

Experiencias de Autodiagnósticos Psicológicos en Jóvenes Centennials a través de Medios Digitales

Mateo Andrés Vega Quintero

Universidad Popular del Cesar, sede Valledupar

08 de marzo del 2026

Experiencias de Autodiagnósticos Psicológicos en Jóvenes Centennials a través de Medios Digitales

Mateo Andrés Vega Quintero

Trabajo presentado como requisito para optar al grado de psicología

Tutor: Mauricio Núñez Delgado

Universidad Popular del Cesar, sede Valledupar

08 de marzo del 2026

Dedicatoria

Este logro se lo dedico primeramente a Dios y todas sus manifestaciones; a la vida misma, que siempre me colocó obligatoriamente a elegir este trabajo; a Piero, gracias a él, a su apoyo, a sus profundas conversaciones y a todo el ánimo que me dio cuando no encontraba un camino; a mi tía Iboris, su paciencia, su entusiasmo y su optimismo calaron muy profundamente en mi motivación y por último a mí mismo, porque a pesar de que quería en algún momento rendirme, me empujaba a tratar de terminar lo que empecé.

Agradecimientos

A mi docente Mauricio Núñez, que me permitió no solo contar con él como asesor de proyecto, sino que también ingresar a su semillero, gracias a eso, a su paciencia y dedicación pude recibir un monitoreo constante en mi proceso.

A mi docente Stefany Fajardo, que indirectamente reafirmó mi interés por los estudios de las dinámicas sociales, ella fue una de las razones por las que mi trabajo transita por lo clínico y lo social.

A mi docente Martha, gracias a ella mi visión híbrida de la problemática se materializó, es decir, me enseñó el camino por el cual empezar.

Por último, al programa de Psicología de la Universidad Popular del Cesar, por permitir formarme en mi actual pensamiento crítico, por las invitaciones a simposios con este trabajo, por creer en mi talento, esas razones calaron en mi insistencia por seguir con el proyecto.

Resumen

La evolución del entorno digital en la actualidad ha transformado las maneras en que las personas interactúan, se informan y aprenden. Es aquí donde la generación centennials surge como un colectivo de identidades moldeadas en un mundo digital que impacta de manera profunda su psiquis. Ahora bien, este proyecto tiene como propósito comprender las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes centennials a través de medios digitales utilizando como base la teoría de Freud “psicología de las masas” y la “transición ecológica” de Bronfenbrenner. Su desarrollo se enmarca en el enfoque cualitativo bajo un diseño metodológico que combina 2 tradiciones (fenomenología y teoría fundamentada) que permitieron obtener los relatos descriptivos en las experiencias vividas para así entender los significados que los diez entrevistados otorgan a los autodiagnósticos. Mediante el proceso de codificación en el software ATLAS.ti, se concluyó que, un autodiagnóstico psicológico no es relativo a una patología psíquica, sino un síntoma social alimentado por los medios de comunicación digital en la generación Z, acudiendo a las redes sociales como una estrategia de validación hacía su malestar.

Palabras claves: Generación centennials, autodiagnósticos, medios de comunicación digital, síntoma social, Freud.

Abstract

The evolution of the digital environment has transformed how people interact, access information, and learn. It is within this context that Generation Z emerges as a collective whose identities are shaped by a digital world that profoundly impacts their psyches. This Project aims to understand the experiences of psychological self-diagnosis among Generation Z members through digital media, drawing on Freud's theory of "group psychology" and Bronfenbrenner's theory of "ecological transition". The study is framed within a qualitative approach, employing a methodological design that combines two traditions (Phenomenology and Grounded Theory) to elicit descriptive accounts of lived experiences and thereby understand the meaning the ten interviewees attribute to their self-diagnoses. Through the coding process in the ATLAS.ti software, it was concluded that psychological self-diagnosis is not related to a mental pathology, but rather a social symptom fueled by digital media in Generation Z, with individuals turning to social media as a strategy to validate their distress.

Keywords: Generation centennials, self-diagnoses, digital media, social symptom, Freud.

Tabla de contenido

<i>MOMENTO I ESTADO DEL ARTE.....</i>	<i>10</i>
Revisión de la literatura	10
La contaminación psíquica en el algoritmo	16
La identificación y la imitación como un tipo de desinhibición patológica	16
Sugestión y libido como lazo afectivo	17
Las transiciones identitarias.....	18
Vinculaciones Conceptuales y Prácticas	19
<i>MOMENTO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLÉMICO.....</i>	<i>20</i>
Enunciación al campo temático y acercamiento al problema de investigación	20
Pregunta de investigación.....	21
Propósitos.....	21
Central.....	21
Derivados	22
Justificación	22
<i>MOMENTO III DISEÑO METODOLÓGICO</i>	<i>23</i>
Enfoque y tradición de la investigación	23
Muestreo, unidad de estudio e informantes claves	24
Criterios de inclusión:	25
Criterios de exclusión:	25
Instrumento de recolección de información	25

Definición conceptual de las categorías y subcategorías apriorísticas	26
Procesos de análisis de información	28
Inmersión para transcribir:	28
Codificación abierta:	28
Codificación axial:	29
Categorización selectiva:	29
Consideraciones éticas	29
<i>MOMENTO IV PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</i>	31
Análisis descriptivo	31
Percepciones, emociones y significados atribuidas a las experiencias	32
Internalización por contacto/generación centennials	33
Procesos de autoexploración psicológica.....	34
Respuestas emocionales frente al contenido psicológico	34
Mediación y sugestión/medios digitales de comunicación.....	35
Influencia algorítmica en la interpretación del contenido psicológico	35
Actitud frente a la credibilidad del contenido psicológico	36
Interpretación del contenido psicológico	37
Validación y acción social/autodiagnósticos	38
Construcción subjetiva de síntomas para autodiagnósticos	38
Percepción del servicio en psicología	39
Mecanismos de defensa con el contexto social (categoría emergente)	41

Integración categórica en el fenómeno estudiado	43
<i>MOMENTO V INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN</i>	45
Reflexiones finales.....	45
Referencias Bibliográficas.....	48
Anexos	54

MOMENTO I ESTADO DEL ARTE

Revisión de la literatura

En este apartado se establece un diálogo entre los autores que han abordado la problemática desde distintas perspectivas, transitando entre el autodiagnóstico, la generación centennials y los medios de comunicación digital. Estas fuentes, revisan distintos temas de corporeidad, influencers, identidades, percepción de la realidad, validación y otros más, que, según las investigaciones podrían influir en la cultura digital de los jóvenes Z y su visión sobre la salud mental. Para complementar el objeto central del estudio, Freud y Bronfenbrenner se articulan en el estado del arte como antecedentes conceptuales, para comprender las experiencias de los participantes en la investigación.

Como punto de partida Ampuero et al. (2021) confirman en su investigación que la búsqueda activa en internet sobre el estado de salud mental propia, podría explicarse por la falta de demanda formal (búsqueda de atención psicológica), lo cual se relaciona con la aparición de autodiagnósticos psicológicos. Es otras palabras, la información ubicada en internet, influiría en aquellos jóvenes que optan por autogestionar sus posibles síntomas emocionales. Ahora bien, las estadísticas de Cadem (2019, citado en Ampuero et al., 2021) apoyan estos hallazgos e indican que siete de cada diez personas han experimentado alguna afección psicológica como depresión, ansiedad o estrés; sin embargo, el 71% de los participantes no han acudido a un centro de atención en salud mental o en su defecto a un personal calificado para tratarlos.

En este sentido, Rodrigues et al. (2023) en una investigación realizada en la universidad de Ponta Grossa (Brasil), concuerda con lo que dicen Ampuero et al. (2021) sobre la búsqueda activa en internet y su relación con los autodiagnósticos, pero, su conclusión apunta a que, la abundancia de información en redes sociales sobre trastornos mentales, impulsa a los individuos

a auto diagnosticarse como una manera de integrarse socialmente y dar sentido a sus experiencias personales. En este caso, el fenómeno de los autodiagnósticos psicológicos podría vincularse desde la psicología de las masas propuestas por Freud (1921/2018), en la cual se planteó que, cuando la persona ingresa a un grupo, nace una tendencia que somete la racionalidad y el pensamiento crítico a la necesidad de conectar con las emociones compartidas.

Ahora bien, Corzine y Roy (2024) en su estudio bibliográfico señalaron que, aquellas personas que se auto diagnostican, defienden esas identidades construidas, debido a que la perciben como una parte esencial de sí mismos y como consecuencia de un temor y resistencia ante la evaluación de un personal de la salud. Afianzando así, los atributos y características asociadas a un diagnóstico psicológico, que están reforzados por la percepción de “rechazo” que podrían ejercer los profesionales de salud mental.

Para que se creen esas identidades construidas que Corzine y Roy (2024) indican en su estudio, Samuel et al. (2024) complementarían al señalar que se necesita del contenido viral (síntomas) alimentado por experiencias personales (influencers) en plataformas como TikTok, lo cual genera mayor interacción a diferencia del contenido creado por profesionales de la salud mental. Esto favorece la asociación entre comportamientos no clínicos y trastornos mentales específicos; por ejemplo, una persona que piensa que tiene un trastorno obsesivo compulsivo al haber notado un gusto peculiar sobre el orden por colores en su closet, podría interpretarlo como un indicador suficiente para un diagnóstico. En cuanto a las causas de este fenómeno, se ha propuesto que, las personas realizan esta conexión entre comportamientos y trastornos debido a dos factores, el primero por la búsqueda de información a través de las redes sociales (Ampuero et al. 2021), y el segundo lugar por la viralización e impacto de los videos (Samuel et al, 2024).

En investigaciones como las de Karasavva, et al. (2025) se pudo contrastar lo que anteriormente se planteó por Samuel et al. (2024) sobre lo viral, pero, acá se especifica que el poder ejercido en redes sociales como TikTok se afianza, debido a que muchos usuarios no se sienten escuchados por profesionales de la salud mental y acuden a la plataforma para validar síntomas de trastornos psicológicos como el TDAH. Esto influye en como el contenido podría incentivar a usuarios a atribuir de forma errada aquellas peculiaridades de la cotidianidad para convertirlas en signos y que, bajo la poca escucha de profesionales en salud mental seguirían promoviéndose mitos de diagnósticos en TikTok.

Desde otra perspectiva, para autores como Samacá-Salamanca et al. (2024) no todo es negativo, incluso ellos en sus resultados, indican que los centennials en México y Colombia, utilizan los medios digitales como herramientas autodidactas para la comunicación, entretenimiento y aprendizaje; sin embargo, Rodrigues et al. (2023) advierten que este acceso podría generar algunos efectos contraproducentes en relación con la salud mental, pues la sobreexposición a contenidos sobre psicopatologías (Samuel et al. 2024) y su explicación inmediata en internet, podría distorsionar la realidad emocional. De esta manera, para Samacá-Salamanca et al. (2024) los medios de comunicación digital podrían representar esa autonomía de aprendizajes, pero para Corzine y Roy (2024) favorece la construcción errónea de la identidad psicológica.

Mientras que la propuesta de Samacá-Salamanca et al. (2024) está direccionada al uso de las redes sociales como un medio de aprendizaje y autoformación, Cristancho et al. (2025) relacionan la viralidad e impacto de los videos (Samuel et al. 2024) con la corporeidad, la racionalidad y el sometimiento (Freud 1921/2018). Es decir, el contenido que se difunde en las redes sociales sobre experiencias personales (Samuel et al. 2024) asociadas al deseo de realizarse

operaciones estéticas, crea expectativas que fracturan la percepción del cuerpo y alimentan síntomas emocionales no reconocidos, debido a la exposición continua de estereotipos inalcanzables (Cristancho et al. 2025) en la generación Z.

Los Centennials para Valencia (2023) son los protagonistas de la actualidad en lo social, político y económico, cuyas interacciones se configuran por medio de lo que consumen, concibiendo su exterior mediante su teléfono y reduciendo sus mensajes a Emojis o Stickers. Según Sampietro (2023) los stickers son imágenes pequeñas con función metalingüística que complementan la interacción. El lenguaje entonces, muta hacia unas formas más concisas y visuales, obteniendo un papel central en las emociones, lo cual transforma esas interacciones en algo altamente simbólico. Valencia (2023), expresa que la generación mantiene preferencias específicas impulsadas por lo que consumen en internet, confirmando lo que Corzine y Roy (2024) señalan. Para la generación entonces, el contacto virtual se transforma en una cultura digital de interacciones en el contenido, que inciden en la interpretación de su realidad.

Ahora bien, Sánchez (2021) expresa que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la formación del individuo, puesto que no solo orientan la opinión pública, sino que contribuyen en las ideologías o pensamientos colectivos (Freud 1921/2018), esto facilita el análisis frente a la información que se consume y dependerá de los medios de comunicación digitales. En este sentido, Corzine y Roy (2024) con su propuesta de la construcción de identidad y Rodrigues et al. (2023) haciendo énfasis en la influencia de los contenidos virales, acompañan la idea central de Sánchez (2021) en como los canales informativos pasan a ser agentes de socialización, que moldean la forma en que las personas perciben el contexto y terminan volviéndose parte de lo que Freud (1921/2018) bautiza como alma colectiva.

Por otra parte, la constante búsqueda por internet que Ampuero et al. (2021) se intensificó durante la pandemia por covid-19, y es que Lozano et al. (2023) evidenciaron que cerca del 60% de los participantes colombianos manifestaban el deseo de mantenerse actualizado, el 70% aumentó el consumo de noticias tras el estado de emergencia, lo cual impulsó a las personas a buscar respuestas inmediatas a través de los distintos medios de comunicación. Estos hallazgos vislumbran un paralelismo entre la sobreexposición informativa durante la pandemia y la construcción del mundo de los jóvenes Centennials que plantea Valencia (2023) abordando su relación con la virtualidad y el consumo de información.

Dentro de sus análisis con jóvenes de Cartagena (Colombia) Canoles et al. (2023) muestran cómo los contenidos de los influencers en Facebook e Instagram (centrados en rutinas saludables de ejercicio y alimentación) generan un tipo de impulso que despierta en los usuarios el deseo de imitar los cuerpos (Cristancho et al. 2025) y el estilo de vida que se promueven en las pantallas. En este sentido, el anhelo de llegar a ser aquello “ideal” se refleja en la incidencia que los medios de comunicación tiene sobre la generación Z. Al no cumplir con esos estándares nacerían malestares emocionales internos de rechazo (Corzine y Roy, 2024) que necesitan ser resueltos de forma apresurada (Ampuero et al. 2021) y el contenido al poseer experiencias personales virales (Samuel et al. 2024) se volvería un pilar en el “manejo” del síntoma.

Autoras como Castilla (2021), comparte lo que Valencia (2023) indica sobre la comunicación trasformada en stickers, pero Castilla (2021) expresa que, además de ello, las redes sociales han codificado las interacciones en emoticones, acrónimos o modismos. Esta dinámica que propone la autora genera una realidad en donde los Centennials de Riohacha (Guajira) se identifican, al punto de que, distanciarse de las redes sociales implicaría desnaturalizar su realidad y disipar su personalidad (Corzine y Roy, 2024). Este fenómeno

guarda una estrecha relación con lo propone que Samacá-Salamanca et al. (2024) quienes vislumbran la idea de los Centennials y los medios de comunicación como espacios de autoformación y socialización.

En su investigación con jóvenes valduparenses Barrios y Linares (2025), indican que las redes sociales pueden convertirse en un espacio de conflictos interpersonales de los cuales se derivan malentendidos, dependencia digital, comparación constante, desconexión emocional y tensiones generadas en las relaciones. Esto se conecta con lo que Valencia (2023), Cristancho et al. (2025) y Samuel et al. (2024) sobre como ese metalenguaje influye en la percepción de la generación Z sobre sus expectativas internas basándose en el contenido viral.

Adicional a lo anterior, Molina y Morelis (2025) en su investigación cuantitativa, concluyen que existe una gran relación entre el uso del Instagram y la autoestima en adultos emergentes valduparenses, demostrando una correlación negativa entre las categorías (mayor tiempo de exposición, menor autoestima), ahora bien, aunque el género femenino mostro una autoestima ligeramente más alta las puntuaciones variaron entre ambos géneros. Las observaciones de Cristancho et al. (2025) analizan este fenómeno de estereotipos digitales y percepción corporal, lo cual reafirma los efectos psicológicos que se presentan por el uso intensivo de las redes sociales en la generación Centennials.

A modo de cierre, Galván-Aroca (2024) indica que las plataformas digitales también pueden servir como herramienta de promoción para medios de comunicación formales (periodismo), pero la presión por encontrar información viral (Samuel et al. 2024) compromete la veracidad de los reportajes, lo cual promueve la confusión en la generación Z frente al contenido que encuentran en redes sociales. Esto se vuelve peligroso porque la generación está en búsqueda de una identidad (Corzine y Roy, 2024) en las plataformas digitales, imitando

estilos de vida (Canoles et al. 2023) que mayormente son creados por información falsa (Galván-Aroca, 2024).

La contaminación psíquica en el algoritmo

Para fundamentar la relación entre las categorías autodiagnósticos, Centennials y medios de comunicación, uno de los postulados que encaja en el fenómeno es la psicología de las masas y el análisis del yo de Freud. El teórico indica que, las personas cuando ingresan a una manada, empieza una fase de perdida en su individualidad y así poco a poco se va construyendo un alma en la colectividad (Freud, 1921/2018).

La generación Z y su relación con los medios de comunicación, establecen entonces un dialogo con las ideas masivas, cargadas de experiencias personales; estas iniciativas casi siempre están mediadas por el algoritmo a través de la viralidad (Samuel et al. 2024) y una búsqueda activa (Ampuero et al. 2021), pero, la contaminación inicia cuando el contenido mantiene una relación estrecha con los pensamientos del internauta, lo que, según autores como Rodrigues et al. (2023) podría dar sentido a sus experiencias.

En los Centennials se manifiesta lo que Freud (1921/2018) llama como “infección psíquica”, la cual inicia con la búsqueda de validación, en la información que un usuario encuentra dentro del medio de comunicación digital; el internauta hace su proceso de búsqueda, encuentra un video con el que se identifica y así, inicia la contaminación de sus pensamientos convertidos en síntomas emocionales, dando paso a una distorsión en su realidad (Samuel et al. 2024).

La identificación y la imitación como un tipo de desinhibición patológica

Una multitud pierde la esencia de sí misma y los rasgos personales con la identificación de la masa, por ende, la individualidad desaparece en un primer instante para darle paso a una

inconsciencia social, es decir, aquella propuesta que se basa en la desintegración particular del pensamiento y los sentidos para actuar con base en la imitación, desapareciendo el freno de la conciencia moral y suprimiendo las represiones de las tendencias inconscientes, o dicho de otra forma, todo lo que se cataloga como malo en las personas (Freud, 1921/2018).

Para Freud (1921/2018) el instinto que nace en la masa es cruel y vacío, por ende, las ideas contrarias al grupo son objeto de una brutal destrucción. Es decir, un internauta se sumerge en los medios de comunicación y define parte de sus características personales basándose en las indicaciones del contenido que consume (Corzine y Roy, 2024), por ende, esto le permite ceder a impulsos y/o adoptar comportamientos que, en soledad habría reprimido de manera forzosa, en consecuencia, se exteriorizan tendencias de su inconsciente y se justifica su reacción errática bajo el amparo de la categoría diagnóstica la multitud.

Sugestión y libido como lazo afectivo

Para que una idea pueda ser adquirida por una multitud Freud (1921/2018) indica que, debe estar dotada de sugestión (tipo de fascinación que paraliza el pensamiento crítico, para estar en armonía con la idea) y libido (instintos relacionados con el amor hacia la idea). Ahora bien, si la intención es acentuar el lazo de un usuario con las propuestas de una masa, es esencial que se cree una conexión afectiva con todo el contenido encontrado en los medios de comunicación digital, en ese instante el lazo libidinoso (amor hacia la idea compartida de los demás) consiente el tránsito hacia el camino de la sugestión.

Esta conexión permite entretejer la obediencia y la imitación sin espacios para objeciones que derrumben los efectos de la influencia. El contenido en redes sociales y demás, a través de los medios de comunicación digitales promueven visiones de vida altamente desligados de la realidad, sin argumentos lógicos ni coherencia alguna, más bien imágenes, videos cortos y

sugerencias cargadas de afectividad con una verdad sugerida sin cuestionamientos. Así, la continua exposición de contenido viral referente a la salud mental cede el paso a la patologización de la cotidianidad y sus mecanismos para enfrentarla.

Las transiciones identitarias

Para autores como Corzine y Roy (2024), la transición de una persona en sus etapas del desarrollo y la construcción de su identidad, están cargadas de una gran angustia, esto sucede debido a que se busca definir el “quien soy yo” y “a donde pertenezco”. Es decir, un joven en sus intensas ganas de identificarse con algún espacio necesita reconocerse a sí mismo para situarse en un grupo, y así mantener un papel. Este fenómeno que Corzine y Roy (2024) indican al inicio, Bronfenbrenner (1987) lo clasifica como “transición ecológica”, es decir, para definir las relaciones entre aquellos entornos del individuo (participación, comunicación e información encontrada en medios de comunicación digitales), primero debe cambiar el rol que este representa, y así su identidad pueda ser afianzada en la red digital.

En los Centennials, esta transición está ligada con la tecnología, el hecho de entrar a un mundo virtual que exige una posición y una participación redefine el papel que ellos cumplen en las plataformas y su relación con los autodiagnósticos. Esto lo confirma Bronfenbrenner (1987) indicando que, el rol en un contexto de pertenencia es casi mágico, debido a que la persona puede modificar quien es (construcción del usuario) y sentirse como eso que cree que es (afianzar por medio del contenido unos posibles síntomas), para robustecer su existencia con los demás (validación de sus reacciones) y de cierta manera incurran a una posible imitación de estándares de vida (Canoles et al., 2023) que afectan de forma significativa la percepción de sí mismos (Cristancho et al., 2025). En otras palabras, este sería el inicio para construir una identidad que permita ingresar a un alma colectiva (Freud, 1921/2018).

Vinculaciones Conceptuales y Prácticas

Antes de identificar la relación entre el grupo de estudio (generación centennials), el fenómeno (autodiagnóstico) y el canal que permite que se manifieste (medios de comunicación), es indispensable, reconocer que, las categorías juntas dialogan con teóricos como Freud (1921/2018), que indica la importancia de aquellas ideas gestadas en lo colectivo, y Bronfenbrenner (1987), con su apuesta sobre la creación de roles sociales cuando se ingresa a un grupo. Esto es fundamental para explicar con mayor claridad las experiencias de los entrevistados frente a la problemática a estudiar.

Ahora bien, para comprender las convergencias que existen entre las categorías, es necesario definirlas a fondo, iniciando con el autodiagnóstico, el cual puede entenderse como un proceso de identificación individual con un diagnóstico médico (sea una condición de salud mental o enfermedad física) sin la valoración de un profesional; este fenómeno ha cobrado fuerza con el acceso a información digital masiva y la búsqueda de respuestas personales en plataformas digitales (Foster y Ellis, 2024). Por otro lado, Los canales virtuales, que según Palomino (2025), son aquellos espacios en los cuales se intercambia información entre usuarios y productores de contenido digital, a través de todas las plataformas que se encuentre en internet.

Por último los protagonistas de todo el fenómeno, es decir, la generación Centennial o conocida también como Z, la cual está conformada por aquellos jóvenes nacidos entre 1997 y 2012, que, además de ser exigentes con el contenido digital que consumen, comparten sus reacciones por medio de publicaciones en las plataformas digitales (Jiménez et al., 2019, como se citó en Cascante, 2023); esto, además de estimular iniciativas de autoaprendizaje (Samacá-Salamanca et al. 2024), también influye en la construcción de un perfil virtual identitario (Corzine y Roy, 2024) que reconoce a la generación como la indicada para ser objeto de estudio.

Por tanto, la conexión entre aquellas definiciones de autodiagnósticos, los medios digitales como influencia y las peculiaridades de la generación Centennials, permiten justificar la necesidad de explorar la temática y así definir el cómo los jóvenes gestionan su salud mental por las aplicaciones en línea.

MOMENTO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLÉMICO

Enunciación al campo temático y acercamiento al problema de investigación

En consideración con los temas tratados dentro del proyecto (generación centennials, medios digitales, autodiagnósticos), la línea de investigación que más se adecua es Salud y Bienestar en Contextos diversos. Su pertinencia se basa en que su ubicación está en el campo de psicología clínica y de la salud, la cual busca comprender aquellas anomalías emocionales del ser, o, en el caso de la investigación, las experiencias de los jóvenes entrevistados.

Según autores como Ampuero et al (2021) “el autodiagnóstico es un proceso en el que se emplea el internet como herramienta para buscar información sobre psicopatologías que posteriormente serían auto atribuidas por la persona”. Es decir, el autodiagnóstico se manifiesta cuando los individuos ante la presencia de una serie de síntomas físicos o psicológicos recurren a los diferentes motores de búsqueda para hacer una comparación de sus experiencias y la información encontrada en los distintos medios digitales. Usualmente este fenómeno se intensifica por la facilidad de acceso a contenidos que, no siempre están avalados y verificados en la comunidad científica. A causa de esto, es posible encontrar casos en los cuales individuos sanos etiquetan sus comportamientos como patológicos después de haber obtenido información a través de los diferentes medios digitales. Y en casos críticos los individuos podrían asociarlos con cuadros subclínicos o clínicos de salud mental.

En la actualidad, los medios digitales de comunicación influyen en diferentes áreas del ser humano, así mismo, se han convertido en una gran fuente de información sobre morbilidad en la salud física y psicológica. Al ser medios libres y gratuitos las personas expuestas a este contexto son más susceptibles de evaluar la presencia de comportamientos disfuncionales en su vida cotidiana.

Ahora bien, esto influye en la interpretación errónea de su estado mental, consolidando estigmas relacionados con la morbilidad en la salud física o psicológica. Lo cual podría fomentar la rápida promoción de medidas de autocuidado dañinas, por medio de la autogestión del problema (automedicarse, auto intervenir, auto diagnosticarse) extendiendo estados mórbidos colectivos (Freud, 1921/2018). Corzine y Roy (2024) denominan a este fenómeno “enfermedades socio génicas masivas”, refiriéndose a la rápida propagación de síntomas en un grupo específico sin causa o definición médica alguna. Dado a que es un tema novedoso en Colombia, es fundamental estudiar a fondo las posibles consecuencias; esto definirá algunas aristas del objeto de estudio (autodiagnóstico) además de apoyar las distintas maneras en la que influye la información encontrada en los medios de comunicación (reconocimiento temprano de psicopatologías).

Pregunta de investigación

Ante este panorama surge la necesidad de preguntarse ¿Cuáles son las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de medios digitales?

Propósitos

Central

- ✓ Comprender las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de medios digitales.

Derivados

- ✓ Explorar las condiciones que llevan a los jóvenes a realizar autodiagnósticos psicológicos mediante el uso de medios digitales.
- ✓ Describir percepciones, emociones y significados que los jóvenes atribuyen a su experiencia de autodiagnóstico.
- ✓ Interpretar las consecuencias y repercusiones que estas prácticas generan en la vida cotidiana.

Justificación

La presente propuesta se justifica en la medida que permite fomentar la comprensión del propósito central en la investigación sobre las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de los medios digitales. Por ende, la investigación se vuelve pertinente debido a que permite estudiar de forma detallada las dinámicas socio digitales de los entrevistados y el aporte de los medios de comunicación en la transformación de sus subjetividades, además, en cómo incide el entorno digital sobre sus decisiones cotidianas.

Esta investigación también se hace necesaria debido a que, la juventud en su afán por pertenecer a un grupo, puede desconocer las consecuencias de adquirir roles grupales sin un análisis crítico previo; en esta época, el quehacer psicológico se está promoviendo, sin embargo, se confunden las intenciones y la percepción que tienen los jóvenes de ella, es decir, la finalidad no está en encontrar bienestar en la salud mental, sino en categorizar aspectos generales de la vida cotidiana para psicologizar todas sus experiencias.

Otra razón importante es que este proyecto propone un enfoque experiencial y contextual de trabajo que abre la puerta para que futuros investigadores sigan accediendo desde lo cualitativo a perspectivas vividas que nacen en las interacciones humanas, abrazando las

subjetividades, los relatos y las experiencias, lo cual permite revelar aspectos que son catalogadas como “invisibles” en las métricas.

MOMENTO III DISEÑO METODOLÓGICO

Enfoque y tradición de la investigación

La investigación se escribe en un paradigma interpretativo con un enfoque cualitativo. El enfoque cualitativo es aquel que utiliza el relato para identificar atributos en los participantes, por ende, las palabras son más fundamentales que la extracción numérica (Arias, 2012). Esta elección nace por la necesidad de explorar la subjetividad y el mundo de vida (lebenswelt) de los participantes (Castillo, 2020). Su finalidad no se basa en que tan frecuente es el autodiagnóstico, por el contrario, se busca la comprensión del significado que los jóvenes otorgan a la práctica digital.

Ahora bien, confirmando la tradición fenomenológica, autores como Hernández-Sampieri y Mendoza (2020), indica que el objetivo central está en indagar, describir y comprender las experiencias, con el propósito de identificar significados y elementos en común que emergen de tales vivencias; para Castillo (2020), este dispositivo metodológico permite que, el investigador pueda incluirse en el fenómeno y verlo desde un enfoque propio (epoché) y no ajeno a los supuestos previos del ojo exterior. Este diseño es el que mejor se adapta en el desarrollo de la investigación y, además, permite apreciar lo que esencialmente percibe un Centennial al diagnosticar su salud mental por medio de una pantalla.

Por otro lado, en la construcción del diseño metodológico se hizo necesario combinar dos tradiciones cualitativas, en este caso la fenomenología, que busca recopilar las experiencias vividas de los participantes sin ningún tipo de manipulación por parte del investigador (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2020) y la teoría fundamentada, utilizada para entender a

profundidad los significados e interpretaciones de cada uno de los entrevistados, por medio de la construcción teórica posterior a la recopilación de los datos (Strauss y Corbin, 2002/1998). Autores como Salmon y Buetow (2023) argumentan que combinar dos métodos cualitativos congruentes fortalecen la validez de los proyectos de investigación, expresando a través de sus resultados que, el uso secuencial de la fenomenología y la teoría fundamentada aumentó la comprensión del fenómeno y además fue clave para potenciar la credibilidad, validez y responsabilidad con los hallazgos investigativos.

Muestreo, unidad de estudio e informantes claves

Para definir la unidad de estudio se tomó una serie de muestras en los informantes claves que cumplieron con las características de la gran categoría, de esa forma sus aportes fueron necesarios en los sustratos de la investigación. De acuerdo con Arias (2012) la población o unidad de estudio, es un cúmulo de elementos que poseen características comunes y que, sus experiencias aportaran una muestra representativa y finita para las conclusiones de la investigación.

Por otro lado, el muestreo utilizado fue no probabilístico de tipo intencional u opinático, puesto que, dentro del desarrollo de la investigación, la unidad de trabajo cumplía con ciertas características acordes a las categorías a trabajar. Arias (2012) define el muestreo no probabilístico como aquel procedimiento de selección que desconoce eventualidades dispuestas en las personas estudiadas, además para los autores este muestreo de tipo intencional u opinático reúne los elementos escogidos que obedecen a juicios preestablecidos por el investigador.

Bajo la lupa del enfoque cualitativo para trabajar las categorías se tomó el instrumento de entrevista con preguntas a profundidad, una técnica que no es estandarizada, por ende, reúne las experiencias de autodiagnósticos psicológico en jóvenes Centennials a través de medios

digitales. Según Arias (2012) la entrevista como técnica de diálogo, le permite al investigador obtener información del entrevistado acerca de un tema determinado.

Ahora bien, para garantizar una riqueza en los hallazgos, los participantes deben cumplir con los siguientes criterios de elegibilidad:

Criterios de inclusión:

- Jóvenes pertenecientes a la generación Z (18 a 28 años)
- Usuarios activos de medios digitales que refieran un consumo considerable.
- Haber utilizado el contenido digital (redes sociales, aplicaciones, podcast, I.A) como fuente de búsqueda para referenciar o validar contenido asociado a la salud mental.

Criterios de exclusión:

- Estudiante de psicología o profesional de salud mental (al estar formado con aquellos conocimientos técnicos y/o experiencia en salud mental, se pueden generar sesgos en los relatos).
- Que sea menor de edad (el participante debe poseer una edad que le permita la autonomía legal; en caso de que cumpla con el requisito, pero necesite de su tutor legal, ambos tendrán que aceptar participar mediante un consentimiento informado).

Instrumento de recolección de información

La técnica principal es la entrevista fenomenológica a profundidad. Distinto a la entrevista estructurada, la finalidad de esta técnica es un tipo de flujo conversacional y para autores como Moreno - López (2014) resulta útil en la recopilación de aquellos datos experienciales. En este caso, el investigador actúa como un promotor de reflexión hacia el

entrevistado y su intención está en entretenerse con la narrativa del fenómeno sin supuestos previos. Así mismo, se diseñó un guion de entrevista semiestructurado en dimensiones preestablecidas como generación Centennials, autodiagnósticos y medios de comunicación; su finalidad define la garantía en la validez del contenido para la pertinencia conceptual de los interrogantes, sometiendo a un juicio externo por un experto.

Definición conceptual de las categorías y subcategorías apriorísticas

La investigación inició con un proceso de codificación abierta para establecer categorías y subcategorías apriorísticas, esto dio paso a construir los ítems de la entrevista. En la creación de la entrevista se establecieron guías temáticas vinculadas a los autodiagnósticos, generación Z y medios de comunicación. De acuerdo con lo anterior, se induce con el guion a que el participante responda acorde al fenómeno estudiado para crear brechas que den paso a nuevas temáticas. La recolección de los relatos y la codificación inductiva con naturaleza hermenéutica, posibilitaron el surgimiento de una serie de dimensiones emergentes que acompañan a los componentes iniciales de la investigación.

Ahora bien, para desglosar el significado de las categorías centrales preconcebidas, es fundamental definir la naturaleza de los conceptos, dando paso a la generación Centennials o Z, que, según autores como Arango et.al (2020), este gran grupo de jóvenes están dentro de un rango de nacimiento ubicado entre 1997 y 2012, su clasificación se visibiliza por estar en la mitad de 2 milenios distintos.

Por otro lado, la segunda categoría presente en la investigación es los medios de comunicación digitales, para palomino (2025), estos espacios se destacan por generar comunicación e intercambio de información entre usuarios y productores de contenido digital, es decir, la interacción esta mediada por una barrera física que contiene una libertad virtual; por

último en el cierre de las categorías preconcebidas se encuentra los autodiagnósticos, es decir, el proceso en el que se emplea el medio de comunicación digital, que comúnmente es llamada “internet”, para buscar información sobre psicopatologías con la finalidad de ser auto atribuidas por la persona (Ampuero et al., 2021).

Las 3 clasificaciones iniciales junto con sus definiciones dan paso a lo que sería entonces el fenómeno estudiado, es decir, las experiencias de aquella generación atrapada entre 2 milenios, que, por medio de un recurso de comunicación digital, inician un recorrido por las distintas realidades virtuales, encontrándose con lo que sería una conexión interna entre el internauta y el contenido “sugerido”, lo cual influye en su estado de ánimo y da paso a lo que podría presuntamente ser un autodiagnóstico. Cabe resaltar que, al ser categorías tan experimentales, las subcategorías no están establecidas, por ende, el proceso de tamizaje con los entrevistados fue fundamental para reconocer otras áreas del fenómeno.

En cuanto a las categorías apriorísticas, la percepción de la psicología no se encontraba inicialmente como una subcategoría dentro del estudio; sin embargo, dentro de la aplicación de las entrevistas se evidenció su relevancia analítica. En particular el guion de la entrevista incluyó preguntas orientadoras para que los participantes reflexionaran sobre su experiencia en este ámbito. Del mismo modo, la influencia del algoritmo se consolidó como un elemento determinante, ya que el contenido consumido en entornos digitales, incidían en la forma en la que construían sus posturas frente a los psicodiagnósticos. Así, el proceso de inducción de las temáticas en la entrevista, favorecieron un proceso de codificación más sólido, lo cual permitió identificar con mayor precisión los resultados finales.

Procesos de análisis de información

Buscando una mayor validez en la investigación y para enriquecer la comprensión del estudio, fue fundamental utilizar como paso a seguir la teoría fundamentada que, según Strauss y Corbin (2002/1998) es aquel método de análisis que permite la presencia de teorías emergentes derivadas de los datos recopilados que sustentan las experiencias, lo cual apunta a generar nuevo conocimiento basado en la interpretación del fenómeno estudiado.

El tratamiento de la información se realizó durante un proceso secuencial de comparación, dividida en, inmersión para transcribir como primer paso y codificación abierta, axial y selectiva (Strauss y Corbin 1994, como se citó en Monge Acuña, 2015).

Inmersión para transcribir: Siendo el proceso de extracción y transcripción de entrevistas grabadas, respetando muletillas, pausas y algunas expresiones emocionales relativas al relato. Se revisó en varias ocasiones las grabaciones para poder ajustar e identificar el tono de cada uno de los participantes, gracias a eso, la transcripción pudo ser ajustada permaneciendo fiel a la esencia de la información recogida, cada documento creado fue bautizado con un alias y la inicial M y F para determinar el género y otra más “D” para distinguir a una persona con discapacidad.

Antes de pasar los tipos de codificación, las entrevistas se montaron a un procesador de texto asistido por computadora nombrado ATLAS. Ti, (Lumivero, 2024) según autores como Hernández, et al., (2014) el programa, desarrollado en la universidad técnica de Berlín por Thomas Muhr, segmenta los datos en unidades de significado, lo que apunta a la codificación, relación de conceptos y categorización de los distintos temas a trabajar según el esquema del investigador.

Codificación abierta: Es aquí, en donde se analiza la entrevista y se identifica un código, de allí, el siguiente paso es etiquetar el párrafo que reúne la descripción del fragmento. La

investigación sobre las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials por medios de comunicación, arrojó en su primer filtro de codificación 39 códigos, de los cuáles identificación emocional (32 citas), búsqueda intencionada (30 citas), Confianza en el contenido (23 citas), posible autodiagnóstico (21 citas), entre otros, sumaron una relación directa a las experiencias de cada participante, lo que permitió establecer códigos muy específicos, pero replicables a muchos de los relatos.

Codificación axial: Se define como aquellos códigos categóricos pertenecientes a un grupo. En esta fase, las características similares de los fragmentos interactúan entre sí y su relación compacta una categoría. En la investigación se logró establecer 7 grupos específicos o categorías apriorísticas que abrazaban una lista amplia de similitudes entre códigos, por ejemplo, la percepción del servicio en psicología, este grupo se destaca por recoger experiencias positivas o negativas del servicio en salud mental, y muchas de las entrevistas arrojaron similitudes en sus relatos acerca de su punto de vista anterior o posterior a la consulta, incluidos los puntos de vistas externos a esta.

Categorización selectiva: O bien llamada integración de temas centrales; en este apartado surgen grandes categorías que juegan con las inicialmente concebidas (autodiagnósticos, generación Centennials, medios de comunicación), pero además emergen algunas otras que, como lo es los mecanismos de defensa en contextos sociales. Esta categorización indica de inicio a final el desarrollo del fenómeno, dando paso a la comprensión de las distintas experiencias.

Consideraciones éticas

Esta investigación se rige por las normas técnicas con seres humanos, por ende, sigue los lineamientos de la resolución 8430 de 1993, específicamente su capítulo 2 “De la investigación en comunidades” y capítulo 3 “De la investigación en menores de edad o discapacitados”

acogiéndose a sus debidos artículos, para así garantizar la participación voluntaria de cada uno de los entrevistados. Ahora bien, la naturaleza de la investigación no incita a conocer aspectos muy personales de los participantes, por ende, al ser solo experiencias recopiladas por medio de entrevistas, la clasificación de riesgo según el artículo 11 de la resolución 8430 de 1993 es nula (sin riesgo). En caso tal de enfrentar una posible crisis, como personal capacitado en psicología podrá pausarse las entrevistas y aplicar los primeros auxilios psicológicos.

La investigación está cubierta en el marco de los principios rectores de Manual Bioético y Deontológico (2019), específicamente la beneficencia (generar condiciones de bienestar para el participante), no maleficencia (acción enmarcada en evitar lo más posible el riesgo y promover el bienestar) y la autonomía (permite que el participante siga o no en el proceso de investigación), para evitar los posibles riesgos que se presenten en las entrevistas.

Por otro lado, es indispensable reconocer aspectos asociados a la confidencialidad, el secreto profesional y los principios éticos que mantengan el bienestar del participante. De acuerdo con la ley 1090 (2006) en el artículo 23, “el profesional está obligado a guardar el secreto profesional en todo aquello que por razones del ejercicio de su profesión haya recibido información”, por ende, cualquier información que los participantes faciliten será manejada con prudencia y con cautela, sin determinar nombres o aspectos que los identifique ni exposición de datos sensibles.

Ahora bien, la investigación no manipulará conductas, puesto que al ser una entrevista y un diálogo a profundidad la información recogida se tabulará y se usará de forma encubierta en la investigación para así determinar unos resultados generales; para efectos del cumplimiento en lo anteriormente dicho la ley 1090 en su artículo 51, especifica que “Es preciso evitar en lo posible el recurso de la información incompleta o encubierta. Este sólo se usará cuando se

cumplan estas tres condiciones: a) Que el problema por investigar sea importante; b) Que solo pueda investigarse utilizando dicho tipo de información; c) Que se garantice que al terminar la investigación se les va a brindar a los participantes la información correcta sobre las variables utilizadas y los objetivos de la investigación”.

En conclusión, para el cumplimiento de la investigación es fundamental que, de acuerdo a la ley 1090 en su artículo 50, “Los profesionales de la psicología al planear o llevar a cabo investigaciones científicas, deberán basarse en principios éticos de respeto y dignidad, lo mismo que salvaguardar el bienestar y los derechos de los participantes”, por ende, para ser parte de la investigación cualquier informante clave deberá leer y firmar un consentimiento informado que se encuentra en la siguiente página.

MOMENTO IV PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Análisis descriptivo

La investigación arrojó una serie de resultados que se entretajan con las categorías iniciales y juntas interactúan para encontrar una posible comprensión de las experiencias en autodiagnósticos a través de los medios digitales. En esta sección se identificarán aquellos patrones que más sobresalen en la triangulación del estado del arte, los informantes claves y la visión del investigador, todo esto basándose en los lineamientos del enfoque cualitativo y la tradición fenomenológica, los cuáles influyeron en el cumplimiento de los propósitos proyectados en la investigación.

Para comprender las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de medios digitales, se realizaron una serie de pasos enfocados en la exploración de las experiencias, descripción de las percepciones e interpretación de las

consecuencias que estas prácticas generan en la vida cotidiana, además, se incluyó el componente de relación con el servicio de salud mental.

Cada entrevista realizada fue proyectada en un entorno virtual, específicamente en la aplicación teams; la pertinencia de la aplicación permitió grabar las conversaciones y observarlas a cabalidad, gracias a eso se logró una precisión en el análisis por el software ATLAS. Ti. El proceso de recolección y transcripción dio paso a la etiqueta de códigos en los relatos, permitiendo cumplir con los 3 tipos de codificación de Strauss y Corbin (1994, como se citó en Monge Acuña, 2015) que dio apertura al fenómeno para explorarlo minuciosamente y empezar el paso 2 de los propósitos, es decir la descripción.

Percepciones, emociones y significados atribuidas a las experiencias

Para percibir en los relatos los significados que cada participante centennials le da a la temática englobada en autodiagnósticos y medios de comunicación digitales, se inició con un proceso de etiquetas. La similitud y relación en los comentarios de los entrevistados influyó en el surgimiento de 39 códigos (codificación abierta), 7 grupos apriorísticos (codificación axial) reunidos en 3 temas centrales y 1 dimensiones emergentes (codificación selectiva).

Los códigos reúnen una serie de citas que, al ordenarlas de forma descendente, se ubican dependiendo las veces en las que se etiquetó un fragmento asociado a cada uno de los relatos. Códigos como identificación emocional (32 citas), búsqueda intencionada (30 citas), confianza en el contenido (23 citas), posible autodiagnóstico (21 citas) e influencia del algoritmo (15 citas), mantenían una alta presencia en las entrevistas.

Esto traduce que, en los participantes prevalece la subjetividad y la validación sobre la etiqueta psicológica (identificación emocional) y que, aunque el contenido se refleje de manera automática (influencia del algoritmo), nace un esfuerzo consciente por profundizar en temas de

salud mental (búsqueda intencionada), lo que guarda una relación afectiva con el contenido, en palabras menos, se infectan psíquicamente sus emociones personales y se convierten en un sentimiento colectivo (Freud, 1921/2018).

En el presente análisis, los temas centrales reúnen los elementos vinculados a la validación, entendida no solo como un proceso de aceptación social, sino también como un elemento que incide en la construcción de la percepción del servicio en psicología, asumida en este estudio como categoría apriorística. De igual manera, se consideran las formas en que el participante interioriza su experiencia con entornos tecnológicos, así como las respuestas generadas por estas, ya sea desde el escepticismo o la aceptación mediadas por procesos de sugestión digital influenciados por el algoritmo. Ahora bien, la información recolectada ha sido organizada bajo los siguientes 3 temas centrales de donde se desprenden las 7 categorías apriorísticas que permite una estructura lógica del hallazgo.

Internalización por contacto/generación centennials

Los centennials, además de pertenecer al mismo grupo etario, comparten una peculiaridad con las expectativas, confirmando lo que Sánchez-Caballé et al. (2024) indican acerca de que ellos, poseen un razonamiento técnico que se centra en encontrar de manera efectiva lo que necesitan, pero son susceptibles a la frustración cuando las cosas no salen acorde a su realidad; esto concuerda con lo que dice Arango et.al (2020), de las exigencias puestas en la información encontrada por internet. Ahora bien, los relatos de los jóvenes Z entrevistados reflejan un tipo de contagio digital incentivado por una consciencia moral colectiva (Freud, 1921/2018); ya el participante no interioriza bajo un criterio personal, sino que, el contacto con la pantalla modifica su subjetividad.

Procesos de autoexploración psicológica

Acá, se reúnen códigos asociados a los auto conceptos e identificación de patrones emocionales, de crianza y somáticos. La introspección y la reflexión de los participantes hacia la temática, define claramente como el contenido que consumen, se refleja en la construcción de muchas áreas subjetivas de sí mismos, lo cual coincide con lo que Corzine y Roy (2024) indican sobre la construcción de una identidad virtual incentivada por experiencias personales (Samuel et al. 2024) en las redes sociales. Por ende, la interacción en lo biológico, la psiquis y el contexto por el que transita, estaría comprometida tanto en el discurso de la mayoría de los participantes, como en la iniciativa por autogestionarse, dato confirmado en un fragmento relatado por la Entrevistada M.Y la cual expresa lo siguiente: "pues quería tratarme yo misma y buscaba información sobre cómo controlar las emociones frente a cualquier tipo de situaciones".

Respuestas emocionales frente al contenido psicológico

A diferencia del grupo "interpretación de contenido", donde la persona le da un significado a aquello que ve y siente, acá lo que importa es la reacción afectiva inmediata, es decir, se reduce a un impulso no pensado que se puede mantener en el tiempo y que además puede convertirse en conflictos interpersonales a futuros por la dependencia digital (Barrios y Linares, 2025). Ahora bien, existen unos códigos, que por su naturaleza dialogan con otros grupos, puesto que su esencia se los permite, por ejemplo, el señalamiento, la preocupación y el desespero funcionan como respuestas emocionales que derivan mecanismos de defensas en la construcción subjetiva de posibles síntomas asociados a la exposición del contexto socio/virtual. A continuación, varios ejemplos de relatos que transitan entre el desespero, la preocupación y el señalamiento:

Desespero:

“Entonces me siento identificada, pero quisiera como que, o sea, yo me yo me identifico, pero quisiera algo que me dijera de una vez, sí, eso es lo que tú tienes” (Entrevistada L).

Preocupación:

“puedo sentir no sé, incertidumbre, puede ser preocupación, desespero ya depende el resultado de la búsqueda” (Entrevistada M.A).

Señalamiento:

“Porque sí me daría como pena que de pronto me señalen, al momento de yo estar con esa persona, explicarle y no logre que él o ella me entienda lo que yo siento” (Entrevistada G).

Mediación y sugestión/medios digitales de comunicación

Los canales digitales donde se reúne la información que los internautas entrevistados buscan, pasan de ser una mera recopilación de datos a un caudillo digital, debido a que poseen un poder total en los grupos que lo comparten y se vuelve una guía inquebrantable. Para Freud (1921/2018) la sugestión y la libido en una masa requiere un lazo afectivo que impulse la obediencia, por ende, aquel caudillo (medios de comunicación), en su afán de mantener el poder, permite que el usuario perciba una falsa autonomía (búsqueda intencional), para que así se mantengan las ideas colectivas (experiencias de otros) que presenta el algoritmo. En muchos de los participantes, la identificación con otros perfiles y la saturación de información sobre salud mental impulsa al internauta a convencerse de que lo recomendado por las aplicaciones es lo que sucede en su vida real.

Influencia algorítmica en la interpretación del contenido psicológico

En este apartado los códigos explican por qué y cómo se construyen las actitudes de los entrevistados frente a la confianza y desconfianza del contenido, lo que ven, cómo es

recomendado y que influencia tiene el algoritmo sobre su pensamiento. Frente a la relación pensamiento/contenido a la entrevistada G indico que “Yo lo intuyo y lo relaciono también porque es sobre pues lo que siento y es lo que pues he leído en todo lo que yo he investigado” es decir, si el contenido resuena con el pensamiento actual se ajusta a la creencia y el participante se forma con ello (Sánchez, 2021).

Códigos como “competencia humana vs maquina” evalúan la credibilidad de la maquina y el profesional, es decir, que tanto cumplen con las necesidades y aspiraciones, para así definir con quien quedarse, solo que, la influencia del algoritmo y el contenido de “para ti” influyen en la estimulación afectiva del usuario, por ende, la decisión ya está tomada.

El “para ti” filtra la información menos asociada a la búsqueda intencionada basándose en un intercambio de interacciones cerradas para mantener el foco del participante en la temática viral (Samuel et al. 2024), es decir, un tipo de persuasión algorítmica basado en los intereses del internauta; eso se pudo notar con la mayoría de los entrevistados incluso uno indicó que “Bueno, sí, así funcionan también las redes sociales, ¿no? Cuando el algoritmo ve que te gusta algo, pues te lo muestra un montón. Entonces sí, creo que es porque ve que me interesa” (Entrevistada Y). Por último, muchos de los participantes definieron TikTok, Meta, Chatgpt, Google y algunos podcasts como herramienta de utilidad práctica sobre un posible proceso terapéutico rigurosos, esto debido a que para ellos, los medios digitales dan respuestas instantáneas y soporte afectivo, lo que brinda practicidad.

Actitud frente a la credibilidad del contenido psicológico

Este grupo reúne el resultado de la confianza y la duda. Es aquí donde el entrevistado racionaliza que tan valida es la información que consume, en los medios de comunicación digital y así, definir una postura acerca del contenido. Los códigos de confianza y poca credibilidad

representan 2 los extremos en las entrevistas, sin embargo, en el proceso de codificación la confianza esta 11 veces más citada que la desconfianza, lo que confirma que, los entrevistados colocan grandes expectativas en el contenido. Los siguientes fragmentos, son una muestra de la actitud en algunos entrevistados.

Caso 1:

“puede que los demás tengan como otra perspectiva acerca de lo que uno siente, pero pues como ya uno ha visto cosas en internet, ya uno de pronto tiene como un hábito para mejorar eso que uno siente, entonces pues. O sea, me dejo como llevar realmente” (Entrevistada G).

Caso 2:

“Bueno, yo creo que si no es de un profesional la opinión encontrada en redes sociales claramente no es confiable, pero. Hay gente que sí lo cree, pero en mi caso no” (Entrevistado B).

Interpretación del contenido psicológico

Los códigos incluidos en este grupo mantienen un tinte emocional, acompañado del juicio y la evaluación de lo que muestra el contenido, todo esto con la intención de definir que son y que puede llegar a tener (Corzine y Roy, 2024). El grupo no tiene matices positivos o negativos, por el contrario, los entrevistados en sus relatos expandieron los saberes previos por medio de los encontrados en las redes sociales, esto con la intención de clasificar conceptos con bases sólidas (según la confianza en el contenido) y a raíz de eso hacer una comparativa de lo que se piensa y lo que se aprende, de allí, deriva un recurso personal, por ejemplo el Entrevistado M.A busca con frecuencia síntomas para racionalizar sus sentimientos indicando lo siguiente “yo busco pues, para de pronto hallar una lógica, una razón para ver si de pronto un estudio pueda confirmar el porqué de mi comportamiento”.

Validación y acción social/autodiagnósticos

La validación en este caso está asociada al autodiagnóstico, el cual cumple una función más social que clínica. Cuando el joven empieza a interiorizar la propuesta de la horda, este se alista para hacer una transición en el rol, todo esto debido a que las nuevas circunstancias se lo exigen, llegando a experimentar lo que Bronfenbrenner (1987) llama como “transición ecológica”, que se refiere a situaciones nuevas o cambio de máscaras. La validación y acción social en los autodiagnósticos permite a los participantes transitar en la incertidumbre hacia una identidad compartida, para, al mismo tiempo, utilizarlo como un mecanismo de defensa en el contexto social, ofreciendo una etiqueta que justifica la presencia del malestar y que brinda un sentido de pertenencia. Esto paradójicamente se asocia a las experiencias del servicio en psicología, puesto que, se ha perdido la confianza en el rol del psicólogo por mala praxis.

Construcción subjetiva de síntomas para autodiagnósticos

La clasificación de este grupo comparte similitudes con el grupo “respuestas emocionales”, con la distinción de que la preocupación y el desespero, edifican de forma subjetiva el síntoma, es decir, cuando se identifica la emoción y se clasifica el resultado somático, nace una relación que puede alimentar un posible autodiagnóstico, todo esto debido a lo que muestre el medio de comunicación digital, la interpretación de ello y la reacción de la psiquis; cuando se encuentra similitudes entre relatos virtuales e información en apps, es casi inmediato la comparación, identificación y validación de síntomas (Karasavva et al. 2025). El siguiente fragmento demuestra como esos síntomas son estimulados indirectamente por la masa (Freud, 1921/2018):

Entrevistada L:

“toda mi juventud se podría decir, lo digo con certeza, he presentado ciertos episodios que no he logrado identificar qué es y pues obviamente yo busco en TikTok y pues ahí me voy guiando, no sé si realmente es lo que yo tengo, pero sí como que tomo de base lo que otros dicen”.

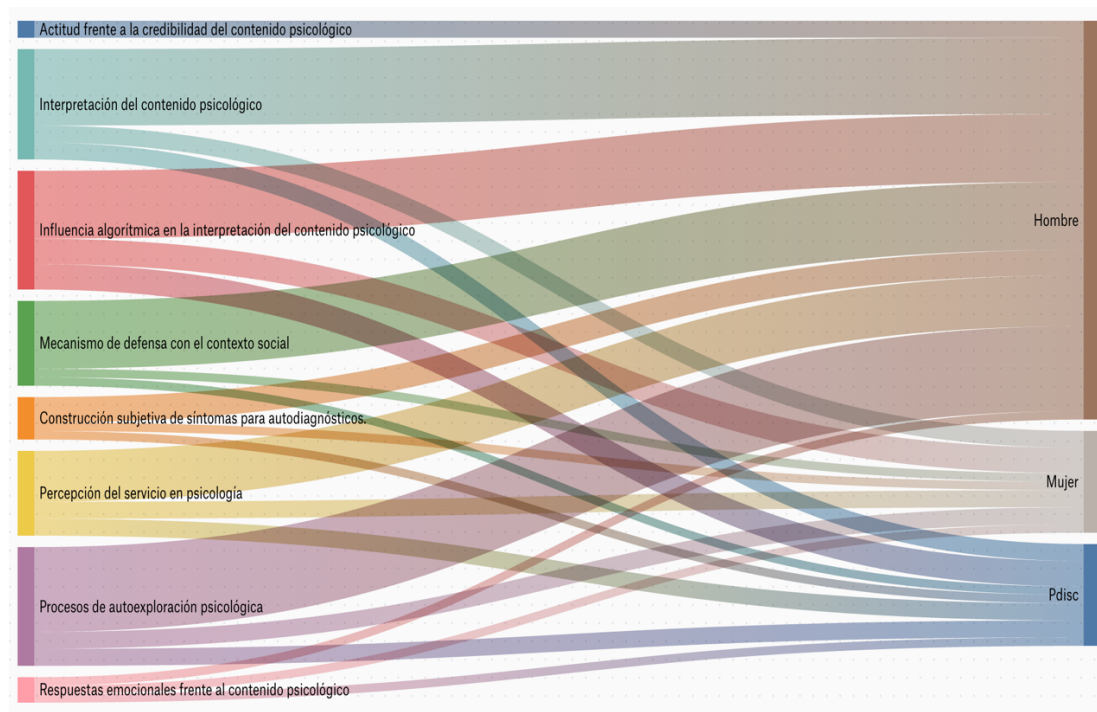
Percepción del servicio en psicología

Las etiquetas en este grupo resumen todas las experiencias que los participantes han tenido a lo largo de su vida. Se incluyen etiquetas de experiencias previas y de intención de visitas, también comentarios externos a los participantes y creencias establecidas del servicio en psicología, es decir buenas y malas experiencias. Karasavva, et al. (2025), en los resultados de su investigación, hace énfasis en que las personas a menudo sienten que los profesionales pasan por alto o minimizan sus experiencias y esto se notó en la prevalencia de la etiqueta “experiencia negativa sobre la atención en salud mental”. A continuación, un apartado de la entrevista que confirma la etiqueta cuando se le cuestiona si se sintió apoyada, a lo que respondió: “No, porque estaban recalcando todo lo que hago, lo que hago supuestamente mal” (Entrevistada F.)

Las categorías apriorísticas también juegan con aspectos relacionados al género y el siguiente diagrama extraído de ATLAS. Ti lo confirma.

Figura 2

Diagrama de Sankey – Beta, relación género/categorías apriorísticas.



Nota. Diagrama de Sankey – Beta, relación género/categorías apriorísticas. *Elaborado por ATLAS. Ti (2026).*

En este diagrama, se encuentra el flujo y la relación entre los grupos, las categorías y el género, se le incluye un apartado de persona con discapacidad, debido a que uno de los participantes estaba en ese espectro. El grosor de las líneas conecta la magnitud entre el género (derecha) y las categorías apriorísticas (izquierda) y la dimensión que emerge (color verde), logrando identificar que:

En hombres, se nota una gran conexión con la influencia algorítmica en la interpretación del contenido psicológico y los mecanismos de defensa en el contexto social. Esto, en relación con la postura de Freud (1921/2018) y las definiciones propias de los grupos axiales, indica que, la sugestión ejercida por el algoritmo prepondera en la pérdida de la personalidad consciente, lo cual puede llevar a los participantes hombres a actuar como parte de un clan digital. El género

opta por la exploración de sí mismos sobre las representaciones psico/somáticas en su experiencia con los autodiagnósticos.

Componentes como la autogestión, introspección, autosuficiencia y auto reconocimiento en el género masculino está más presente que en el género femenino, lo que traduce a que, los hombres pueden estar más propensos a identificarse con un contenido que se conecte afectivamente con ellos, para intentar gestionar lo que siente por sí mismo sin importar que esto incurra a un autodiagnóstico.

En mujeres, la conexión es mucho menor a la de los hombres. Prevalece la influencia algorítmica, interpretación del contenido, procesos de autoexploración y la percepción del servicio en psicología, cabe destacar que, la persona con discapacidad también es mujer y la relación con los grupos axiales está en la misma frecuencia del género. Las participantes encuentran un rasgo en común para identificar patrones que influyen en la reflexión, esto no quiere decir que no existan rasgos de auto diagnósticos, pero por la alta relación entre una mala percepción del servicio en psicología, colocan el peso afectivo de sus situaciones cotidianas en experiencias personales encontradas por medio del algoritmo. Cabe resaltar que, en los datos del diagrama, las mujeres son más conscientes de las consecuencias que trae la identificación en redes, pero, aun así, en su búsqueda encuentran conexión en la información que el clan le indica.

Mecanismos de defensa con el contexto social (categoría emergente)

Cuando se habla de mecanismos de defensa A. Freud (1979), los define como aquellos recursos psicológicos donde la psiquis busca preservar un sentimiento placentero de seguridad, que busca resguardar al individuo por medio de la evitación o supresión de aquellos conflictos internos, frente a las amenazas de exterior o dicho de otra forma, del contexto social. Existe una coherencia entre los códigos y la categoría, por ejemplo, en las entrevistas algunos de los

participantes no se sentían cómodos con la atención brindaba por el sistema de salud, por ende, la autogestión y la autosuficiencia (como sinónimo de respaldar su vulnerabilidad) respondían a tales necesidades. Por ejemplo, el Entrevistado A indicó lo siguiente sobre exteriorizar sus emociones con algún profesional de la salud mental: “Normalmente siempre me lo guardo para mí, para los problemas que tengo, lo intento solucionar dentro de mí, intento no esparcir la cosa”.

Por otro lado, otros de los mecanismos observados en varios relatos mostraron que, algunos buscaban información en medios de comunicación digitales para formarse en temáticas de salud mental, debido a que eso les daba las herramientas para ser redes de apoyo a terceros; otro más, acudían a racionalizar y validar los elementos de la información encontrada como un tipo de ganancia secundaria, es decir, un consuelo indirecto que el participante recibe por mantener un síntoma (A. Freud, 1979) encontrado en internet. Uno de los participantes indicó lo siguiente: “esas plataformas es que no sé, puedes encontrar compañía, puedes encontrar apoyo, puedes encontrar no sé, esa compañía que necesitabas”. En este caso, la red social le proporciona una guía menos amenazante a comparación de una terapia, por lo tanto, el alivio que encuentra en las redes sociales actúa como un incentivo inconsciente para no buscar ayuda profesional.

Ahora bien, para iniciar la triangulación entre la categoría emergentes que resultó de la codificación, la clasificación de los temas centrales, las categorías apriorísticas y las categorías preestablecidas, es necesario integrar los hallazgos empíricos, las experiencias y las teorías trabajadas, abordando de manera directa el ultimo propósito de investigación, es decir, interpretar las consecuencias y las repercusiones en la vida cotidiana de los jóvenes centennials en relación con los posibles autodiagnósticos a través de los medios de comunicación digitales.

Integración categórica en el fenómeno estudiado

El estudio del protagonismo de la generación Z en el fenómeno del autodiagnóstico a través de las redes sociales es claro. Sin embargo, las entrevistas mostraron una realidad mucho más compleja: los medios de comunicación además de convertirse en espacios de interacción para compartir experiencias y pensamientos influyen en la creación de dinámicas virtuales en relación con la salud mental de las personas. Por otro lado, en el desarrollo del proceso investigativo se vislumbró que la generación Z utiliza los medios digitales como un mecanismo de referencias orientadas a su realidad, manifestándose en la forma en la que se muestran ante los demás, todo esto se nota en la siguiente red semántica, la cual conecta las unidades conceptuales del fenómeno para interrelacionar los significados (Lehmann, 1992) en la investigación.

Para definir el dialogo entre cada una de las categorías fue fundamental tomar como punto de partida la generación centennials. En la anterior red semántica, dicha categoría juega con las características que transitan entre los medios de comunicación y el autodiagnóstico, con la particularidad de que, para iniciar un proceso de internalización, el contacto con los medios de comunicación digital debe estar presente, sin este, no existiría una influencia del contenido y la estimulación de respuestas emocionales. Al encontrarse expuesto a los contenidos de las redes, el joven Z entra en un trance mediado por la sugestión, lo cual influye en las formas de interpretación frente a lo que consume en internet bajo la guía del algoritmo y dependiendo de ello, construye una actitud frente a la credibilidad del contenido psicológico. Como resultado, el joven puede confiar o no en lo que encuentra y así interpretar el contenido.

ANÁLISIS DEL FENÓMENO

El diagrama de flujo "ANÁLISIS DEL FENÓMENO" describe el proceso de autoexploración psicológica en la era digital, centrado en la Generación Centennials. El proceso principal, "Proceso de autoexploración psicológica", se ve influenciado por cuatro factores principales:

- MEDIOS DE COMUNICACIÓN:**
 - INFLUYE EN:** EVIDENCIA (Actitud frente a la credibilidad del contenido psicológicos, Falsa información, Aprendizaje empírico, Brevedad interconectada, Optimismo).
 - INICIA UN PROCESO DE:** MEDIACIÓN Y SUGERENCIA DIGITAL (Interpretación del contenido psicológico, Influencia algorítmica en la interpretación del contenido psicológico, Resistencia, Competencia humana vs. Máquina, Influencia del algoritmo, Contenido del paratexto, Acceso restringido).
 - ABRASA:** INFLUENCIA ALGORÍTMICA EN LA INTERPRETACIÓN DEL CONTENIDO PSICOLÓGICO.
- AUTODIAGNÓSTICO:**
 - SE CONSOLIDA CON:** Construcción subjetiva de síntomas, Posibles auto diagnósticos, Monitoreo profesional, Fact del apoyo, Duración del tratamiento.
 - VALIDACIÓN Y ACCIÓN SOCIAL:**
 - EXER:** Mecanismos de defensa en el contexto social, Percepción del servicio en psicología, Desconfianza con los psicólogos, Experiencia negativa sobre la atención en S.M.
 - DEFINE:** Percepción del servicio en psicología, Desconfianza con los psicólogos, Experiencia negativa sobre la atención en S.M.
- GENERACIÓN CENTENNAIALS:**
 - INICIA UN PROCESO DE:** INTERNALIZACIÓN POR CONTACTO (Aislamiento emocional, Desvalorización por contacto en redes, Miedo al juicio social).
 - INFLUYE EN:** Respuestas emocionales frente al contenido (Ansiedad, Auto-reconocimiento, Identificación emocional, Introversia, Identificación de patrones patológicos, Introversia, Identificación de patrones patológicos, Autoconciencia, Auto-gestión, Desespero, Preocupación, Sentimientos).

Además, el diagrama incluye una rama de "Percepción del servicio en psicología" que se relaciona con la "Validación y Acción Social" y la "Generación Centennials".

Sin embargo, las vías de la interpretación, además de responder a la credibilidad, afianzan una búsqueda más intencionada y una continua resistencia por parte del internauta hacia las guías (psicólogo) que estén fuera del mundo virtual. Es allí donde la categoría autodiagnóstico emerge, consolidándose por medio de la validación (incentivos para construir síntomas de forma subjetiva) que consolida los mecanismos de defensas en el contexto social (categoría emergente) como base para definir la percepción que la generación tiene sobre los servicios de psicología (rechazo hacia la exposición de sus vulnerabilidades).

Los resultados arrojaron que un posible autodiagnóstico debe iniciar con un proceso de autoexploración psicológica como base para construir un síntoma. Además, es vital identificar emociones (que encuentra el joven en su psiquis) y patrones somáticos (que le responde el cuerpo cuando identifica lo que siente), pues de ello depende las reacciones posteriores que pueda tener un centennial (preocupación, desespero, miedo al juicio) frente a su ejercicio de

análisis interno, sin embargo, los mecanismos de defensa que utilizan para validar lo que ven e interiorizan en el mundo virtual depende de la proyección que tengan con ello, dicho de otra forma, para que utiliza eso que aprendió.

Para el caso de los participantes en esta investigación, factores como sentido de pertenencia, malas experiencias con profesionales de salud mental y desespero por la inmediatez, influyen en la vida cotidiana de cada uno de ellos, lo que convierte la realidad misma en un espectro de sugestión, estereotipos y patologías. Los autodiagnósticos en sí son entonces, un perfil establecido para estar a la vanguardia, pero con un gran costo: el sacrificio de perderse a sí mismos en una época en donde la psicología es tendencia.

MOMENTO V INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Reflexiones finales

De acuerdo con los hallazgos encontrados en esta investigación, se puede concluir que se logró en gran medida, comprender las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes centennials a través de los medios de comunicación. En el proceso de búsqueda y análisis de las entrevistas, los resultados arrojaron que, un autodiagnóstico no es relativo a una patología psicológica, sino un síntoma social alimentado por los medios de comunicación digital, destacándose la sugestión y la validación como dimensiones asociadas al fenómeno colectivo, el cual media con la subjetividad de cada participante.

Por otro lado, se pudo analizar que los medios de comunicación digitales se transforman en el nuevo caudillo del mundo tecnológico y cada uno de los usuarios cae en la trampa de las recomendaciones que propone el algoritmo. Las nuevas razones que integran al internauta en el mundo digital respecto a la búsqueda de información sobre salud mental está ligada a la influencia algorítmica (paso fundamental para iniciar un proceso de interpretación del contenido)

que empuja a la autoexploración psicológica, construyendo una serie de síntomas estimulantes convertidos en mecanismos de defensas con el contexto social.

Dependiendo de la evaluación que el internauta haga sobre el contenido que se “viraliza” o el que se busca de forma intencional, será catalogado como creíble o no. Sin embargo, al encontrarse con un conjunto de experiencias que confirman los pensamientos presentes en el individuo, no queda más que caer inconscientemente en la idea de la masa, debido a la urgencia por pertenecer o dar respuesta a algo. Esa sugestión de los jóvenes también esta estimulada por las percepciones que han construido con experiencias previas o comentarios de terceros frente al servicio de salud mental, empujando a los usuarios a entregar su confianza en lo que podría llamarse como “calidez de la maquina”, un concepto que encierra la calidez humana, pero con respuestas recopiladas de otros usuarios por la máquina y que permite acercarse de forma más precisa al internauta para validar su sentir.

Ahora bien, de acuerdo con el párrafo anterior, la percepción del servicio en psicología, la actitud frente al contenido psicológico y la influencia algorítmica en la interpretación del contenido, se posicionan entonces, como los factores que llevan a los jóvenes a realizar autodiagnósticos psicológicos por los medios digitales. En cuanto a las percepciones, emociones y significados que los jóvenes Z atribuyen a su experiencia de autodiagnóstico, se encontró que la interpretación del contenido es clave para definir respuestas emocionales que influyen en la construcción y exploración subjetiva de los síntomas.

Por un lado, el aislamiento, el desespero por confirmar algún diagnóstico, el miedo al juicio social, la preocupación, el señalamiento y la desvalorización por contacto en redes dan un paso inicial del fenómeno, por consiguiente, la percepción del centennials se ve eclipsada por la influencia algorítmica frente a los significados atribuidos al fenómeno. En otras palabras, el

joven interactúa con el contenido, se siente incómodo consigo mismo, busca más información para confirmar lo que cree y le da un valor a eso que quiere exteriorizar (conocimiento del tema, racionalización, altruismo, identificación de patrones, entre otros).

Por último, las consecuencias encontradas y las repercusiones del fenómeno (autodiagnósticos a través de los medios de comunicación) en la cotidianidad de los jóvenes centennials, indican que, no todos llegan a identificarse con un diagnóstico psicológico, la dependencia hacia los medios de comunicación es permanente; su realidad inmediata conversa constantemente con su realidad digital, creando una sinergia que dificulta desligarse una de la otra. Además, su relación con el servicio de salud mental es casi nula, debido a la desconfianza y miedo a interrumpir en su intimidad.

Para cerrar, las limitaciones en todo el proceso de investigación se centraron en la poca información encontrada dentro de los repositorios, además no hay estudios a nivel Colombia y Latinoamérica que relacione las categorías trabajadas, por ende, las guías reposaron en la teoría y las entrevistas. Ahora bien, es un fenómeno que debe estudiarse a mayor escala, por lo que es recomendable seguir con el proceso de análisis en muchas más experiencias de participantes nacionales, porque aunque los antecedentes fueron fundamentales para encuadrar la relación de todas las categorías, el contexto de los jóvenes colombianos tiene unos matices históricos (conflicto, guerra, acceso, desigualdades, entre otros) adicionales que deben ser un punto de inicio para maximizar los resultados de este proyecto.

Referencias Bibliográficas

- Arango, C., Ramos, V. L., Quintero, G. L. V. y Sánchez, R. A. C. (2020). *Centennials: decisiones laborales en pleno confinamiento*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/especiales/observatorio-decomportamientos-culturales/207076/centennials-decisiones-laborales-en-pleno-confinamiento>
- Ampuero, F., López, C., Núñez, F., Rojas, B. y Spalinger, F. (2022). La relación entre la búsqueda activa en páginas web y el autodiagnóstico de psicopatologías. En L. Godoy Catalán y C. Lavín Tapia (Eds.), *Investigando en un mundo en transformación* (pp. 13-28). Facultad de Psicología, Universidad Diego Portales. <https://psicologia.udp.cl/cms/wp-content/uploads/2022/09/Libro-Estudiar-a-las-Personas-en-sus-Contextos-Psicologia-UDP.pdf>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación* (6.^a ed.). Episteme. https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf
- Barrios-Sánchez, A. y Linares-Mahecha, C. (2025). *Influencia de las redes sociales en la dinámica relacional de parejas jóvenes de la ciudad de Valledupar* [Tesis de pregrado, Universidad de Santander]. Archivo digital. <https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/12108>
- Bronfenbrenner, U. (1987). *The Ecology of Human Development* (A. Devoto, Trad., 1a ed.). Editorial Paidós SAICF. (Original Book published 1987).
- Canoles Gómez, M., Díaz Puello, K., Julio Pereira, A. y Pérez Ferrer, L. (2022). *¿Cómo las redes sociales, principalmente Instagram y Facebook, influyen para motivar a los*

jóvenes de estrato 1 y 2 de los barrios de Ciudad del Bicentenario y Los Cerezos en Cartagena de Indias a hacer parte de las prácticas propias de la cultura fitness? [Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena]. Archivo digital.

<https://hdl.handle.net/11227/15023>

Cascante, M. S. (2023). La Generación Centennial y su Poder de Influencia en hábitos de consumo y compra: The Centennial' s Generation and It' s Influence, In the Consumption Habits and Purchase. *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2), 117.

Castilla Bastidas, L. (2021). *Comunicación familiar y su influencia en las redes sociales en jóvenes de 18 a 22 años del barrio José Antonio Galán del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, La Guajira* [Tesis de pregrado, Universidad de La Guajira]. Archivo digital. <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/498>

Castillo Sanguino, N. (2020). Fenomenología como método de investigación cualitativa: preguntas desde la práctica investigativa. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, (20), 7-18.
http://relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/fenomenologia_como_metodo

Corzine, A. y Roy, A. (2024). Dentro del espejo negro: perspectivas actuales sobre el papel de las redes sociales en el autodiagnóstico de enfermedades mentales. *Discover Psychology*, 4(40). <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00152-3>

Cristancho Triana, G. J., Piracón Luque, A. P., Sánchez Alvarado, W. y Bello Rojas, J. F. (2025). Las redes sociales y su influencia en la aceptación e intención de hacerse cirugías estéticas en mujeres centennials. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación*

Social “Disertaciones”, 18(2).

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.14472>

Ley 1090 de 2006. (2006, 6 de septiembre). Congreso de la República.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66205>

Foster, A. y Ellis, N. (2024). Autodiagnóstico inspirado en TikTok y sus implicaciones para la práctica de la psicología educativa. *Psicología Educativa en la Práctica*, 40(4), 491–508.

<https://doi.org/10.1080/02667363.2024.2409451>

Freud, A. (1979). *El yo y los mecanismos de defensa* (Y. P. de Cárcamo y C. S. Cárcamo, Trads.). Editorial Paidós.

Freud, S. (2018). *Psicología de las masas y análisis del yo*. (Demófilo, ed). Biblioteca Virtual Omegalfa. (Obra original publicada en 1921) <https://share.google/vLebgzFm5jml6WQwA>

Galván-Aroca, A. (2025). *Impacto de las plataformas sociales digitales del periodismo en la ciudad de Valledupar* [Tesis de pregrado, Universidad de Santander]. Archivo digital. <https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/12016>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill

Karasavva, V., Miller, C., Groves, N., Montiel, A., Canu, W. y Mikami, A. (2025). Un hashtag de doble filo: evaluación del contenido de TikTok relacionado con el #TDAH y sus asociaciones con las percepciones del TDAH. *PLoS ONE*, 20(3), e0319335.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0319335>

Lehmann, F. (1992). Semantic networks. *Computers & Mathematics with Applications*, 23(2-5), 1-50. [https://doi.org/10.1016/0898-1221\(92\)90135-5](https://doi.org/10.1016/0898-1221(92)90135-5)

Lozano Salgado, C., Llanes Pérez, H. y Cobos, T. L. (2024). Comportamiento de las audiencias colombianas durante la pandemia por covid-19 en el 2020: su necesidad de información y frecuencia de consumo de medios noticiosos. *Comunicación*, (50), 76-98.
<https://doi.org/10.18566/comunica.n50.a05>

Lumivero. (2024). *ATLAS.ti* (Versión 24) [Software de computación]. <https://atlasti.com>

Manual deontológico y bioético del psicólogo séptima versión. (2019, 7 de mayo).
<https://www.colpsic.org.co/wp-content/uploads/2021/07/Acuerdo-N%C2%B0-17-de-mayo-del-2019.pdf>

Molina-Bolaño, L. y Morelli-Jaramillo, L. (2025). *Influencia de la red social Instagram en la autoestima de adultos de 18 a 25 en la Escuela Técnica ESTEC en la ciudad de Valledupar* [Tesis de pregrado, Universidad de Santander]. Archivo digital.
<https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/12024>

Monge Acuña, V. (2015). La codificación en el método de investigación de la grounded theory o teoría fundamentada. *Innovaciones Educativas*, 17(22), 77-84.
<https://www.redalyc.org/pdf/7600/760079734008.pdf>

Moreno-López, S. (2014). La entrevista fenomenológica: una propuesta para la investigación en psicología y psicoterapia. *Revista da Abordagem Gestáltica: Phenomenological Studies*, 20(1), 71-76. https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-68672014000100009

Palomino, K. (2025, 6 de febrero). *¿Qué son los medios digitales y cuáles son los tipos?*

Southern New Hampshire University. <https://es.snhu.edu/blog/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>

Resolución 8430 de 1993. (1993, 4 de octubre). Ministerio de Salud.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/dij/resolucion-8430-de-1993.pdf>

Rodrigues, E. M., Morais, R. K. y Ferreira, S. L. (2023). *Autodiagnóstico e os fenômenos das redes sociais*. Anais do Salão de Iniciação Científica Tecnológica (SIC TEC 2023).

Salmon, J. y Buetow, S. (2013) *Transcendental phenomenology and classic grounded theory as mixed data collection methods in a study exploring fetal alcohol spectrum disorder in New Zealand*. *Journal of Population Therapeutics and Clinical Pharmacology*, 20(2), e82-e90.

Samacá-Salamanca, E., Martínez-Estrella, E. C. y García-Rivero, A. (2024). Análisis cualitativo del perfil interpersonal de los centennials en Colombia y México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 22(2), 1-28.

<https://doi.org/10.11600/rlcsnj.22.2.5919>

Sampietro, A. (2023). El auge de los ‘stickers’ en WhatsApp y la evolución de la comunicación digital. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 94, 271-285.

<https://doi.org/10.5209/clac.83860>

Samuel, L., Kuijpers, K. y Bleakley, A. (2024). TherapyTok for depression and anxiety: A quantitative content analysis of high engagement TikTok videos. *Journal of Adolescent Health*, 74(6), 1184-1190. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2024.02.002>.

Sánchez-Caballé, A., Cela-Ranilla, J. y Esteve-Mon, F. (2024). Millennials vs Centennials:

¿diferentes formas de aprender? *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 70, 181-193.

<https://doi.org/10.12795/pixelbit.105609>

Strauss, A. y Corbin, J. (2002) *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (E. Zimmerman, Trad.). Editorial Universidad de Antioquia. (Trabajo original publicado en 1998).

Valencia Zamora, S. (2023). El rol de los centennials en las narrativas transmedia creadas con teléfonos inteligentes. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (187). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi187.9482>

Anexos

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS EN LA INVESTIGACIÓN “EXPERIENCIAS DE AUTODIAGNÓSTICOS PSICOLÓGICOS EN JÓVENES CENTENNIALS A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES”

Lugar de aplicación: Plataforma Teams

Nombre investigador responsable: Mateo Andrés Vega Quintero

Teléfono: 3150499163 **Correo electrónico:** mateoavega@unicesar.edu.co

Yo, _____, con cédula _____ residente en la ciudad/corregimiento de _____ en el departamento de _____, decido participar de forma libre y voluntaria en la investigación titulada “*Experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de medios digitales*”.

Este documento explica la información que usted necesita para participar de manera consciente, libre y voluntaria sobre aceptar o no ser entrevistada/o. Usted tiene el derecho de rechazar participar, retirarse en cualquier momento sin que esto perjudique sus derechos. El propósito de la investigación es entender las experiencias que existen en los jóvenes frente al autodiagnósticos, sin embargo esto NO quiere decir que esta entrevista será utilizada para fines diagnósticos, debido a que es un proceso netamente investigativo. Ahora bien, se estima un tiempo de aplicación entre los 15 a 40 minutos por entrevista, está será grabada y transcrita. Toda la información que se extraiga se analizará en un software especializado (ATLAS.ti) que arroja resultados globales, lo cual permite mantener un estado incognito de los participantes. Todo lo anteriormente leído está basado en los principios bioéticos y deontológicos de la ley 1090 del 2006, promoviendo la confidencialidad, el respeto, el bienestar y la autonomía sin discriminar por raza, sexo, ideología, orientación, clase social, nacionalidad entre otros.

Después de haber leído todo estoy de acuerdo y acepto mi participación (X).

Se firma a los ____ del mes ____ del año ____ en la ciudad/municipio de _____.

Firma: _____.

Participante

C.C.

Firma: _____.

Investigador

C.C. 1.065.824.593

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA REPRESENTANTE LEGAL EN LA INVESTIGACIÓN

Nombre investigador responsable: Mateo Andrés Vega Quintero

Teléfono: 3150499163 **Correo electrónico:** mateoavega@unicesar.edu.co

Yo, _____ con cédula _____
residente en la ciudad/corregimiento de _____ en el departamento del Cesar,
como representante legal de _____ con cédula residente en la
ciudad/corregimiento de _____ en el departamento del Cesar, doy mi
consentimiento para que _____ pueda participar de forma libre y
voluntaria en la investigación titulada “*Experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes
Centennials a través de medios digitales*”.

Este documento explica la información que usted necesita para participar de manera
consciente, libre y voluntaria sobre aceptar o no ser entrevistada/o. Usted tiene el derecho de
rechazar participar, retirarse en cualquier momento sin que esto perjudique sus derechos.

El propósito de la investigación es entender las experiencias que existen en los jóvenes
frente al autodiagnósticos, sin embargo esto NO quiere decir que esta entrevista será utilizada
para fines diagnósticos, debido a que es un proceso netamente investigativo. Ahora bien, se
estima un tiempo de aplicación entre los 15 a 40 minutos por entrevista, esta será grabada y
transcrita.

Toda la información que se extraiga se analizará en un software especializado
(ATLAS.ti) que arroja resultados globales, lo cual permite mantener un estado incognito de los
participantes. Todo lo anteriormente leído está basado en los principios bioéticos y deontológicos
de la ley 1090 del 2006, promoviendo la confidencialidad, el respeto, el bienestar y la autonomía
sin discriminar por raza, sexo, ideología, orientación, clase social, nacionalidad entre otros.

Después de haber leído todo estoy de acuerdo y acepto mi participación ().

Se firma a los ____ del mes ____ del año ____ en la ciudad/municipio de _____.

Firma: _____.

Participante

C.C.

Firma: _____.

Investigador

C.C. 1.065.824.593

Titulo o temática	Propósito Central	Propósitos derivados	Categorías	Subcategorías	Técnica: el método con el que se evaluará la subcategoría.
Experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de medios digitales	Comprender las experiencias de autodiagnósticos psicológicos en jóvenes Centennials a través de medios digitales.	Explorar los factores que llevan a los jóvenes a realizar autodiagnósticos psicológicos mediante el uso de medios digitales.	Generación Centennials (Internalización por contacto/generación centennials): Jóvenes nacidos entre el 1997 y 2012. Arango et,al (2020).	- Procesos de autoexploración psicológica. - Respuestas emocionales frente al contenido.	Dentro de la categoría se evaluará los ítems por medio de una entrevista a profundidad. ¿Alguna vez has buscado información sobre salud mental o síntomas emocionales en algún medio de comunicación (redes sociales, internet)? ¿Qué te llevó a buscar esa información? ¿Para qué crees que sirve buscar información sobre salud mental o síntomas emocionales? ¿Con qué frecuencia haces búsquedas relacionadas con temas de salud mental? ¿Podrías describirme el motor o la razón principal detrás de tu búsqueda de esta información? ¿Qué necesidad o curiosidad, quizás relacionada con una experiencia o sentimiento personal, te impulsa a buscar la información? - Y si llegaste a intentar identificar, nombrar o auto diagnosticar algún tema por tu cuenta, ¿podrías compartirme cómo fue ese proceso interno en tu experiencia? - En tu proceso de búsqueda, ¿llegaste a utilizar alguna herramienta, test o cuestionario digital relacionado con la salud mental o emocional? Si es así, ¿podrías describirme qué te motivó a usar esa herramienta y qué tipo de resultados obtuviste? ¿qué acciones o pensamientos generaron esos resultados en ti? ¿Crees que esas herramientas son confiables? ¿Por qué? ¿Cuáles son los principales motivos que te harían considerar acudir a un profesional de salud mental? ¿Qué factores facilitarían o dificultarían esa decisión? Preguntas auxiliares alternativas: ¿Cuáles son las características principales de su generación?

					• ¿Cuáles son las diferencias que notas en las otras generación? • ¿Qué tanto cree que sabe las personas de su edad de la tecnología? • ¿Por qué su generación se conecta mucho con la tecnología? • ¿Qué es lo que más importante para las personas de su generación en relación con la tecnología? • ¿Qué tan necesarios son los medios de comunicación para su generación?
		Describir percepciones, emociones y significados que los jóvenes atribuyen a su experiencia de autodiagnóstico.	Medios de comunicación (Mediación y sugestión/medios digitales de comunicación): Palomino (2025), lo define como espacios que generan comunicación e intercambio de información, entre usuarios y productores de contenido digital.	- Influencia algorítmica en la interpretación del contenido psicológico. - Actitud frente a la credibilidad del contenido psicológicos. - Interpretación del contenido psicológico.	Dentro de la categoría se evaluará los ítems por medio de una entrevista a profundidad. 6. Cuando habla con sus amigos, familiares o alguien cercano sobre dudas o inquietudes relacionadas con tu salud mental, ¿Cómo fue esa conversación? ¿Qué apoyo o desacuerdo percibido de ellos?. 7. ¿Qué emociones asocias al buscar información o intentar entender tus síntomas por tu cuenta? Describe esa experiencia. 8. ¿Qué tan claro es lo que ve en las redes sociales sobre salud mental? ¿por qué? 9. Que tanto influye la información que le aparece en internet sobre salud mental en la toma de decisiones?¿Por qué? 10. ¿Qué tanta importancia le das a la información u orientaciones que recibes en medios digitales frente a la opinión de profesionales o personas de confianza? ¿Por qué? 11. ¿Qué experiencia ha vivido donde un autodiagnóstico o información digital haya influido en una decisión importante para tu salud o vida diaria? Preguntas auxiliares alternativas: • ¿Cuáles son los medios de comunicación que más utilizas? • ¿Cuánto tiempo inviertes en cada medio de comunicación? • ¿Usualmente para que utiliza esos medios de comunicación? • ¿Cuáles son los contenidos que más se reflejan en tu bandeja de entrada? • ¿Cuáles son los contenidos que más buscas por su propio voluntad? • ¿Qué y quienes promueven esos contenidos? • ¿Cómo crees que ese contenido se identifica con usted? • ¿Con quién normalmente comparte ese contenido?

		Interpretar las consecuencias y repercusiones que estas prácticas generan en la vida cotidiana y en la relación de los jóvenes con los servicios de salud mental.	Autodiagnóstico (Validación y acción social/autodiagnósticos): proceso en el que se emplea el internet para buscar información sobre psicopatologías, para ser auto atribuidas por la persona (Ampuero et al., 2021)	- Construcción subjetiva de síntomas. - Percepción del servicio en psicología.	Dentro de la categoría se evaluará los ítems por medio de una entrevista a profundidad y se finalizará con un dialogo a profundidad como estrategia de orientación en cuanto a los signos emocionales presentes en la cotidianidad. 11. ¿Has consultado alguna vez a un profesional de salud mental (psicólogo)? ¿Cuál fue tu motivación para hacerlo? (sólo si responde Sí) ¿Tuviste alguna experiencia previa que influyó esta decisión? (sólo si responde Sí) 12. En caso de no haber consultado, ¿cuáles han sido las razones o barreras? ¿El autodiagnóstico o la información encontrada en internet tienen alguna relación con las razones de ir al psicólogo? 13. ¿Cómo percibes que la información digital o el autodiagnóstico puedan afectar la forma en que los jóvenes se enfrentan a su salud mental? 14. ¿Qué tipo de apoyo consideras que sería más útil para ti y otros jóvenes en el manejo de la salud mental? 15. ¿Qué expectativas tienes respecto a los servicios de salud mental y cómo crees que podrían mejorar? Preguntas auxiliares alternativas: ¿Cómo es la relación entre lo que consume en internet y su vida personal? ¿Cuáles son los cambios que ha experimentado al consumir un contenido por mucho tiempo? ¿Cómo crees que el contenido que consumes en internet puede representar cambios emocionales en su vida real? ¿Cuáles son los cambios emocionales que ha experimentado en su vida real? ¿Esos cambios emocionales los ha relacionado con algún trastorno mental?, si es así ¿Cuál? ¿Cuáles son los signos que identifica en su vida real que se parezca al trastorno? ¿Qué tanto ha influido esos signos del trastorno en relación con su entorno (familia, amigos, universidad, trabajo)?
--	--	---	--	--	--

Frecuencia y enraizamiento de códigos

	Hombre	Mujer	Pdisc
Actitud frente a la credibilidad del conte...	2	0	0
Construcción subjetiva de síntomas par...	3	1	1
Influencia algorítmica en la interpretaci...	8	3	3
Interpretación del contenido psicológico	9	2	2
Mecanismo de defensa con el contexto ...	8	1	1
Percepción del servicio en psicología	6	2	2
Procesos de autoexploración psicológica	10	2	2
Respuestas emocionales frente al conte...	1	1	1