matches (less than 12 words)

Exclusions

- ▶ 2 Excluded Matches

Top Sources

- 13%  Internet sources
- 1%  Publications
- 11%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestros padres,
quienes han sido constante apoyo y
motivación a lo largo de nuestra formación
académica; y a nuestros maestros y mentores,
quienes nos inspiraron y nos enseñaron el
valor de la calidad humana en esta noble
profesión.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios, por brindarnos la fuerza
y la perseverancia para completar este
proyecto; a nuestros docentes y asesores, que
nos orientaron a lo largo de este proceso; y a
nuestras familias, amigos y parejas, cuyo
soporte ha sido el ancla que nos ha mantenido
firmes en este camino.

Tabla de contenidos

Informe de Similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Índice de tablas	7
Resumen.....	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	23
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	35
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS	53

Índice de tablas

Tabla 1. Correlación entre Alexitimia y adicción a las nuevas tecnologías	31
Tabla 2. Correlación Rho de Spearman entre Identificación de sentimientos y adicción a las nuevas tecnologías	32
Tabla 3. Correlación Rho de Spearman entre Descripción de sentimientos y adicción a las nuevas tecnologías	33
Tabla 4. Correlación Rho de Spearman entre Patrón de pensamiento orientado a lo externo y adicción a las nuevas tecnologías	34
Tabla 5. Características sociodemográficas de los participantes	56
Tabla 6. Principales características sobre la creación de contenido en los participantes	57
Tabla 7. Medidas de resumen de los puntajes directos de las variables y dimensiones	58
Tabla 8. Prueba de normalidad K-S los grupos de datos por variables y dimensiones	59
Tabla 9. Nivel de fiabilidad de las variables y sus dimensiones.....	59

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue analizar la correlación entre la alexitimia y la adicción a las nuevas tecnologías en creadores de contenido digital. Se desarrolló un estudio de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal y alcance correlacional. La muestra estuvo compuesta por 220 creadores de contenido hispanohablantes de diversos países de América Latina, quienes generaban publicaciones en plataformas como Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, X (anteriormente Twitter), Tumblr, Pinterest, Reddit y Twitch. Para la recolección de datos se utilizó un formulario que incluyó preguntas sobre las características de la actividad digital, así como dos instrumentos validados: la Escala de Adicción a las Redes Sociales y la Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20). Los resultados evidenciaron una correlación significativa, positiva de magnitud media entre la alexitimia y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .406^{**}$, $p < .001$). Se concluye que los individuos con mayores niveles de alexitimia presentan una tendencia más marcada a desarrollar conductas adictivas hacia las nuevas tecnologías, lo cual confirma que las limitaciones en el manejo emocional pueden predisponer al uso excesivo y desadaptativo de estos recursos digitales.

Palabras Claves: Adicción a las nuevas tecnologías, Alexitimia, Creadores de contenido, Redes sociales.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Durante los últimos años, se documentó en la literatura científica internacional una asociación cada vez más pronunciada entre la alexitimia y el uso disfuncional de tecnologías digitales, particularmente en poblaciones jóvenes y en sujetos dedicados a la creación de contenido en entornos virtuales, esta problemática adquirió creciente notoriedad en virtud del incremento sostenido en los niveles de exposición a plataformas digitales, contexto en el cual las dificultades para identificar, comprender y regular las propias emociones han demostrado potenciar la manifestación de comportamientos adictivos vinculados a dichas tecnologías (Suciaty et al., 2024).

En el contexto europeo, Novak et al. (2023) encontraron que el 41 % de jóvenes de entre 18 y 25 años de República Checa y Eslovaquia con alta alexitimia presentaban una disminución en la empatía cognitiva y afectiva, además de un uso excesivo de redes sociales. De igual forma, en Reino Unido y Alemania, el 28 % de los jóvenes con alexitimia usaba redes sociales por más de 10 horas diarias, generando desregulación emocional, alteraciones del sueño y bajo rendimiento, siendo los creadores de contenido particularmente vulnerables por la presión y exposición constante (Kolas & von Mühlénen, 2024). Mientras que, en países como Estados Unidos y Canadá, el 34 % de los jóvenes adultos con esta condición mostró un uso compulsivo de dichas plataformas, motivado por la búsqueda de validación externa y dificultades para establecer vínculos fuera del entorno digital, lo que afectó su bienestar emocional y social (Martingano et al., 2022).

Desde 2020, más de 165 millones de personas se sumaron a la creación de contenido digital, actividad que muchos priorizan sobre su bienestar. El 75,5 % reporta estrés o ansiedad

y el 63 % carece de un plan alternativo, lo que refleja una alta dependencia del entorno digital (Chan & Kyle, 2025). Además, Kwon et al. (2020) identificaron que más del 50 % de los creadores de contenido dedica al menos la mitad de su jornada laboral a las redes sociales, lo que genera fatiga digital vinculada a la atención constante, la presión de comprender los algoritmos y la ausencia de apoyo institucional. Asimismo, Yang y Crespi (2025), en una revisión sistemática realizada sobre 113 estudios internacionales, concluyeron que el uso intensivo de redes sociales en personas con alexitimia se encuentra vinculado a un incremento del 45 % en conductas de tipo compulsivo y síntomas compatibles con trastornos del “cerebro social”, tales como el deterioro de la teoría de la mente y la reducción de la empatía interpersonal.

A nivel latinoamericano, diversos estudios han evidenciado una asociación entre la alexitimia y el uso disfuncional de tecnologías digitales. De Lima et al. (2022) encontraron que el 38 % de hombres brasileños con altos niveles de alexitimia y socialización basada en estereotipos de masculinidad rígida utilizaban de manera intensiva aplicaciones digitales con fines afectivo-sexuales, presentando conductas compulsivas y escasa introspección emocional. De forma similar, Larrea et al. (2023) reportaron que el 29,1 % de estudiantes universitarios en Cuenca, Ecuador, exhibía niveles elevados de alexitimia, siendo este grupo más proclive para emplear redes sociales como vía de evasión emocional. Complementariamente, Becerra et al. (2021), en una muestra hispanohablante, identificaron que aproximadamente un 33 % de los participantes presentaba perfiles emocionales desregulados, significativamente vinculados al uso problemático de tecnologías digitales.

Por otro lado, en países asiáticos, Husnain y Fatima (2025) identificaron que el 47 % de los jóvenes usuarios intensivos de Instagram, reportaron afectaciones significativas en su salud mental, tales como ansiedad, insomnio y dificultades para la autorregulación emocional;

estos efectos fueron particularmente notorios en aquellos participantes que presentaban características compatibles con la alexitimia, quienes además manifestaban una mayor tendencia a las comparaciones sociales y a la búsqueda compulsiva de validación externa. En este sentido, Gori y Topino (2024) advirtieron que la alexitimia actúa como un factor predisponente en el desarrollo de conductas adictivas hacia las redes sociales, dado que las personas con limitaciones para identificar y expresar sus emociones tienden a buscar en el entorno digital una vía de escape emocional, reforzando ciclos de evitación afectiva y dependencia tecnológica. Estos resultados coincidieron con los reportes de Mundel, Yang y Wan (2022), quienes destacaron que el marketing de influencers exagera el malestar psicológico, al incentivar estándares de éxito y bienestar inalcanzables, contribuyendo así al fortalecimiento de la adicción digital, particularmente en usuarios con rasgos alexitímicos.

En el contexto peruano, Londono et al. (2025) evidenciaron que una proporción significativa de menores peruanos estuvo expuesta de forma reiterada a contenido de belleza y maquillaje en redes como YouTube, Instagram y TikTok, lo cual desencadenó distorsiones en la autoimagen corporal, ansiedad anticipatoria y comportamientos de evitación social. Estos efectos fueron más notorios en aquellos casos donde se observaban limitaciones en la identificación y expresión emocional, rasgos característicos de la alexitimia. Asimismo, Syrovátková y Pavlíček (2018), al analizar el comportamiento de influencers peruanos, concluyeron que el ecosistema digital nacional estaba marcado por una elevada presión de visibilidad, exposición constante y sobrecarga de estímulos sociales, factores que, al interactuar con déficits en la regulación emocional, podrían favorecer el desarrollo de conductas compulsivas y dependencia tecnológica funcional.

En relación con los antecedentes internacionales, en China, el estudio realizado por Yang et al. (2024) investigó la relación entre la alexitimia y la adicción a los teléfonos

inteligentes en una muestra compuesta por 1617 participantes, entre ellos 510 niños y 1107 adultos, encontrándose correlaciones positivas y significativas tanto entre las puntuaciones totales de ambas variables como entre cada una de sus dimensiones. En específico, se observó una correlación significativa entre las puntuaciones totales de alexitimia y adicción al smartphone ($r = .552, p < .001$). Asimismo, las dimensiones de la alexitimia mostraron asociaciones significativas: la dificultad para identificar sentimientos ($r = .509, p < .001$), la dificultad para describir sentimientos ($r = .482, p < .001$) y el pensamiento orientado externamente ($r = .428, p < .001$), sugiriendo que la alexitimia desempeña un papel relevante en la tendencia a desarrollar una adicción o dependencia del uso del teléfono inteligente.

En Turquía, la investigación realizada por Genc & Yigibas (2022) examinó la relación entre la nomofobia y la alexitimia en 530 estudiantes de enfermería y obstetricia, utilizando la Escala de Nomofobia y la TAS-20, los resultados señalaron correlaciones positivas entre la nomofobia y la puntuación total de alexitimia ($r = .321, p = .001$), así como con cada una de sus dimensiones: dificultad para identificar sentimientos ($r = .334, p = .001$), dificultad para expresar sentimientos ($r = .256, p = .001$) y pensamiento orientado al exterior ($r = .174, p = .001$). Estos hallazgos sugieren que quienes presentan mayores dificultades emocionales pueden experimentar niveles más altos de dependencia psicológica hacia los dispositivos móviles.

También en Turquía, el estudio hecho por Yavaş & Karasu (2023), investigó la relación entre los niveles de adicción a las redes sociales y la alexitimia en 520 jóvenes, reportándose una correlación moderada entre ambas variables ($r = .463, p < .001$), así como asociaciones significativas entre las dimensiones de alexitimia y la adicción a redes sociales: dificultad para identificar sentimientos ($r = .462, p < .001$), dificultad para describir sentimientos ($r = .439, p < .001$) y pensamiento orientado al exterior ($r = .362, p < .001$). Estos resultados sugieren que

las dificultades para reconocer y expresar emociones pueden contribuir al desarrollo de comportamientos adictivos frente a las plataformas digitales.

En Italia, Gori y Topino (2023) investigaron la relación entre la alexitimia y la adicción a redes sociales en una muestra de 437 usuarios, considerando también variables como la preocupación por la imagen corporal y la autoestima, mientras controlaban la edad y el género. De este modo, se identificó una correlación positiva entre la alexitimia y la adicción a redes sociales ($r = .348$, $p < .01$), con una mediación total de la preocupación por la imagen corporal y un efecto moderador significativo de la autoestima. Estos hallazgos evidencian la influencia de factores emocionales y autoevaluativos en el vínculo entre alexitimia y conductas adictivas digitales.

Por otro lado, con relación a los antecedentes nacionales, Sevilla (2021) tuvo como objetivo investigar la relación entre la adicción al Internet y la alexitimia en una muestra de 190 universitarios, bajo un enfoque cuantitativo, no experimental y transversal, utilizando como instrumentos el TAS- 20 y la escala ARS. Los resultados revelaron que, existe asociación significativa entre ambas variables en esta población ($p < .01$).

En relación con las precisiones conceptuales de la variable adicción a las nuevas tecnologías ha sido delimitada como una disfunción conductual caracterizada por el uso excesivo e incontrolado de dispositivos digitales, prolongados periodos de conexión y desatención de responsabilidades académicas, laborales y sociales (Young, 1999). Esta problemática puede presentarse en formas como la dependencia a smartphones, redes sociales y videojuegos, con consecuencias significativas para la salud mental, incluyendo ansiedad, aislamiento social y deterioro de las relaciones interpersonales (Vidal, 2020). Del mismo modo, el uso compulsivo de herramientas tecnológicas se manifiesta mediante la imposibilidad

persistente de desconectarse de los dispositivos, la urgencia de mantenerlos accesibles incluso durante los períodos de reposo, la negación de indicadores de sobreuso, la subestimación de los efectos perjudiciales y la adopción de actitudes defensivas o reactivas frente a intentos de establecer límites conductuales (Quevedo & Romero, 2021).

Una de las expresiones más recurrentes dentro del espectro de las adicciones tecnológicas es la dependencia patológica al uso de Internet, concepto introducido inicialmente por el psiquiatra Goldberg (1995). Este autor describió dicha conducta como un patrón reiterativo de comportamientos compulsivos y disfuncionales asociados al empleo excesivo, inapropiado y desregulado de esta herramienta digital (Salas, 2014). Posteriormente, la investigadora Young (2005), considerada una figura pionera en el abordaje de las adicciones tecnológicas, formuló la hipótesis de que esta problemática podría ser comprendida como una alteración del control de los impulsos, dado que implica una notoria dificultad para modular tanto la duración como la frecuencia del uso (Fandiño, 2015).

Otra de las manifestaciones prevalentes dentro del espectro de las adicciones comportamentales mediadas por tecnologías digitales es la dependencia a las redes sociales, la cual ha sido conceptualizada como una subcategoría específica de la adicción a Internet, esta se distingue por un patrón de uso reiterativo, intensivo y compulsivo de dichas plataformas, lo que compromete la capacidad del individuo para ejercer un control voluntario sobre su frecuencia o duración, dificultando su interrupción aun cuando existen consecuencias adversas (Vargas et al., 2021). En esta línea, Escurra y Salas (2014) definieron esta conducta como una configuración conductual disfuncional, caracterizada por una utilización excesiva, persistente y carente de autorregulación de las redes sociales, que interfiere significativamente en el desenvolvimiento cotidiano de la persona, produciendo afectaciones notorias en el rendimiento académico, las relaciones interpersonales y el equilibrio emocional.

En esta línea, Griffiths (2005) propuso el Modelo Biopsicosocial de la adicción conductual, el cual establece paralelismos entre los comportamientos de individuos con dependencia a sustancias psicoactivas y aquellos involucrados en el uso excesivo de las nuevas tecnologías, el autor sostiene que ambas formas de adicción presentan manifestaciones sintomáticas similares, estructuradas en torno a seis componentes fundamentales: preeminencia, alteración del estado de ánimo, tolerancia, síndrome de abstinencia, conflicto y recaída.

La preeminencia se refiere al predominio de la conducta adictiva en la vida del individuo, llegando a dominar sus pensamientos, emociones y acciones; la alteración del estado de ánimo alude a los cambios emocionales inducidos por la realización de la conducta, ya sea como mecanismo de placer o evasión; la tolerancia implica la necesidad progresiva de intensificar la actividad para alcanzar los mismos niveles de gratificación; el síndrome de abstinencia describe el malestar psicológico o físico que emerge cuando la conducta es interrumpida; el conflicto hace referencia a los problemas interpersonales, laborales o académicos derivados de la conducta problemática; finalmente, la recaída se manifiesta como el retorno a patrones adictivos, incluso con mayor intensidad, luego de periodos de abstinencia o intento de control (Griffiths, 2005).

Por su parte, Davis (2001) propuso un modelo explicativo de corte cognitivo-conductual que interpretó el uso disfuncional de Internet como una manifestación resultante de procesos de condicionamiento operante, de acuerdo con esta formulación teórica, la interacción inicial con entornos digitales generaba una respuesta placentera, la cual operaba como reforzador positivo que incrementaba la probabilidad de recurrencia del comportamiento, promoviendo su reiteración con la finalidad de reproducir la experiencia gratificante, a medida

que este patrón conductual se repetía, la conducta adquiriría un carácter progresivamente compulsivo, configurándose como una forma de dependencia de tipo comportamental.

Asimismo, el modelo postuló que ciertos estímulos vinculados a las primeras experiencias reforzantes adquirirían funcionalidad como reforzadores secundarios, actuando como señales discriminativas que desencadenaban y sostenían el uso excesivo de plataformas digitales. Tales estímulos situacionales, al establecer asociaciones contingentes con la gratificación previa, contribuían al afianzamiento del hábito y a su consolidación en el repertorio conductual del individuo, facilitando así su persistencia a lo largo del tiempo (Davis, 2001).

De acuerdo con la propuesta teórica desarrollada por Ecurra y Salas (2014), la adicción a las redes sociales se divide en tres dimensiones. En primer lugar, la dimensión obsesiva aludió a la presencia persistente de cogniciones intrusivas vinculadas a la actividad en plataformas virtuales, las cuales se activaban incluso en ausencia de conexión, generando una compulsiva necesidad de monitorear los acontecimientos en el entorno digital. En segundo término, la falta de control se manifestó como una incapacidad sistemática para regular de manera voluntaria la frecuencia y duración del uso, aun cuando existían esfuerzos conscientes orientados a restringir dicha conducta, lo cual evidenció un deterioro en los procesos autorregulatorios. Finalmente, el uso desmedido se tradujo en una inversión temporal notoriamente desproporcionada en estas interfaces, comprometiendo el cumplimiento de obligaciones académicas, laborales o interpersonales, y provocando una afectación tangible en la funcionalidad cotidiana del sujeto (Ecurra & Salas, 2014).

En lo que concierne a la delimitación conceptual del constructo alexitimia, este ha sido descrito como una entidad de naturaleza multifactorial, caracterizada principalmente por la

imposibilidad para discriminar con precisión los propios estados afectivos y por la incapacidad para verbalizar de manera adecuada las vivencias emocionales (Bagby et al., 1997). Desde un encuadre psicopatológico, la alexitimia ha sido entendida como una alteración profunda en los mecanismos de autorregulación afectiva, que compromete de forma significativa el procesamiento emocional en sus dimensiones experiencial y expresiva, lo cual ha sido documentado especialmente en pacientes con afecciones médicas o trastornos psiquiátricos (Taylor et al., 1999). En la misma línea, Arancibia y Behar (2015) señalaron que este fenómeno constituye un déficit en la conciencia emocional que dificulta la simbolización subjetiva de las emociones, interfiriendo en la capacidad del individuo para reconocer, integrar y atribuir significado a sus vivencias afectivas.

La alexitimia ha sido conceptualizada como una entidad psicológica compleja, caracterizada por una notoria dificultad para discriminar e identificar con claridad los propios estados afectivos, así como por una marcada limitación en la verbalización de dichos contenidos emocionales; este constructo, adicionalmente, se ha vinculado con un estilo cognitivo predominantemente concreto, lógico y dirigido hacia los aspectos observables del entorno, lo cual excluye sistemáticamente la introspección y la reflexión sobre la vida emocional interna (Bagby et al., 1997).

Desde una óptica psicopatológica, se ha interpretado como una alteración en los mecanismos de autorregulación afectiva, que compromete la capacidad del sujeto para reconocer, procesar y simbolizar adecuadamente sus vivencias emocionales; esta disfunción repercute de manera directa en el equilibrio psicológico y en la calidad de las interacciones interpersonales, dada la interferencia que produce en la elaboración emocional profunda (Taylor et al., 1999).

En esta perspectiva, diversos planteamientos teóricos han sugerido que la alexitimia podría operar como una modalidad de defensa psíquica o como una pauta de afrontamiento de carácter desadaptativo ante experiencias afectivamente intensas, facilitando tanto su instauración como su perpetuación en entornos clínicos de diversa índole. Esta condición, cimentada en un nivel reducido de conciencia emocional y en una configuración cognitiva inflexible, ha sido asociada con una mayor susceptibilidad al desarrollo de trastornos de naturaleza psicopatológica y somática (Páez et al., 1999).

Asimismo, hallazgos derivados de estudios transculturales han respaldado la noción de que la alexitimia no constituye únicamente un fenómeno clínicamente significativo, sino que además presenta una expresión universal, cuya comprensión resulta crucial para el análisis de procesos psicológicos como los episodios depresivos, la inhibición afectiva en las relaciones interpersonales y las deficiencias en la modulación emocional (Páez et al., 1999).

Bagby et al. (1994) formularon un modelo explicativo de la alexitimia basado en una estructura tridimensional, la cual permite descomponer analíticamente las principales disfunciones vinculadas al procesamiento afectivo. La primera dimensión se vinculó con la incapacidad para identificar los propios estados emocionales, lo que reflejó una deficiente conciencia afectiva y una marcada dificultad para acceder introspectivamente a la vivencia subjetiva. En segundo término, se contempló la limitación para verbalizar las emociones, entendida como una reducción significativa en la habilidad lingüística para traducir los estados afectivos en expresiones simbólicas coherentes.

La tercera dimensión, por su parte, hizo referencia a un estilo de pensamiento orientado hacia lo externo, caracterizado por una focalización atencional en elementos objetivos y tangibles del entorno, en detrimento de los contenidos internos, lo que reveló una pobre

articulación entre la experiencia emocional y los procesos de elaboración reflexiva. En su conjunto, estas dimensiones definieron la alexitimia como una alteración estructural del procesamiento emocional, que compromete la identificación, la simbolización verbal y la regulación de los afectos (Taylor et al., 1999).

La presente indagación halló sustento en el plano teórico al proponerse intervenir una vacancia sustancial identificada en el corpus bibliográfico especializado, específicamente en lo que respecta al papel que desempeñó la alexitimia en la etiopatogenia y perpetuación de patrones adictivos vinculados al uso disfuncional de tecnologías digitales, particularmente en individuos dedicados a la creación sistemática de contenido en plataformas virtuales. En este marco, la investigación se justifica por las características particulares de la actividad que desempeñan estos sujetos, quienes enfrentan elevados niveles de exposición pública, presión constante por generar rendimiento en plataformas tecnológicas y una interacción intensiva con entornos digitales. Abordar este vacío teórico no solo permitirá profundizar en la comprensión de la interacción entre procesos emocionales y conductas tecnológicas, sino que también contribuirá al desarrollo de modelos explicativos y predictivos que identifiquen patrones comportamentales asociados a la alexitimia. Asimismo, permitirá establecer indicadores tempranos de riesgo y diseñar estrategias preventivas orientadas a mitigar la vulnerabilidad frente a las adicciones tecnológicas en este grupo específico.

Desde una perspectiva práctica, este estudio adquiere relevancia por centrarse en una población emergente y poco abordada en investigaciones previas: los creadores de contenido hispanohablantes. Estas personas, altamente expuestas a la interacción digital continua, enfrentan demandas específicas que pueden generar tensiones emocionales y patrones de conducta desadaptativos, como el uso compulsivo de redes sociales. Al identificar la existencia de una relación significativa entre la alexitimia y la adicción a estas plataformas, la

investigación provee fundamentos para el diseño de intervenciones preventivas o psicoeducativas orientadas a esta población. Asimismo, los resultados pueden guiar a los profesionales de la salud mental en la detección temprana de riesgos psicológicos asociados al estilo de vida digital, así como en el desarrollo de estrategias terapéuticas basadas en el fortalecimiento de la conciencia emocional y las habilidades de autorregulación afectiva.

A nivel social, la pertinencia del estudio radica en su contribución a la comprensión de los efectos psicológicos derivados del creciente fenómeno de la exposición constante a las redes sociales en contextos hispanohablantes, donde la creación de contenido se ha convertido en una actividad influyente, especialmente entre los jóvenes. Dado que esta población opera como generadora de tendencias, su bienestar psicológico tiene un impacto directo en la calidad del contenido que difunden y, por ende, en las percepciones y conductas de sus audiencias. El estudio, al visibilizar la relación entre alexitimia y conductas adictivas digitales, promueve una reflexión crítica sobre los riesgos emocionales del uso intensivo de estas plataformas, incentivando el debate público en torno a la salud mental en entornos digitales y motivando a las instituciones a generar políticas de acompañamiento psicológico que garanticen un desarrollo digital más saludable y sostenible para este colectivo.

1.2 Formulación del problema

Por tanto, esta investigación se orienta a responder la siguiente interrogante general: ¿Cuál es la relación entre alexitimia y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024? De igual modo, se busca dar respuesta a las siguientes preguntas secundarias: En primer lugar, ¿cuál es la relación entre dificultad para identificar sentimientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024? En segundo lugar, ¿cuál es la relación entre dificultad para describir sentimientos y

pensamientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024? Por último, ¿cuál es la relación entre tendencia a centrarse en los aspectos externos de los estímulos emocionales y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024?

1.3 Objetivos

El objetivo general de la presente investigación es determinar la relación entre alexitimia y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. En primer lugar, se propone identificar la relación entre dificultad para identificar sentimientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Asimismo, se busca identificar la relación entre dificultad para describir sentimientos y pensamientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Finalmente, se pretende identificar la relación entre tendencia a centrarse en los aspectos externos de los estímulos emocionales y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024.

1.4 Hipótesis

La hipótesis general plantea que existe una relación significativa entre la alexitimia y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. En primer lugar, se plantea como hipótesis específica que existe una relación significativa entre la dificultad para identificar sentimientos y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Asimismo, se establece que existe una relación significativa entre la dificultad para describir sentimientos y pensamientos y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Finalmente, se plantea que existe una relación significativa entre la tendencia a centrarse en los aspectos

externos de los estímulos emocionales y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores
de contenido hispanohablantes, 2024.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación se enmarcó en el enfoque cuantitativo, al sustentarse en la recopilación de datos de naturaleza numérica y su análisis estadístico subsiguiente, lo cual permitió una evaluación objetiva de la relación entre las variables consideradas (Ñaupas et al., 2018; Rebollo & Ábalos, 2022). En lo que respecta al diseño metodológico, se empleó un enfoque no experimental, ya que las variables no fueron manipuladas intencionalmente, sino que se examinaron tal como se presentaban en su entorno habitual. Conforme a lo señalado por Losada y Marmo (2022), esta clase de diseño resulta pertinente cuando se pretende identificar asociaciones sin incurrir en alteraciones inducidas por el investigador. Del mismo modo, el estudio se caracterizó por tener un corte transversal, dado que la recolección de la información se efectuó en un único punto temporal, permitiendo así el análisis simultáneo de los constructos en cuestión. Según lo indicado por Rebollo y Ábalos (2022), los estudios de esta naturaleza facilitan la descripción de relaciones específicas, sin contemplar su desarrollo o transformación a lo largo del tiempo. Por último, el alcance adoptado fue correlacional, en la medida que se procuró establecer el grado de asociación entre las variables implicadas, sin que ello implicara la inferencia de relaciones causales directas (Losada & Marmo, 2022).

En el contexto de la presente indagación, la población fue definida siguiendo los planteamientos metodológicos de Rebollo y Ábalos (2022), quienes la describieron como el total de unidades de análisis que compartían atributos particulares, considerados relevantes en función del objeto de estudio. En este sentido, la población de estudio estuvo constituida por creadores de contenido activos en diversas redes sociales, tales como Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, X, Pinterest, Reddit y Twitch, dentro del contexto latinoamericano.

Conforme a lo señalado por Ñaupas et al. (2018), la muestra fue comprendida como una porción representativa de la población, cuya elección respondió al propósito de examinar

determinados atributos, conductas o fenómenos que se manifestaban en el colectivo de interés. La muestra del estudio estuvo compuesta por 220 participantes, en su mayoría mujeres (72.7%), siendo los varones el 27.3%. Predominó la población joven entre 18 y 30 años (85.5%), con baja representación de adultos mayores. En cuanto a la residencia, el 87.73% eran peruanos, mientras que el resto procedía principalmente de Argentina, Colombia, México y otros países con menor frecuencia. Respecto al nivel educativo, el 46.8% tenía estudios universitarios incompletos, seguido por educación básica completa (16.8%) y licenciatura (10.9%). La mayoría generaba contenido en Instagram (70.9%), seguido de TikTok (47.3%) y Facebook (30%), siendo menos frecuentes plataformas como Pinterest, Reddit, YouTube, X y Twitch. El contenido era mayormente visual, con énfasis en fotografías (65%) y videos (59.5%). Solo el 8.2% obtenía ingresos por esta actividad. Los temas más comunes eran humor, estilo de vida, viajes y belleza, lo que refleja un perfil orientado al entretenimiento y la autoexpresión.

En lo referente al proceso de muestreo, se optó por un diseño no probabilístico de tipo intencional por conveniencia, seleccionándose a los participantes en función de su adecuación a las características definidas para la unidad de estudio y su disposición voluntaria para colaborar en el desarrollo de la investigación. Esta estrategia permitió conformar un grupo de estudio alineado con los objetivos planteados, priorizando criterios de accesibilidad y relevancia contextual. En este sentido, Ñaupas et al. (2018) señalaron que el muestreo no probabilístico se caracteriza por la selección deliberada de unidades muestrales, basada en atributos específicos considerados pertinentes por el investigador, en lugar de depender del azar como mecanismo de inclusión.

Los criterios de inclusión contemplaron a personas entre 18 y 65 años que se desempeñaran activamente como creadores de contenido en redes sociales, principalmente en

plataformas como Instagram, TikTok o Facebook, con publicaciones frecuentes en formato visual o audiovisual, asimismo, fue requisito indispensable aceptar voluntariamente su participación mediante el consentimiento informado. En cuanto a los criterios de exclusión, se descartaron a quienes no se encontrarán dentro del rango etario establecido, no generaran contenido de manera activa, presentaran respuestas incompletas o inconsistentes, o no brindaran su consentimiento para formar parte del estudio.

En el desarrollo del presente estudio, se recurrió a la técnica de encuesta como mecanismo metodológico para la recolección de información pertinente, implementándose un cuestionario estructurado a través de la plataforma digital Google Forms. Este procedimiento permitió obtener datos cuantitativos alineados con los objetivos específicos del estudio. Tal como indicaron Ñaupas et al. (2018), la encuesta constituye una estrategia sistemática de obtención de datos, orientada a valorar percepciones y actitudes mediante la presentación de ítems redactados en forma de afirmaciones, los cuales son evaluados a través de escalas tipo Likert de cinco puntos, favoreciendo de este modo un análisis estadístico riguroso y objetivo. Asimismo, conforme a lo expuesto por Apumayta et al. (2022), Google Forms, en tanto herramienta integrada al ecosistema de aplicaciones de Google, ofreció una interfaz funcional que facilitó la elaboración, administración y sistematización de las encuestas, permitiendo una recolección de datos ágil y eficiente, adaptada a diversos contextos investigativos.

Se utilizó la Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20), desarrollada por Bagby et al. 1994 en Inglaterra y adaptada al español por Martínez (1996), es un instrumento destinado a evaluar el nivel de alexitimia en población adulta. Está compuesta por 20 ítems distribuidos en tres dimensiones: dificultad para identificar emociones, dificultad para expresar emociones y pensamiento orientado hacia detalles externos. El formato de respuesta es tipo Likert de cinco puntos, que va desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”. Su aplicación

puede realizarse de manera individual o colectiva, con una duración estimada de 10 a 15 minutos.

En el presente trabajo se empleó la versión adaptada del instrumento Toronto Alexithymia Scale-20 (TAS-20) validada por Flores (2020) en una muestra compuesta por 204 adultos residentes en la ciudad de Lima. Esta adaptación reportó propiedades psicométricas satisfactorias tanto en términos de validez como de confiabilidad. En lo que respecta a la validez de contenido, esta fue determinada mediante juicio de expertos, utilizando el coeficiente V de Aiken, el cual arrojó un valor óptimo de 1.0 en cada una de las dimensiones evaluadas, lo que evidenció una elevada coherencia, claridad semántica y relevancia teórica de los ítems.

Respecto a la consistencia interna, el instrumento obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach global de .879 y un coeficiente omega total de 0.881, lo que indicó una fiabilidad robusta. A nivel dimensional, los valores alfa fueron los siguientes: 0.866 para la dimensión dificultad para identificar emociones, .769 para dificultad en la expresión emocional, y .870 para pensamiento orientado hacia detalles externos. De manera complementaria, los coeficientes omegas para estas mismas dimensiones ascendieron a .846, .859 y .949, respectivamente, ratificando la solidez psicométrica del instrumento en contextos aplicados a población adulta de Lima Metropolitana (Flores, 2020).

Para la medición de la variable principal denominada adicción a las nuevas tecnologías, se empleó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), elaborado por Ecurra y Salas (2014) en la ciudad de Lima, Perú. Este instrumento consta de 24 ítems con opciones de respuesta tipo Likert de cinco niveles: “nunca”, “raras veces”, “a veces”, “casi siempre” y “siempre”. Los ítems se distribuyen en tres dimensiones: obsesión por las redes sociales (10 ítems; puntaje de 0 a 40), falta de control personal (8 ítems; puntaje de 0 a 24) y uso excesivo

de redes sociales (6 ítems; puntaje de 0 a 32). En conjunto, el rango total de puntuación que se puede obtener en el cuestionario oscila entre 0 y 96 puntos.

Para la presente investigación se recurrió a la versión adaptada del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) validada por Gamarra (2024), la cual fue aplicada a un conjunto muestral compuesto por 350 jóvenes cuyas edades oscilaban entre los 18 y 26 años. La validez de contenido del instrumento fue determinada mediante la aplicación del índice V de Aiken, arrojando puntuaciones comprendidas entre 0.90 y 1.00 en los criterios de claridad lingüística, congruencia teórica y pertinencia contextual, lo cual evidenció una evaluación favorable por parte de los jueces expertos.

En lo concerniente a la validez de constructo, se efectuó un análisis factorial confirmatorio (AFC), cuyos indicadores de ajuste reportaron valores aceptables: CFI = 0.93, TLI = 0.91, RMSEA = 0.07 y SRMR = 0.07, lo que permitió corroborar empíricamente la estructuración tridimensional teóricamente postulada para la medición del constructo. Asimismo, la consistencia interna fue estimada mediante el coeficiente omega, obteniéndose índices de 0.73 para la dimensión obsesión, 0.68 en falta de control, y 0.75 en uso excesivo, lo cual confirmó la adecuación psicométrica del instrumento para su aplicación en población juvenil limeña (Gamarra, 2024).

En relación con el procedimiento de recolección de datos, se efectuó mediante un enfoque no presencial, empleando la plataforma digital Google Forms como herramienta principal para la aplicación de los instrumentos psicométricos seleccionados. Con el propósito de maximizar el alcance y facilitar el acceso a la muestra objetivo, el enlace del formulario fue difundido a través de redes sociales de amplia penetración entre los creadores de contenido, tales como WhatsApp, Facebook e Instagram. En dichas plataformas se compartió un mensaje introductorio que incluyó una breve descripción del estudio, acompañado de instrucciones

claras y precisas, redactadas en lenguaje accesible, para asegurar una adecuada comprensión de los ítems por parte de los participantes, y fomentar su participación voluntaria y consciente.

Antes de acceder al cuestionario, se presentó a los encuestados un consentimiento informado digital, elaborado conforme a los principios éticos de la investigación científica, en el que se detallaron los objetivos del estudio, la naturaleza voluntaria de la participación, la garantía de confidencialidad de los datos, y la posibilidad de retirarse en cualquier momento sin consecuencias. La aceptación de este consentimiento fue condición indispensable para continuar con el llenado del cuestionario. Cabe señalar que, según Cañete et al. (2012), el consentimiento informado se define como un proceso interactivo en el cual un individuo (o su representante legal) accede voluntariamente y sin coerción a participar en un estudio, después de que se le han expuesto y explicado cuidadosamente los propósitos, riesgos y beneficios de dicho procedimiento.

Durante el proceso de aplicación, se efectuó una supervisión remota periódica para identificar y mitigar posibles incidencias técnicas o inconsistencias en el llenado de los formularios, tales como respuestas incompletas, duplicadas o patrones de respuesta que comprometieran la validez de los datos. Una vez finalizada la etapa de recolección, los datos fueron descargados en una hoja de cálculo de Microsoft Excel, donde se procedió a un proceso riguroso de depuración y validación.

En lo concerniente al procesamiento de los datos, la información recolectada fue inicialmente organizada en una hoja de cálculo mediante el uso del programa Microsoft Excel 2019. En dicha matriz, se sistematizaron tanto los datos sociodemográficos como los ítems filtro y las dimensiones específicas correspondientes a cada una de las variables contempladas en el estudio. Una vez depurada la base de datos, esta fue exportada al software IBM SPSS Statistics, versión 25, a fin de ejecutar los análisis cuantitativos respectivos.

En una segunda etapa, se llevó a cabo un análisis de tipo inferencial que se inició con la aplicación de la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov, cuyo objetivo fue verificar el ajuste de los datos a una distribución normal. Los resultados evidenciaron un comportamiento no paramétrico de las variables, razón por la cual se optó por emplear el coeficiente de correlación Rho de Spearman como estadístico idóneo para evaluar la relación entre las variables en estudio. Para interpretar la magnitud de dicha asociación, se adoptaron los parámetros propuestos por Hernández-Sampieri et al. (2017), quienes establecen rangos que permiten clasificar la fuerza de la correlación en débil, moderada o fuerte, de acuerdo con el valor absoluto del coeficiente obtenido. Finalmente, el análisis correlacional permitió someter a prueba las hipótesis formuladas, empleándose un nivel de significancia estadística de 0.05, en consonancia con los criterios metodológicos comúnmente aceptados en el ámbito de la investigación científica.

En el desarrollo de la presente investigación titulada se dio estricto cumplimiento a los lineamientos éticos establecidos en el Código de Ética para la Investigación Científica en la UPN (UPN, 2024), en concordancia con lo señalado en el Artículo 4, incisos a), b), c), d), e) y f), al respetarse los principios de autonomía, beneficencia, justicia, integridad científica, responsabilidad y normatividad. Se aplicó un proceso de consentimiento informado claro y comprensible para garantizar la participación voluntaria, conforme al Artículo 2, inciso i). Asimismo, se preservó la confidencialidad de los datos personales en todo momento, conforme al Artículo 2, inciso h), y se resguardó la propiedad intelectual y el uso ético de la información, evitando el plagio o uso indebido de fuentes, en concordancia con el Título VI, Artículo 13.

Asimismo, el desarrollo de la presente investigación se fundamentó en los principios éticos consignados en el Código de Núremberg (1947), el cual estableció que toda indagación científica que involucre a seres humanos debía sustentarse en la obtención de un

consentimiento informado, otorgado de manera voluntaria, consciente y sin coacción. Tales disposiciones procuraron salvaguardar la autonomía de los participantes, a través de la reducción de posibles riesgos y la potenciación de los beneficios esperados.

De forma complementaria, la presente investigación se llevó a cabo observando con absoluta rigurosidad las disposiciones contenidas en el Código de Ética y Deontología Profesional del Colegio de Psicólogos del Perú (2024), garantizando el cumplimiento de los principios normativos que rigen la práctica científica en psicología. En virtud de lo prescrito en el Artículo 27, se implementó un consentimiento informado claramente redactado, libre de coerción y adaptado a las particularidades de la población participante, con la finalidad de resguardar su autonomía y derecho a la autodeterminación. Igualmente, se adoptaron todas las medidas necesarias para asegurar la confidencialidad y el anonimato de los datos recolectados, en consonancia con lo estipulado en el Artículo 21 del referido código. Finalmente, las etapas de evaluación, análisis e interpretación de los datos fueron ejecutadas dentro de los márgenes técnicos y éticos exigidos por el Artículo 44, asegurándose en todo momento el respeto a la dignidad humana, la protección de los derechos fundamentales y la valoración de la diversidad inherente a los sujetos involucrados en el estudio.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Tabla 1

Correlación Rho de Spearman entre Alexitimia y adicción a las nuevas tecnologías

		Adicción a las nuevas tecnologías	
		Coefficiente de correlación	.406**
Rho de Spearman	Alexitimia	Sig. (bilateral)	.000
		N	220

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

En la tabla 1 se observa una correlación positiva y significativa entre la alexitimia y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .406^{**}$, $p = .000$), lo que indica que, a mayor nivel de alexitimia, es decir, mayor dificultad para identificar y expresar emociones, mayor es el grado de adicción a las nuevas tecnologías. Esta relación es estadísticamente significativa y de magnitud media, lo cual respalda la hipótesis de investigación y permite rechazar la hipótesis nula, conforme a los criterios de Hernández-Sampieri et al. (2017).

Tabla 2
Correlación Rho de Spearman entre Identificación de sentimientos y adicción a las nuevas tecnologías

		Adicción a las nuevas tecnologías	
		Coefficiente de correlación	.372**
Rho de Spearman	Identificación de sentimientos	Sig. (bilateral)	.000
		N	220

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

En la tabla 2 se reporta una correlación positiva y significativa entre la identificación de sentimientos y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .372^{**}$, $p = .000$). Este resultado indica que, a medida que se incrementan las dificultades para identificar los propios sentimientos, también aumenta el nivel de adicción a estas plataformas digitales. La relación encontrada es de magnitud débil y estadísticamente significativa, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación, en concordancia con los lineamientos metodológicos planteados por Hernández-Sampieri et al. (2017).

Tabla 3

Correlación Rho de Spearman entre descripción de sentimientos y adicción a las nuevas tecnologías

		Adicción a las nuevas tecnologías	
		Coefficiente de correlación	.322**
Rho de Spearman	Descripción de sentimientos	Sig. (bilateral)	.000
		N	220

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

En la tabla 3 se observa una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la descripción de sentimientos y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .322^{**}$, $p = .000$). Este resultado sugiere que a mayor dificultad para verbalizar o expresar adecuadamente los propios sentimientos, mayor es el nivel de adicción a las plataformas digitales. La relación hallada es de magnitud débil y permite rechazar la hipótesis nula, respaldando la hipótesis de investigación, de acuerdo con los lineamientos metodológicos propuestos por Hernández-Sampieri et al. (2017).

Tabla 4

Correlación Rho de Spearman entre Patrón de pensamiento orientado a lo externo y adicción a las nuevas tecnologías

		Adicción a las nuevas tecnologías	
		Coefficiente de correlación	.309**
Rho de Spearman	Patrón de pensamiento orientado a lo externo	Sig. (bilateral)	.000
		N	220

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

En la tabla 4 se identifica una correlación positiva y significativa entre el patrón de pensamiento orientado a lo externo y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .309^{**}$, $p = .000$). Este resultado indica que, a mayor tendencia a enfocar el pensamiento hacia estímulos externos y demandas del entorno, mayor es el nivel de adicción a estas plataformas. La relación es de magnitud débil y estadísticamente significativa, lo que permite rechazar la hipótesis nula y confirmar la hipótesis de investigación, en concordancia con Hernández-Sampieri et al. (2017).

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general de la investigación, se observó una correlación positiva y estadísticamente significativa de magnitud media entre la alexitimia y las adicciones a las nuevas tecnologías ($\rho = .406^{**}$, $p = .000$). Los resultados del presente estudio se alinean con los hallazgos de Yang et al. (2024), quienes identificaron en China una correlación positiva entre la alexitimia y la adicción a los smartphones ($\rho = .552$, $p < .001$). De forma similar, Yavaş y Karasu (2023), en Turquía, reportaron una correlación moderada con la adicción a redes sociales ($\rho = .463$, $p < .001$), destacando que hay una relación entre las dificultades emocionales y el desarrollo de conductas adictivas digitales. Por su parte, Gori y Topino (2023), en Italia, también evidenciaron una asociación significativa ($r = .348$, $p < .01$), concluyendo que un procesamiento emocional deficiente se vincula al uso problemático de estas plataformas. Taylor et al. (1999) plantearon que quienes tienen dificultades para manejar sus emociones recurren al uso excesivo de tecnologías como forma de evasión. Ecurra y Salas (2014) añadieron que la adicción a redes sociales, basada en obsesión, falta de control y uso excesivo, se intensifica en personas emocionalmente disfuncionales. En creadores de contenido, este vínculo se refuerza por su exposición digital constante y la búsqueda de validación, convirtiendo la tecnología en un mecanismo de afrontamiento emocional.

En consonancia con el primer objetivo específico, se evidenció una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la dificultad para identificar sentimientos y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .372^{**}$, $p = .000$). Este hallazgo guarda correspondencia con lo informado por Yang et al. (2024), quienes identificaron una asociación significativa entre dicha dimensión de la alexitimia y la adicción a los teléfonos inteligentes ($r = .509$, $p < .001$). De manera concordante, Yavaş y Karasu (2023) reportaron una relación positiva de magnitud media entre la dificultad para identificar emociones y el uso problemático de redes sociales (r

= .462, $p < .001$), lo que refuerza la hipótesis de que los déficits en el reconocimiento emocional se constituyen en un factor de vulnerabilidad relevante en el desarrollo de conductas adictivas en entornos digitales. Taylor et al. (1999) señalaron que la dificultad para reconocer emociones genera malestar que suele regularse mediante conductas repetitivas como el uso compulsivo de tecnologías. Ecurra y Salas (2014) añadieron que la obsesión, falta de control y uso excesivo en redes sociales se intensifican en personas con desregulación emocional, siendo clave la incapacidad para identificar sentimientos. En creadores de contenido, esta dinámica se acentúa por su constante exposición digital, utilizando las redes como forma de evasión emocional.

En relación con el segundo objetivo específico, se identificó una correlación positiva y estadísticamente significativa entre la dificultad para describir sentimientos y la adicción a las nuevas tecnologías ($\rho = .322^{**}$, $p = .000$), lo que indica que a mayor dificultad para expresar verbalmente las emociones, mayor es el nivel de uso problemático de estas plataformas. Este hallazgo es consistente con estudios previos, como el de Genc y Yigibas (2022), quienes reportaron una correlación significativa entre esta dimensión y la nomofobia ($r = .256$, $p = .001$), así como con el estudio de Yang et al. (2024), que evidenció una asociación similar con la adicción a los smartphones ($r = .482$, $p < .001$). Taylor et al. (1999) sostienen que la dificultad para expresar emociones limita la autorregulación afectiva, lo que impulsa a buscar estímulos externos como forma de evasión, siendo las redes sociales una vía frecuente por su accesibilidad y gratificación inmediata. Esta tendencia se acentúa en creadores de contenido, expuestos constantemente a la presión digital. Ecurra y Salas (2014) refuerzan esta idea al señalar que los patrones adictivos en redes se intensifican en personas con desregulación emocional, especialmente cuando existe dificultad para describir sentimientos.

En relación con el tercer objetivo específico, se identificó una correlación positiva y significativa entre el pensamiento orientado a lo externo y la adicción a las nuevas tecnologías

($\rho = .309^{**}$, $p = .000$). Estos resultados coinciden con los hallazgos de Yavaş y Karasu (2023), quienes reportaron una correlación positiva y significativa entre el pensamiento orientado al exterior y la adicción a redes sociales ($r = .362$, $p < .001$). De igual modo, Yang et al. (2024) encontraron una asociación similar, aunque de mayor magnitud, entre esta dimensión de la alexitimia y la adicción a los smartphones ($r = .428$, $p < .001$), lo que respalda la influencia de este estilo cognitivo en el uso problemático de tecnologías digitales. Desde la perspectiva de Taylor et al. (1999), el pensamiento orientado hacia lo externo implica una atención centrada en estímulos concretos y superficiales, lo que dificulta la introspección y promueve una regulación emocional basada en factores externos. En este marco, las redes sociales ofrecen una fuente constante de distracción, estimulación y validación inmediata. Escurra y Salas (2014) refuerzan esta idea al señalar que dichas plataformas fomentan interacciones superficiales y refuerzan el uso compulsivo en personas con baja conciencia emocional. En los creadores de contenido, esta dinámica se intensifica por la necesidad permanente de exposición y conexión, consolidando así el uso problemático como una extensión funcional de este estilo cognitivo.

Una de las principales limitaciones del presente estudio radicó en el uso de un muestreo no probabilístico, así como en la dificultad para captar participantes, debido a la alta exposición digital del grupo objetivo y a su escasa disposición para participar en investigaciones. Estas condiciones redujeron significativamente el tamaño muestral y afectaron la heterogeneidad de la muestra. En consecuencia, se vio comprometida parcialmente la representatividad de los datos y la posibilidad de generalizar los resultados al universo total de creadores de contenido digital en la región. Asimismo, los instrumentos empleados fueron autoadministrados mediante un formato digital, lo cual, si bien facilitó la recolección remota de datos, pudo haber afectado la comprensión o interpretación de ciertos ítems por parte de los participantes, al no contar con

la posibilidad de realizar aclaraciones en tiempo real. Por otro lado, debe considerarse la presencia potencial de sesgos de deseabilidad social, inherentes al uso de instrumentos autoinformados. A ello se suma una limitación estructural relacionada con la escasa literatura empírica disponible que explore estas variables específicamente en creadores de contenido digital, tanto a nivel regional como nacional. En el caso del Perú, los antecedentes publicados en esta población son aún incipientes, lo que restringe las posibilidades de contraste teórico y de discusión comparativa con estudios previos, y refuerza la necesidad de continuar investigando este fenómeno en contextos locales.

En cuanto a las implicancias de la presente investigación, a nivel teórico, los resultados obtenidos contribuyen a enriquecer la comprensión de la relación entre la alexitimia y la adicción a las redes sociales. Estos hallazgos abren nuevas líneas de exploración sobre los factores psicológicos subyacentes en las adicciones tecnológicas, considerando la naturaleza multidimensional de ambos constructos. Asimismo, permiten formular nuevas hipótesis y modelos explicativos que profundicen en dicha vinculación, especialmente dentro de la población de creadores de contenido digital. En este sentido, el estudio aporta evidencia relevante que contribuye a reducir la brecha de conocimiento existente respecto al papel de la alexitimia en el desarrollo de conductas adictivas en este grupo particular.

Desde un nivel práctico, los hallazgos podrían servir como base para el diseño e implementación de programas de intervención, tanto grupales como individuales, orientados a abordar las dificultades emocionales vinculadas con la alexitimia y su relación con el uso problemático de tecnologías digitales. En particular, se sugiere el desarrollo de talleres dirigidos a creadores de contenido enfocados en el fortalecimiento de habilidades de gestión emocional y en la promoción de una regulación saludable del entorno digital. Adicionalmente, las plataformas virtuales podrían incorporar herramientas de autoevaluación que permitan a los

usuarios detectar señales tempranas de alexitimia y adicción, promoviendo así una mayor conciencia respecto al uso que hacen de la tecnología.

En el nivel social, los resultados pueden orientar la formulación de políticas públicas destinadas a promover la salud mental en entornos digitales. Tales políticas podrían implementarse a través de campañas de sensibilización que informen a la población sobre los riesgos asociados a la alexitimia y al uso desregulado de redes sociales, así como sobre la importancia de desarrollar habilidades de autorregulación emocional. De este modo, se fomentaría la construcción de comunidades digitales más conscientes, emocionalmente saludables y capaces de brindar apoyo a quienes enfrentan desafíos psicológicos vinculados con la tecnología.

Se concluye que los individuos con mayores niveles de alexitimia presentan una tendencia más marcada a desarrollar conductas adictivas hacia las nuevas tecnologías, lo cual confirma que las limitaciones en el manejo emocional pueden predisponer al uso excesivo y desadaptativo de estos recursos digitales.

Se concluye que las personas que muestran dificultades para identificar sus emociones tienden a involucrarse más intensamente en el uso de nuevas tecnologías, empleándolas como un recurso externo frente a la confusión emocional interna que experimentan.

Se concluye que cuando existe una limitada capacidad para poner en palabras los propios sentimientos, se incrementa la probabilidad de recurrir a las nuevas tecnologías como vía alternativa para manejar o evitar el malestar emocional, lo cual puede derivar en patrones de uso compulsivo.

Se concluye que la tendencia a focalizar la atención en aspectos externos, más que en

los propios estados afectivos, está asociada con una mayor implicación en el uso de nuevas tecnologías, lo que sugiere una búsqueda constante de estímulos externos como estrategia de desconexión emocional.

REFERENCIAS

- Arancibia, M., & Behar, R. (2015). Alexitimia y depresión: evidencia, controversias e implicancias. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 53(1), 24–34. <https://doi.org/10.4067/S0717-92272015000100005>
- Arriagada, A., & Ibáñez, F. (2020) Necesitas al menos una foto al día, si no, estás muerto: los creadores de contenido y la evolución de las plataformas en la ecología de las redes sociales. *Social Media + Society*, 6(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Bagby, R. M., Parker, J. D., & Taylor, G. J. (1994). The twenty-item Toronto Alexithymia Scale—I. Item selection and cross-validation of the factor structure. *Journal of Psychosomatic Research*, 38(1), 23–32. [https://doi.org/10.1016/0022-3999\(94\)90005-1](https://doi.org/10.1016/0022-3999(94)90005-1)
- Bagby, R. M., Taylor, G. J., & Parker, J. D. (1997). *El dominio nomológico del constructo alexitimia*. En G. J. Taylor, R. M. Bagby, & J. D. Parker (Eds.), *La (no) expresión de las emociones en la salud y la enfermedad* (pp. 95–102). Ediciones Paidós.
- Becerra, R., Baeza, C. G., Fernández, A. M., & Preece, D. A. (2021). Evaluación de la alexitimia: Propiedades psicométricas del cuestionario de alexitimia de Perth en una muestra de habla hispana. *Fronteras en psiquiatría*, 12, 710398.
- Benway, B. (2023). *One in five social media users consider themselves an influencer or content creator*. Mintel. <https://www.mintel.com/press-centre/one-in-five-social-media-users-consider-themselves-an-influencer-or-content-creator>
- Besharat, M. A., & Shahidi, S. (2011). What is the relationship between alexithymia and ego defense styles? A correlational study with Iranian students. *Asian Journal of Psychiatry*, 4(2), 145–149. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2011.05.011>

- Brooks, S., & Longstreet, P. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Cañete, R., Guilhem, D., & Brito, K. (2012). Consentimiento informado: algunas consideraciones actuales. *Acta Bioética*, 18(1), 121–127. <https://doi.org/10.4067/S1726-569X2012000100011>
- Castro, J. (2024). Uso problemático del celular en la población peruana: un análisis del INEI. *América Retail*. <https://america-retail.com/paises/peru/adicciones-tecnologicas-en-el-peru-el-37-de-los-peruanos-en-su-mayoria-mujeres-padece-de-uso-problematico-del-celular>
- Chan, N., & Kyle, P. (2025). *71 content creators statistics: Key insights (2025)*. Spiralytics. <https://www.spiralytics.com/blog/content-creator-statistics-2025>
- Cía, A. (2014). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): un primer paso hacia la inclusión de las adicciones conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 76(4), 210–211.
<https://doi.org/10.20453/rnp.v76i4.1169>
- Colegio de Psicólogos del Perú. (2017). *Código de ética y deontología*. https://repositorio.cmp.org.pe/bitstream/handle/20.500.12971/25/CODIGO_DE_ETICA_CMP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Corbín, J. (2017). *Mutismo emocional: qué es, síntomas y causas*. *Psicología y Mente*. <https://psicologiaymente.com/clinica/mutismo-emocional>
- Correro, A. N., Paitel, E. R., Byers, S. J., & Nielson, K. A. (2021). The role of alexithymia in

- memory and executive functioning across the lifespan. *Cognition and Emotion*, 35(3), 524–539. <https://doi.org/10.1080/02699931.2019.1659232>
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00041-8](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00041-8)
- de Lima, T. E. O., Aires, G. D., Lipiensi, T. S., & Skare, T. L. (2022). Alexitimia, masculinidad y comportamiento sexual entre hombres brasileños. *Revista de Psicología*, 13(1), 44-58.
- Del Rio, M. A. C. (2021). Estructura mediática de tiktok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 59-77.
- Dirección General de Comunicación Social, UNAM. (2018). El uso excesivo de redes sociales puede generar adicción. UNAM. https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2018_305.html
- Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones*. Desclée de Brouwer. https://www.researchgate.net/publication/235779745_Adicciones_sin_drogas
- Echeburúa, E., & de Corral, P. (2010). *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*. *Adicciones*, 22(2), 91–95. <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>
- Escurra Mayaute, M., & Salas Blas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73–91. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>
- Fandiño-Leguía, J. D. (2015, febrero 17). Adicción a Internet: Fundamentos teóricos y

- conceptuales. *Revista Psicología Científica.com*, 17(2). <https://psicolcient.me/ru3ad>
- Fernández-Montalvo, J., & Yáñez, S. (1994). Alexitimia: concepto, evaluación y tratamiento. *Psicothema*, 6(3), 357–366.
- Flores, E., & Matalí, J. L. (2021). ¿Cómo gestionamos el impacto de las nuevas tecnologías? Una mirada a la salud mental de los adolescentes. *Observatorio de la Infancia*, 75. https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/7455_d_Mirada-SaludMental-Adolescentes.pdf
- Genc, F., & Yiğitbaş, Ç. (2022). Are nomophobia and alexithymia related? The case of health students. *Clinical and Experimental Health Sciences*, 12(1), 46–52. <https://dergipark.org.tr/en/pub/clinexphealthsci/article/781664>
- George, D., & Mallery, P. (2019). IBM SPSS Statistics 26 step by step: A simple guide and reference. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429056765>
- Gori, A., & Topino, E. (2023). The association between alexithymia and social media addiction: Exploring the role of dysmorphic symptoms, symptoms interference, and self-esteem, controlling for age and gender. *Journal of Personalized Medicine*, 13(1), 152. <https://doi.org/10.3390/jpm13010152>
- Gori, A., & Topino, E. (2024). Perspectivas teóricas y evidencia empírica sobre la asociación entre la alexitimia y la adicción a las redes sociales. *Manual de Comportamiento y Psicología de la Enfermedad*, 1-20.
- Griffiths, M. D. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>

Growth from Knowledge. (2017). *One in three people find it difficult to take a break from technology*. <https://www.gfk.com/insights/one-in-three-people-find-it-difficult-to-take-a-break-from-technology>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). McGraw-Hill.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores. <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>

Hidalgo-Fuentes, S. (2022). Uso problemático de internet y alexitimia: un meta-análisis. *Apuntes Universitarios*, 12(4), 162–174. <https://doi.org/10.17162/au.v12i4.1240>

Husnain, M., & Fatima, N. (2025). La influencia de Instagram en la salud mental de los jóvenes: un estudio de caso de Sialkot. *Revista de Ciencias Sociales (DSSR)*, 3(2), 378-394.

Influencity. (2023). El mayor estudio de influencers de Latinoamérica (2023). <https://influencity.com/es/recursos/estudios/el-mayor-estudio-de-influencers-de-latinoamerica-2023>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). Aumentó la población usuaria de Internet en todos los grupos de edad en el primer trimestre de 2024 [Nota de prensa]. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/aumento-la-poblacion-usuaria-de-internet-en-todos-los-grupos-de-edad-en-el-primer-trimestre-de-2024-15248/>

Isidro, A., & Moreno, T. (2018). Redes sociales y aplicaciones de móvil: uso, abuso y adicción. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*. *Revista INFAD de Psicología*, 4(1), 203–212. <https://www.redalyc.org/journal/3498/349857603020/html/>

Kemp, S. (2023). Digital 2023: Global overview report. DataReportal.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

Kolas, J., & von Mühlennen, A. (2024). Adicto a socializar y aún solo: Un análisis comparativo basado en corpus del uso problemático de sitios de redes sociales. *Revista de adicciones conductuales*, 13(1), 163-176.

Kwon, E. P., English, A. E., & Bright, L. F. (2020). Social media never sleeps: Antecedents and consequences of social media fatigue among content creators. *The Journal of Social Media in Society*, 9(2), 150–172.

<https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/709>

Labrador Encinas, F. J., & Villadangos González, S. M. (2010). Menores y nuevas tecnologías: Conductas indicadoras de posible problema de adicción. *Psicothema*, 22(2), 180–188.

<https://www.redalyc.org/pdf/727/72712496002.pdf>

Laconi, S., Kalaitzaki, A., Spritzer, D. T., Hauck, S., Gnisci, A., Sergi, I., Vally, Z., Tudorel, O., Vintila, M., Malik, S., Ramos-Diaz, J., Männikkö, N., Cikrikci, O., Salas, G., Ardila, R., Zambrano, D., Lopez-Calle, C., & Sahlan, R. N. (2022). A cross-cultural exploration of problematic Internet use, pathological personality traits, defense mechanisms, coping strategies, and self-esteem in 14 countries. *Annales Médico-Psychologiques*.

<https://doi.org/10.1016/j.amp.2022.09.008>

Larrea, J. A. Á., Guznay, S. S. G., Jiménez, C. B. H., Perez, M. P. M., Rodríguez, F. G. M., & Medina, N. L. S. (2023). Alexitimia en Estudiantes Universitarios de Cuenca–Ecuador, Período 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1140-1154.

Londono-Moreno, M., Atarama-Rojas, T., & Anastacio-Coello, L. (2025). Menores peruanos

y su exposición al contenido de belleza y maquillaje en redes sociales: análisis del contenido en YouTube, Instagram y TikTok.

López-Muñoz, F., & Pérez-Fernández, F. (2020). Historia del concepto de alexitimia y sus modelos explicativos: Una perspectiva epistemológica. *Frontiers in Psychiatry*, 10, 1026. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.01026>

Losada, A., & Marmo, J. (2022). Clasificación de métodos de investigación en Psicología. *Psicología Unemi*, 6(11), 13–31.

Luminet, O., Nielson, K. A., & Ridout, N. (2021). Having no words for feelings: Alexithymia as a fundamental personality dimension at the interface of cognition and emotion. *Cognition and Emotion*, 35(3), 435–448. <https://doi.org/10.1080/02699931.2021.1916442>

Luo, H., Zhao, Y., Hong, J., Wang, H., Zhang, X., & Tan, S. (2022). Effect of alexithymia on internet addiction among college students: The mediating role of metacognition beliefs. *Frontiers in Psychology*, 12, 788458. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.788458>

MacLean, P. D. (1949). La enfermedad psicósomática y el 'cerebro visceral': Desarrollos recientes relacionados con la teoría de Papez de la emoción. *Medicina Psicósomática*, 11(6), 338–353. <https://doi.org/10.1097/00006842-194911000-00003>

Mahapatra, A., & Sharma, P. (2018). Asociación entre la adicción a internet y la alexitimia: una revisión exploratoria. *Conductas Adictivas*, 81, 175–182. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306460318300674>

Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados (5.^a ed.). Pearson Educación.

- Martingano, A. J., Konrath, S., Zarins, S., & Okaomee, A. A. (2022). Empathy, narcissism, alexithymia, and social media use. *Psychology of Popular Media, 11*(4), 413–422. <https://doi.org/10.1037/ppm0000419>
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2000). Incidencia y correlatos del uso patológico de internet entre estudiantes universitarios. *Computers in Human Behavior, 16*(1), 13–29. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(99\)00049-7](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(99)00049-7)
- Mundel, J., Yang, J., & Wan, A. (2022). Marketing de influencers y bienestar del consumidor: desde las características de la fuente hasta la ansiedad y la adicción a las redes sociales. En *The Emerald Handbook of Computer-Mediated Communication and Social Media* (pp. 323-340). Emerald Publishing Limited.
- Novak, L., Helvich, J., Mikoska, P., & Juklova, K. (2023). No puedo entenderte, porque no puedo entenderme a mí mismo: la interacción entre la alexitimia, el uso excesivo de las redes sociales, la empatía y la teoría de la mente. *Temas Psicológicos, 32*(3), 555-575.
- Núremberg, C. (1947). *Código de ética médica de Núremberg*. Código de Núremberg.
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5.ª ed.). Editorial San Marcos.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *International Classification of Diseases 11th Revision* (ICD-11). World Health Organization. <https://icd.who.int/>
- Páez, D., Martínez-Sánchez, F., Velasco, C., Mayordomo, S., Fernández, I., & Blanco, A. (1999). Validez psicométrica de la Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20): Un estudio transcultural. *Boletín de Psicología, 63*, 55–76.

- Papez, J. W. (1937). A proposed mechanism of emotion. *Journal of Neuropsychiatry and Clinical Neurosciences*, 7(1), 103–112. <https://doi.org/10.1176/jnp.7.1.103>
- Pătraș, L., & Todolí, A. (2022). Ser influencer hoy: Posibilidades y obstáculos de una nueva fuente de empleo. Universidad de Valencia. <https://www.uv.es/cdciencia/pdf/Ser%20influencer%20hoy%20-%20informe%20def>
- Quevedo, A., & Romero, L. (2021). Revisión sistemática de investigaciones existentes en instrumentos que midan factores que prevalecen en el comportamiento adictivo en redes sociales en los últimos 5 años. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/47729/Aquevedohe%20%283%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Quincho Apumayta, R., Cárdenas Valverde, J. C., Quispe Ayala, C., Flores Poma, I. G., & Inga Choque, V. (2022). Formularios de Google y elaboración de instrumentos de evaluación por competencias. *Conrado*, 18(85), 1–10. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2308>
- Rebollo, P. A., & Ábalos, E. M. (2022). *Metodología de la investigación / recopilación*. Editorial Autores de Argentina.
- Ridout, N., Smith, J., & Hawkins, H. (2020). The influence of alexithymia on memory for emotional faces and realistic social interactions. *Cognition and Emotion*, 35(3), 540–558. <https://doi.org/10.1080/02699931.2020.1747991>
- Rodríguez, O., Gallego, V., Rodríguez, M. J., & López, M. Á. (2012). Adicción a las nuevas tecnologías. *Psicología de las Adicciones*, 1(1), 2–6. <https://goo.su/PBPrz>
- Salas Blas, E. (2014). Adicciones psicológicas y los nuevos problemas de salud. *Cultura*:

Revista de la Asociación de Docentes de la USMP, 28, 1–11.

https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_adicciones-psicologicas-y-los-nuevos-problemas-de-salud.pdf

Sánchez, F. M. (1996). Adaptación española de la escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20).

Clínica y Salud, 7(1), 19.

https://www.researchgate.net/publication/232447771_Adaptacion_espanola_de_la_esca_la_de_Alexitimia_de_Toronto_TAS-20

Sevilla Cueva, L. D. C. (2021). Adicción al internet asociado a alexitimia en estudiantes de

Medicina. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/8304>

Sifneos, P. E. (1973). The prevalence of ‘alexithymic’ characteristics in psychosomatic patients. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 22(2–6), 255–262.

Sifneos, P. E. (2000). Alexitimia, problemas clínicos, política y delincuencia. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 69(3), 113–116. <https://doi.org/10.1159/000012377>

Suciaty, A. I., Riza, W. L., & Aisha, D. (2024). La influencia de la alexitimia en la tendencia a la adicción a las redes sociales en adultos tempranos en Karawang. *Eduvest-Revista de Estudios Universales*, 4(9), 8238-8252.

Syrovátková, J., & Pavlíček, A. (2018). Detalles de los influencers de redes sociales en Perú. *¿Puede el enfoque sistémico ser útil para resolver los problemas actuales de las tecnologías modernas?*, 31-43.

Tandon, A., Laato, S., Islam, N., & Dhir, A. (2025). Comparaciones sociales en sitios de redes sociales: cómo el miedo a perderse algo y la envidia inducidos por las redes sociales impulsan el uso compulsivo. *Investigación en Internet*, 35(2), 691-718.

- Taylor, G. J., Bagby, R. M., & Parker, J. D. (1999). *Disorders of affect regulation: Alexithymia in medical and psychiatric illness*. Cambridge University Press.
- Taylor, G. J., Ryan, D., & Bagby, R. M. (1985). Toward the development of a new self-report alexithymia scale. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 44(4), 191–199.
- Universidad Privada del Norte. (2023). *Código de Ética para la Investigación Científica en UPN* (Resolución Rectoral N.º 001-2023-UPN-SG).
- Vargas-Serrudo, M., Parra-Murillo, M., Cortez-Rojas, W., & Vargas-Serrudo, R. (2021). Habits of access and addiction to virtual social networks in secondary school students of Educational Units of Sucre. *Current Opinion Nursing & Research*, 3(1), 4–15.
<http://ucbconocimiento.cba.ucb.edu.bo/index.php/CONR/article/view/681/665>
- Vidal, I. (2020). *La adicción de los/as jóvenes a las nuevas tecnologías*.
<https://hdl.handle.net/10953.1/12603>
- Vorst, H. C., & Bermond, B. (2001). Validity and reliability of the Bermond–Vorst alexithymia questionnaire. *Personality and Individual Differences*, 30(3), 413–434.
- Yang, H., Chen, Y., Yuan, R., et al. (2024). Análisis de redes de alexitimia y adicción a teléfonos inteligentes en niños y adultos. *Current Psychology*, 43, 21857–21870.
<https://doi.org/10.1007/s12144-024-05986-7>
- Yang, N., & Crespi, B. (2025). Tuiteo, luego existo: una revisión sistemática sobre el uso de las redes sociales y los trastornos del cerebro social. *BMC psiquiatría*, 25(1), 1-37.
- Yavaş Çelik, M., & Karasu, F. (2023). La relación entre los niveles de adicción a las redes sociales y la alexitimia en jóvenes en casa durante el proceso de pandemia. *Acta*

Scientiarum. *Ciencias de la Salud*, 45, e60941.

<https://doi.org/10.4025/actascihealthsci.v45i1.60941>

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder.

CyberPsychology & Behavior, 1(3), 237–244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>

Young, K. S. (1999). Internet addiction: *Symptoms, evaluation and treatment*. En L.

VandeCreek & T. L. Jackson (Eds.), *Innovations in Clinical Practice: A Source Book* (Vol. 17, pp. 19–31). Professional Resource Press.

Young, K. S. (1999). The research and controversy surrounding Internet addiction.

CyberPsychology and Behavior, 2(5), 381–383. <https://doi.org/10.1089/cpb.1999.2.381>

Young, S. (2017). *Teens most likely to struggle with technology addiction*. ConsumerAffairs.

<https://www.consumeraffairs.com/news/teens-most-likely-to-struggle-with-technology-addiction-070717.html>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia interna de las variables

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Método
<p>¿Cuál es la relación entre alexitimia y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024?</p> <p>Preguntas secundarias</p> <p>¿Cuál es la relación entre dificultad para identificar sentimientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024?</p> <p>¿Cuál es la relación entre dificultad para describir sentimientos y pensamientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024?</p> <p>¿Cuál es la relación entre tendencia a centrarse en los aspectos externos de los estímulos emocionales y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024?</p>	<p>Objetivo principal Determinar la relación entre alexitimia y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024.</p> <p>Objetivos Secundarios Identificar la relación entre dificultad para identificar sentimientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Identificar la relación entre dificultad para describir sentimientos y pensamientos y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Identificar la relación entre tendencia a centrarse en los aspectos externos de los estímulos emocionales y adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024.</p>	<p>Hipótesis de investigación Existe una relación significativa entre la alexitimia y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024.</p> <p>Hipótesis secundarias Existe una relación significativa entre la dificultad para identificar sentimientos y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Existe una relación significativa entre la dificultad para describir sentimientos y pensamientos y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024. Existe una relación significativa entre la tendencia a centrarse en los aspectos externos de los estímulos emocionales y las adicciones a las nuevas tecnologías en creadores de contenido hispanohablantes, 2024.</p>	<p>Adicción a las Redes Sociales</p> <p>Alexitimia</p>	<p>Diseño -Tipo de investigación cuantitativo -Estudio de tipo observacional -Medición transversal</p> <p>Población Creadores de contenido</p> <p>Mediciones -Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20) -Test de Adicción a las Redes Sociales</p> <p>Procedimiento -Se obtuvo datos y resultados mediante la plataforma Google Forms. -Se difundió mediante las redes sociales WhatsApp, Facebook e Instagram.</p> <p>Análisis de Datos Se recopiló la información en una hoja de cálculo de Excel Se exportó al software estadístico “SPSS versión 25” para realizar un análisis descriptivo de los datos Se confirmó el coeficiente de correlación seleccionado para ello se utilizó para comprobar las hipótesis planteadas en el estudio con un nivel de significancia establecido en 0.05</p>

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de las Variables

Variable	Definición operacional	Dimensiones Indicadores	ítem	Escala	Instrumento
Adicción a las redes sociales	La definición de Ecurra y Salas (2014) sobre la adicción a las redes sociales señala que se trata de un patrón de comportamiento caracterizado por un uso excesivo, descontrolado y persistente de estas plataformas, el cual interfiere significativamente en la vida cotidiana de la persona, generando deterioro en áreas como el rendimiento académico, las relaciones interpersonales y el bienestar emocional. Esta adicción se manifiesta por la preocupación constante por las redes, la necesidad de conectarse con frecuencia, la dificultad para disminuir su uso y la presencia de malestar psicológico al intentar restringirlo, configurando así una forma de dependencia conductual no relacionada con sustancias.	Obsesión por las redes sociales Falta de control personal Uso excesivo de las redes sociales	2, 3, 5, 6, 7, 15, 17, 21, 22, 23 4, 8, 9, 13, 14, 16 1, 10, 11, 12, 18, 19, 20, 24	ORDINAL: Nunca, Raras veces, a veces, casi siempre y siempre	Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)
Alexitimia	Se conceptualiza como un trastorno en la autorregulación afectiva que implica una alteración en el procesamiento emocional, afectando tanto la experiencia como la expresión emocional, especialmente en contextos médicos y psiquiátricos (Taylor et al., 1999).	Dificultad para identificar sentimientos Dificultad para describir sentimientos y pensamientos Tendencia a centrarse en los aspectos externos de los estímulos emocionales	1, 3, 6, 7, 9, 13, 14 2, 4, 11, 12, 17 5, 8, 10, 15, 16, 18, 19, 20.	ORDINAL: 1 representa "totalmente en desacuerdo" 5 representa "totalmente de acuerdo".	Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20)

Anexo 3. Consentimiento informado

Consentimiento Informado

Al completar y enviar este cuestionario, estás otorgando tu consentimiento para formar parte de nuestra investigación. Queremos asegurarte de que los datos recopilados se utilizarán exclusivamente con fines académicos y se mantendrán en estricta confidencialidad. Tu participación en este estudio es anónima y voluntaria, por lo que puedes retirarte en cualquier momento sin ninguna consecuencia. Asimismo, se informa que este estudio no recoge datos personales que puedan identificar a los participantes, por lo que no es posible hacer diagnósticos individualizados ni verificar condiciones particulares sobre las variables analizadas.

Agradecemos enormemente tu colaboración y participación en este estudio. ¡Muchas gracias por tu tiempo y apoyo!

Pregunta de consentimiento:

Después de haber leído y comprendido la información proporcionada anteriormente, estoy de acuerdo con participar voluntariamente en este estudio. Entiendo que mi participación es totalmente voluntaria y que puedo retirarme en cualquier momento sin ninguna repercusión.

Sí

No

Anexo 4. Características de la muestra

Tabla 5
Características sociodemográficas de los participantes

Variables	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Género	Femenino	160	72.7%
	Masculino	60	27.3%
Grupo Etario	De 18 a 30 años	188	85.5%
	De 41 a 50 años	9	4.9%
	De 51 a 60 años	9	4.9%
	De 31 a 40 años	9	4.2%
	De 60 a 65 años	5	1.5%
País de residencia actual	Perú	193	87.73%
	Argentina	6	2.73%
	Colombia	6	2.73%
	México	3	1.36%
	Ecuador	3	1.36%
	Brasil	1	0.45%
	Paraguay	1	0.45%
	El Salvador	2	0.91%
	Venezuela	1	0.45%
	Chile	1	0.45%
	Nicaragua	1	0.45%
	España	1	0.45%
Nivel de Instrucción	Educación universitaria incompleta	103	46.8%
	Educación básica regular completa	37	16.8%
	Licenciatura	24	10.9%
	Bachillerato o equivalente	21	9.5%
	Posgrado	16	7.3%
	Técnico	10	4.5%
	Educación básica regular incompleta	6	2.7%
	Sin educación formal	3	1.4%

Nota. Se presentan las características sociodemográficas de la muestra.

Tabla 6
Principales características sobre la creación de contenido en los participantes

Variables	Categorías	Frecuencia		Porcentaje	
		Sí	No	Sí	No
Plataforma	Instagram	156	64	70.9	29.1
	TikTok	104	116	47.3	52.7
	X (Twitter)	16	204	7.3	92.7
	YouTube	17	203	7.7	92.3
	Facebook	66	154	30	70
	Twitch	8	212	3.6	96.4
	Pinterest	11	209	4.9	95.1
	Reddit	2	218	1.0	99
	Otros	8	212	3.6	96.4
Tipo	Fotografías	143	77	65	35
	Videos	131	89	59.5	40.5
	Escritos	29	191	13.2	86.7
	Podcast	19	201	8.6	91.4
	Ilustraciones	18	202	8.2	91.8
	Música	24	196	10.9	89.1
	Microblogging	18	202	8.3	91.7
Fuente de ingresos a partir de la creación de contenido	No	202		91.8	
	Sí	18		8.2	
Tema principal de su contenido	Humor	42		19.1%	
	Viajes	27		12.3%	
	Estilo de vida	29		13.2%	
	Belleza	22		10%	
	Música	22		10%	
	Educación	19		8.6%	
	Moda	14		6.4%	
	Cine	11		5%	
	Negocios	8		3.6%	
	Fitness	6		2.7%	
	Comida	9		4.1%	
	Ciencia	6		2.7%	
	Política	1		0.5%	
	Finanzas	2		0.9%	
	Maternidad o paternidad	2		0.9%	

Nota. Se presentan las características pertenecientes a la creación de contenido.

Anexo 5. Análisis descriptivo

Tabla 7

Medidas de resumen de los puntajes directos de las variables y dimensiones

Variables y Dimensiones	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Valores Posibles
Adicción a redes sociales	92	0	92	42.99	19.660	0-96
Obsesión por las redes sociales	39	0	39	15.77	8.777	0-40
Falta de control por las redes sociales	24	0	24	10.96	5.406	0-24
Uso excesivo de las redes sociales	32	0	32	16.25	6.713	0-32
Alexitimia total	58	23	81	56.85	12.520	20-100
Identificación de sentimientos	28	7	35	20.32	6.384	7-35
Descripción de sentimientos	19	5	24	15.06	3.922	5-25
Patrón de pensamiento orientado a lo externo	27	9	36	21.47	4.998	8-40

Nota. Número de encuestados = 220.

La tabla 7 muestra que, en general, los participantes presentaron un nivel moderado de adicción a las redes sociales, con una media de 42.99 puntos sobre un máximo posible de 96. Entre las dimensiones de esta variable, el uso excesivo de las redes sociales fue el aspecto más destacado, con un promedio de 16.25 puntos, seguido de la obsesión ($M = 15.77$) y la falta de control ($M = 10.96$), lo que sugiere que los encuestados tienden a utilizar de manera intensa estas plataformas, aunque con menor dificultad para regular su uso. Respecto a la alexitimia total, se observó una media de 56.85 puntos dentro de un rango posible de 20 a 100, lo que representa un nivel también moderado. La mayor dificultad se concentró en la identificación de sentimientos ($M = 20.32$), seguida del patrón de pensamiento orientado a lo externo ($M = 21.47$) y la descripción de sentimientos ($M = 15.06$).

Anexo 6. Prueba de normalidad

Tabla 8

Prueba de normalidad K-S los grupos de datos por variables y dimensiones

Dimensiones y variables	K-S ^a	gl	Sig.
Adicción a redes sociales	.039	220	.000
Obsesión por las redes sociales	.066	220	.020
Falta de control por las redes sociales	.058	220	.071
Uso excesivo de las redes sociales	.051	220	.000
Alexitimia total	.104	220	<.001
Identificación de sentimientos	.093	220	<.001
Descripción de sentimientos	.094	220	<.001
Patrón de pensamiento orientado a lo externo	.089	220	<.001

Nota. K-S^a= Kolmogorov-Smirnov con corrección de significación de Lilliefors; gl= Grados de libertad; Sig.= Nivel de significancia.

La Tabla 8 presenta los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov (K-S) para las variables y dimensiones del estudio. En todos los casos, los valores de significancia (Sig.) fueron menores a .05, excepto en la dimensión "Falta de control por las redes sociales", cuyo valor fue .071, superando ligeramente el umbral convencional.

Esto indica que, en términos generales, las distribuciones de los puntajes en las variables adicción a redes sociales y alexitimia, así como en casi todas sus dimensiones, no siguen una distribución normal. Por tanto, se justifica el uso de pruebas estadísticas no paramétricas para el análisis

Anexo 7. Consistencia Interna de las Variables

Tabla 9

Nivel de fiabilidad de las variables y sus dimensiones

Variables y Dimensiones	Preguntas	α	Interpretación
Adicción a las Redes Sociales	24	.955	Excelente
Obsesión Por Las Redes Sociales	10	.902	Excelente
Falta de Control en el Uso de las Redes Sociales	6	.859	Buena
Uso Excesivo de las Redes Sociales	8	.889	Buena
Alexitimia	20	.879	Buena
Identificación de sentimientos	7	.872	Buena
Dificultad para describir sentimientos	5	.731	Aceptable
Patrón de pensamiento orientado a lo externo	8	.727	Aceptable

En la Tabla 9 se observan los niveles de fiabilidad que alcanzan los grupos de datos analizados según el cuadro de valoración de Alfa de Cronbach, propuesto por George & Mallery (2019). La Tabla 1 muestra que la escala global de Adicción a las Redes Sociales y su dimensión “Obsesión por las Redes Sociales” tienen una excelente confiabilidad ($\alpha=.950$ y $\alpha=.902$), en conjunto con sus otras dos dimensiones, que presentan una buena confiabilidad (α entre 0.859 y 0.889). Respecto a la variable de Alexitimia, la escala global y su dimensión “Identificación de sentimientos” tienen una buena confiabilidad ($\alpha=.879$ y $\alpha=.872$), mientras que sus otras dos dimensiones “Dificultad para describir sentimientos” y “Patrón de pensamiento orientado a lo externo” presentan una confiabilidad aceptable ($\alpha=0.731$ y $\alpha=0.727$).