

# EL CÍRCULO VICIOSO DEL ABURRIMIENTO Y EL SCROLLING: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA SOBRE EL USO PROBLEMÁTICO DE VÍDEOS CORTOS EN POBLACIÓN JOVEN

The vicious cycle of boredom and scrolling: a systematic review of problematic use of short video among young people

O círculo vicioso do tédio e do scrolling: uma revisão sistemática sobre o uso problemático de vídeos curtos na população jovem

Adela Elena Lucaci<sup>1\*</sup>, <https://orcid.org/0009-0003-4278-0017>

<sup>1</sup>Universidad Europea del Atlántico, España

\*Autor para correspondencia: [adela.lucaci@master.uneatlantico.es](mailto:adela.lucaci@master.uneatlantico.es)

Citación/Citation/Citação: Lucaci, A.E. (2026). El círculo vicioso del aburrimiento y el scrolling: una revisión sistemática sobre el uso problemático de vídeos cortos en población joven *HOMERO*, 2(1), 286-304. <https://doi.org/10.64492/v8svyw45>

## RESUMEN

Introducción: El uso problemático de plataformas de vídeos cortos entre jóvenes es una preocupación creciente en salud pública. El aburrimiento, definido como un estado desagradable asociado a la falta de interés, emerge teóricamente como un desencadenante clave, pero se desconoce su papel específico en la dinámica de scrolling y sus consecuencias. Objetivos: Esta revisión sistemática tiene como objetivo sintetizar evidencia sobre el papel del aburrimiento en el consumo de redes, el uso problemático y las consecuencias cognitivas, emocionales y conductuales del consumo de vídeos cortos en adolescentes y jóvenes adultos (12-25 años). Método: La revisión incluyó una búsqueda en las siguientes bases de datos académicas: PubMed, PsycINFO, Scopus y SciELO. Se incluyeron veintidós estudios empíricos publicados desde 2017 en inglés o español, que evaluaran la relación entre aburrimiento (rasgo o estado) y el uso de estas plataformas. Resultados: Los resultados muestran que la tendencia al aburrimiento predice de manera consistente un mayor uso problemático y adicción a los vídeos cortos. Este suele estar mediado por mecanismos como el miedo a perderse algo (FoMO), la desregulación emocional, los sesgos atencionales y la reducción del autocontrol. El scrolling pasivo impulsado por aburrimiento se asocia con déficits atencionales, mayor procrastinación académica, peor rendimiento educativo, y síntomas más elevados de depresión y ansiedad. Además, se identificaron diferencias demográficas: las adolescentes presentan mayor riesgo de uso prolongado, y la etapa de bachillerato es de máxima vulnerabilidad. En cambio, el uso activo (creación de contenido) se vinculó con mejor bienestar. Conclusiones: El aburrimiento es un factor de riesgo psicológico central que impulsa un ciclo vicioso de uso problemático de vídeos cortos en jóvenes. Su efecto actúa a través de múltiples mecanismos afectivos y cognitivos, y se asocia con consecuencias negativas significativas, especialmente cuando el uso es pasivo y evasivo. Los hallazgos destacan la necesidad de intervenciones que fomenten la regulación emocional y un uso consciente de la tecnología, más que centrarse únicamente en el tiempo de pantalla. La evidencia está limitada por el predominio de estudios transversales y un sesgo geográfico hacia Asia.

**Palabras Clave:** aburrimiento; adolescentes; cognición; jóvenes; redes sociales; psicología, regulación emocional; scrolling; vídeos cortos.

## ABSTRACT

Introduction: The problematic use of short video platforms among young people is a growing public health concern. Boredom, defined as an unpleasant state associated with a lack of interest, theoretically emerges as a key trigger, but its specific role in the dynamics of scrolling and its consequences is unknown. Objectives: This systematic review aims to synthesize evidence on the role of boredom in social media consumption, problematic use, and the cognitive, emotional, and behavioral consequences of short video consumption in adolescents and young adults (12-25 years old). Method: The review included a search of the following academic databases: PubMed, PsycINFO, Scopus, and SciELO. Twenty-two

empirical studies published since 2017 in English or Spanish were included, which evaluated the relationship between boredom (trait or state) and the use of these platforms. Results: The results show that the tendency to boredom consistently predicts greater problematic use and addiction to short videos. This association is often mediated by mechanisms such as fear of missing out (FoMO), emotional dysregulation, attentional biases, and reduced self-control. Passive scrolling driven by boredom is associated with attentional deficits, increased academic procrastination, poorer educational performance, and higher symptoms of depression and anxiety. In addition, demographic differences were identified: adolescent girls are at greater risk of prolonged use, and high school is the stage of maximum vulnerability. In contrast, active use (content creation) was linked to better well-being. Conclusions: Boredom is a central psychological risk factor that drives a vicious cycle of problematic short video use in young people. Its effect acts through multiple affective and cognitive mechanisms and is associated with significant negative consequences, especially when use is passive and escapist. The findings highlight the need for interventions that promote emotional regulation and mindful use of technology, rather than focusing exclusively on screen time. The evidence is limited by the predominance of cross-sectional studies and a geographical bias toward Asia.

**Keywords:** adolescents; boredom; cognition; emotional regulation; scrolling; short videos; social media; psychology, youth.

## RESUMO

**Introdução:** O uso problemático de plataformas de vídeos curtos entre jovens é uma preocupação crescente em saúde pública. O tédio, definido como um estado desagradável associado à falta de interesse, emerge teoricamente como um desencadeador chave, mas o seu papel específico na dinâmica do scrolling e suas consequências ainda é pouco conhecido. **Objetivos:** Esta revisão sistemática tem como objetivo sintetizar evidências sobre o papel do tédio no consumo de redes, no uso problemático e nas consequências cognitivas, emocionais e comportamentais do consumo de vídeos curtos em adolescentes e jovens adultos (12–25 anos). **Método:** A revisão incluiu uma busca nas seguintes bases de dados acadêmicas: PubMed, PsycINFO, Scopus e SciELO. Foram incluídos vinte e dois estudos empíricos publicados desde 2017 em inglês ou espanhol, que avaliaram a relação entre tédio (traço ou estado) e o uso dessas plataformas. **Resultados:** Os resultados mostram que a tendência ao tédio prediz de forma consistente um maior uso problemático e dependência de vídeos curtos. Esse uso costuma ser mediado por mecanismos como o medo de perder algo (FoMO), a desregulação emocional, os vieses atencionais e a redução do autocontrole. O scrolling passivo impulsionado pelo tédio associa-se a déficits atencionais, maior procrastinação acadêmica, pior desempenho educacional e níveis mais elevados de depressão e ansiedade. Além disso, foram identificadas diferenças demográficas: adolescentes do sexo feminino apresentam maior risco de uso prolongado, e a etapa do ensino médio é a de maior vulnerabilidade. Em contraste, o uso ativo (criação de conteúdo) foi associado a melhor bem-estar. **Conclusões:** O tédio é um fator de risco psicológico central que impulsiona um ciclo vicioso de uso problemático de vídeos curtos em jovens. Seu efeito atua por meio de múltiplos mecanismos afetivos e cognitivos, estando associado a consequências negativas significativas, especialmente quando o uso é passivo e evasivo. Os achados destacam a necessidade de intervenções que promovam a regulação emocional e um uso consciente da tecnologia, mais do que focar exclusivamente no tempo de tela. A evidência é limitada pelo predomínio de estudos transversais e por um viés geográfico em direção à Ásia.

**Palavras-chave:** adolescentes; cognição; regulação emocional; redes sociais; psicologia, rolagem (scrolling); tédio; vídeos curtos; jovens.

**Fecha de recepción:** 17/02/2026    **Fecha de aceptación:** 25/03/2026    **Fecha de publicación:** 31/03/2026

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la rápida digitalización y la expansión global de los dispositivos móviles han modificado de manera profunda la vida cotidiana de los jóvenes, situando las redes sociales como un componente central en su desarrollo social, emocional y cognitivo (Andreassen et al., 2016). La incorporación constante de estas plataformas digitales en las rutinas diarias ha alterado la percepción del tiempo, la atención y las formas de ocio, provocando cambios significativos en los hábitos y comportamientos adolescentes. Así, la influencia de las redes sociales no solo afecta a las interacciones sociales, sino que también impacta en la manera en cómo los jóvenes procesan la información y experimentan su entorno.

El ecosistema global de redes sociales experimenta un crecimiento masivo. Meta Platforms lidera con cuatro plataformas que superan los mil millones de usuarios mensuales cada una (Facebook, WhatsApp, Messenger e Instagram), sumando alrededor de cuatro mil millones de usuarios en total. Mientras que la mayoría de

las grandes plataformas son estadounidenses, China también tiene redes con gran influencia regional, como WeChat y Douyin, cuya popularidad impulsó el lanzamiento de su versión internacional, TikTok. Se estima que en 2025, los usuarios globales de redes sociales alcancen los 5.420 millones, impulsados por la expansión del acceso móvil y los servicios digitales (Statista, 2024).

Durante esta transformación digital, destaca la irrupción de plataformas basadas en vídeos de corta duración. A diferencia de redes tradicionales como Facebook, Twitter, Instagram o Snapchat, centradas en imágenes y texto, estas nuevas plataformas priorizan contenido audiovisual breve, de entre 15 segundos y algunos minutos (Montag et al., 2021). TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts permiten producir y consumir vídeos de manera ágil, respondiendo a la demanda de entretenimiento inmediato. Su diseño se caracteriza por algoritmos de recomendación altamente personalizados, desplazamiento infinito, integración multimodal (vídeo, música, efectos) y sistemas de recompensa intermitente que estimulan repetidamente los circuitos dopaminérgicos (Bhandari & Bimo, 2020; De et al., 2025). TikTok constituye el ejemplo más representativo de las nuevas plataformas, cosa que superó los mil millones de usuarios activos mensuales en 2021, con un 60% de su audiencia entre los 16 y 24 años (Lin, 2023). Este crecimiento ha generado preocupación entre investigadores y profesionales de la salud mental por su posible impacto en el desarrollo juvenil (Conte et al., 2025).

Paralelamente, el aburrimiento ha adquirido relevancia como constructo psicológico clave en el estudio del comportamiento digital. Aunque podría suponerse que la abundancia de entretenimiento ha reducido su presencia, el aburrimiento sigue siendo una experiencia común en la sociedad actual (Weybright et al., 2020). Tam et al. (2021) lo describen como un estado desagradable caracterizado por la percepción de lentitud temporal, inquietud, falta de desafío y sensación de falta de sentido. Este fenómeno puede manifestarse como un estado transitorio provocado por un entorno poco estimulante (aburrimiento situacional) o como una disposición estable a experimentar aburrimiento en múltiples contextos (aburrimiento rasgo). El aburrimiento rasgo se ha definido recientemente como una condición crónica de falta de control que dificulta la ejecución y el mantenimiento de acciones orientadas a objetivos (Mercer-Lynn et al., 2014).

El aburrimiento se ha vinculado con múltiples conductas de riesgo, como el consumo de sustancias, la delincuencia, la alimentación emocional, la conducción temeraria y el juego problemático (Dahlen et al., 2005; Wegner & Flisher, 2009). En el ámbito digital, se relaciona con el ciberacoso (Graf et al., 2019), la exposición a contenido antisocial y la vagancia en línea (Pindek et al., 2018).

La interacción entre el aburrimiento y el consumo de vídeos cortos plantea preguntas fundamentales. Estudios recientes indican que el aburrimiento es un fuerte impulsor del uso de redes sociales (Camerini et al., 2023). Desde la teoría de la búsqueda de sensaciones (Zuckerman, 1978), el aburrimiento, como estado de baja activación, motiva la búsqueda de estimulación intensa. Las plataformas de vídeos cortos, con su contenido rápido y personalizado, parecen satisfacer esta necesidad de manera inmediata. Complementariamente, la teoría de las necesidades psicológicas sugiere que experiencias de exclusión social o la insatisfacción de necesidades básicas como la pertenencia o la autoestima pueden generar un vacío existencial que derive en aburrimiento (Arslan & Coşkun, 2022). En este sentido, los vídeos cortos pueden actuar como un “efecto placebo” digital, ofreciendo un alivio momentáneo sin resolver el malestar subyacente (Yue et al., 2023).

Este fenómeno es especialmente relevante en adolescentes y jóvenes adultos (12-25 años), una etapa marcada por una intensa neuroplasticidad, una maduración incompleta del control ejecutivo y una mayor sensibilidad a estímulos novedosos y gratificantes (Steinberg, 2008). Su mayor propensión al aburrimiento y sus dificultades en la autorregulación (Spaeth et al., 2015) los convierten en un grupo particularmente vulnerable al uso problemático de medios digitales. Este patrón de consumo comparte características fundamentales con las adicciones conductuales y a las sustancias, como la tolerancia, la abstinencia, la recaída y el conflicto interpersonal (Billieux et al., 2015; Kuss & Griffiths, 2017; Rosenberg & Feder, 2014), y se ha asociado consistentemente con peores indicadores de salud mental, incluyendo ansiedad, depresión, estrés, problemas de sueño y soledad (Al-Samarraie et al., 2021; Ratan et al., 2021; Sohn et al., 2019).

Aunque existen estudios sobre las motivaciones y los rasgos de personalidad de los usuarios de vídeos cortos (Meng & Leung, 2021; Scherr & Wang, 2021), aún es escasa la investigación que se centre específicamente en poblaciones adolescentes y que integre factores ambientales junto con indicadores de salud mental. La evidencia emergente sí muestra asociaciones preocupantes entre el uso problemático y déficits atencionales, deterioro de la memoria de trabajo y dificultades en el control ejecutivo (Nagata et al., 2025; Wallace et

al., 2023), así como efectos negativos en el rendimiento académico (Paulich et al., 2021) y en el bienestar emocional (Conte et al., 2025; Van den Eijnden et al., 2016).

Sin embargo, el papel específico del aburrimiento en la dinámica de uso de las plataformas de scrolling y vídeos cortos sigue estando poco explorado. Si bien existen revisiones valiosas sobre la relación general entre el aburrimiento y el uso digital (Camerini et al., 2023; Tagliaferri et al., 2025), ninguna se ha centrado de manera sistemática en el contexto particular de las plataformas de vídeos cortos y el scrolling en población joven, ni ha sintetizado evidencia sobre los mecanismos psicológicos (p. ej. el miedo a perderse algo o la desregulación emocional) que podrían mediar o moderar esta relación.

Por ello, el presente trabajo tiene como propósito sintetizar evidencia sobre el papel del aburrimiento en el consumo de redes sociales y vídeos cortos, su relación con comportamientos problemáticos y sus consecuencias cognitivas, emocionales y conductuales en jóvenes de 12 a 25 años. Esta síntesis busca ofrecer una comprensión más precisa de cómo el aburrimiento impulsa y sostiene el uso problemático de plataformas de vídeos cortos, con el fin de orientar intervenciones preventivas y estrategias terapéuticas adecuadas que protejan el bienestar juvenil en la era digital.

### **Objetivos e Hipótesis**

El presente trabajo tiene como objetivo principal sintetizar evidencia empírica recogida en la literatura científica sobre el papel del aburrimiento en el consumo de redes sociales, el uso problemático y las consecuencias asociadas al scrolling y a los vídeos de formato corto en adolescentes y jóvenes adultos (12-25 años). Para ello, se establecen los siguientes objetivos específicos:

OE1. Resumir los hallazgos principales acerca de la relación entre el aburrimiento y la frecuencia y duración del uso de plataformas de vídeos cortos, así como el desarrollo de comportamientos problemáticos o adictivos asociados.

OE2. Identificar y analizar los mecanismos psicológicos mediadores o moderadores implicados, como el FoMO, la alteración en la regulación emocional o los sesgos de atención, que ayudan a explicar la relación entre el aburrimiento y sus consecuencias.

OE3. Evaluar evidencia sobre el impacto del consumo digital vinculado al aburrimiento en dominios cognitivos (tales como atención, control ejecutivo y memoria de trabajo), emocionales (síntomatología ansiosa y depresiva) y conductuales (procrastinación y rendimiento académico).

OE4. Examinar posibles diferencias en patrones de uso y sus efectos en función del género, la edad y el contexto cultural.

A partir de la literatura revisada, se plantea las siguientes hipótesis:

H1. El aburrimiento actuará como predictor significativo tanto del consumo digital frecuente como del uso problemático de plataformas de scrolling y videos cortos.

H2. La relación entre el aburrimiento y el uso problemático estará mediada o influenciada por mecanismos afectivos y cognitivos, como el FoMO y los déficits en el control atencional.

H3. El consumo digital motivado principalmente por el aburrimiento se asociará con efectos negativos en términos de rendimiento cognitivo y bienestar emocional.

H4. Existirá diferencias notables según el género (mayor uso en mujeres) y la edad (mayor vulnerabilidad en adolescencia), diferencias que también están influenciadas por el tipo de contenido consumido y las motivaciones psicológicas personales.

### **METODOLOGÍA**

El presente estudio es parte del trabajo de fin de máster, del máster universitario en psicología general sanitaria de la Universidad Europea del Atlántico.

#### **Criterios de inclusión y exclusión**

Para garantizar la calidad y relevancia de los estudios seleccionados, se establecieron criterios específicos de inclusión y exclusión.

En relación con los criterios de inclusión, se priorizaron estudios empíricos cuyos diseños metodológicos permitieran analizar la relación entre el aburrimiento (como rasgo o estado), la exposición a plataformas de contenido breve y desplazamiento continuo (scrolling), y diversos resultados cognitivos, emocionales y conductuales en población joven. Se consideraron investigaciones observacionales, tanto transversales como longitudinales, así como estudios experimentales y cuasiexperimentales que manipularan o evaluaran de manera controlada la interacción con plataformas de contenido breve y desplazamiento continuo (como por ejemplo TikTok, Instagram Reels o Youtube Shorts) o con funcionalidades específicas de redes sociales tradicionales que replicaran este patrón de consumo (como Instagram o Facebook).

Los estudios debían estar publicados en revistas científicas con revisión por pares y redactados en inglés o español. La población objetivo principal se definió como adolescentes y jóvenes universitarios de entre 12 y 25 años. Se admitieron estudios con muestras más amplias siempre que reportaran datos desglosados para el rango de edad de interés o cuyo promedio de edad se situara dentro de la adultez joven. También se estableció un tamaño muestral mínimo de cincuenta participantes para garantizar la validez de los resultados.

Además, se consideraron elegibles aquellas investigaciones que evaluaran, como variables predictoras o resultado, al menos una de las siguientes dimensiones: aburrimiento tanto como estado (experimentalmente) como rasgo (predisposición al aburrimiento); funcionamiento cognitivo y académico, incluyendo atención sostenida, control atencional, memoria de trabajo y funciones ejecutivas; salud mental y bienestar, como síntomas de uso problemático o adicción, depresión, ansiedad, desregulación emocional, búsqueda de sensaciones, miedo a perderse algo (FoMO) y bienestar subjetivo o digital. Se dió prioridad a los estudios publicados a partir del año 2017, con el fin de capturar el fenómeno del scrolling y de los vídeos cortos en su versión actual, caracterizada por algoritmos de sugerencia y formatos de duración muy cortos.

En cuanto a los criterios de exclusión, se descartaron revisiones narrativas, metaanálisis, tesis doctorales, capítulos de libro y estudios teóricos sin datos empíricos originales. También se excluyeron estudios que no se centraran específicamente en el patrón de consumo de videos cortos y rápido o como aquellos que analizaran el uso general de pantallas o videojuegos sin hacer esta distinción fundamental. Tampoco se incluyeron investigaciones donde la exposición principal fuera el uso educativo o productivo de medios digitales, salvo que contrastaran explícitamente dicho uso con las dimensiones mencionadas anteriormente. Asimismo, se eliminaron estudios que, aun incluyendo adolescentes o universitarios, se enfocaran exclusivamente en poblaciones clínicas específicas (como participantes con TDAH o trastornos del espectro autista). Finalmente, se excluyeron aquellos trabajos cuya metodología no permitiera identificar con claridad los constructos cognitivos y emocionales planteados.

### **Estrategia de búsqueda**

Esta revisión sistemática se diseñó con el objetivo de analizar evidencia empírica disponible sobre el papel del aburrimiento en el uso, el uso problemático y las consecuencias del consumo de redes sociales y vídeos de formato corto en población joven. Se buscó específicamente investigaciones que examinaran cómo el aburrimiento, tanto como rasgo de personalidad (propensión al aburrimiento) como estado emocional transitorio, interactúa con el patrón de consumo digital caracterizado por el scrolling en plataformas de contenido breve, afectando diversos resultados cognitivos (atención, control ejecutivo, memoria de trabajo), emocionales (depresión, ansiedad, regulación emocional, búsqueda de sensaciones) y conductuales (procrastinación, uso problemático o adicción). Para ello, la población de interés se definió como adolescentes y jóvenes universitarios de entre 12 y 25 años, entendiendo esta etapa como un período crítico en el que el cerebro, aún en desarrollo, se moldea profundamente bajo la influencia de sus experiencias y entornos digitales.

La búsqueda se desarrolló en diciembre de 2025 en cuatro bases de datos científicas reconocidas por su relevancia en el ámbito psicológico, neurocientífico y de la salud: PubMed, PsycINFO, Scopus y SciELO. Para identificar estudios importantes, se emplearon palabras claves en inglés, como “adolescent”, “teenager”, “scrolling”, “short-video”, “digital media”, “social media”, “screen time”, “Reels”, “TikTok”, así como términos “boredom”, “attention”, “cognition”, “executive function”, “memory”, “depression”, “anxiety” y “problematic us”. Cuando fue necesario, se usaron palabras equivalentes en español para aumentar el alcance de la búsqueda. Estas palabras clave se combinaron mediante los operadores booleanos “AND” y “OR”, lo que permitió limitar los resultados a estudios que incluyeran simultáneamente términos relacionados con la población objetivo, la exposición digital rápida y al menos uno de los resultados cognitivos o emocionales definidos.

## Proceso de selección de artículos

El proceso de identificación, cribado y selección de estudios siguió las directrices establecidas en la declaración PRISMA 2020 (Page et al., 2021) para garantizar la transparencia del procedimiento. Todos los registros obtenidos de las búsquedas en las bases de datos fueron importados al gestor bibliográfico Zotero para su organización y depuración. En primer lugar, se utilizó la función automática de detección de duplicados de Zotero para identificar y eliminar los registros repetidos.

Posteriormente, se aplicaron filtros automáticos en Zotero para excluir documentos no empíricos, estudios sin mención de términos clave en título o palabras clave, publicaciones anteriores a 2017, y poblaciones fuera del rango de edad objetivo.

La selección se realizó en tres fases secuenciales: (1) cribado por título, donde se mantuvieron estudios relacionados con redes sociales, vídeos cortos, scrolling, aburrimiento y poblaciones jóvenes, descartando aquellos claramente fuera del alcance de la revisión, (2) evaluación de resúmenes, excluyendo estudios que no cumplieran los criterios de inclusión respecto a población objetivo, presencia del constructo de aburrimiento, o el tipo de consumo digital, y (3) lectura completa del texto, donde se descartaron revisiones sin datos empíricos originales, estudios sin concreción específica del consumo de vídeos cortos, investigaciones centradas exclusivamente en uso educativo, y aquellos con diseños metodológicos inadecuados para los objetivos de la revisión.

### Selección de estudios

Tras realizar la búsqueda inicial utilizando las combinaciones de palabras clave previamente definidas y limitando los resultados a estudios publicados a partir del año 2017, las bases de datos seleccionadas identificaron un total de 2.009 registros. Concretamente, se recuperaron 1.012 registros de PsycINFO, 723 de Scopus, 271 de PubMed y 3 de SciELO. Mediante la función automática de detección de duplicados de Zotero, se identificaron y eliminaron 347 estudios duplicados, resultando en un conjunto de 1.662 registros únicos.

Antes de la fase de cribado, se aplicaron filtros automáticos en Zotero para eliminar registros que no cumplieran los criterios básicos. Se excluyeron 1.299 registros por los siguientes motivos: documentos no empíricos ( $n=212$ ), estudios que no mencionaban ninguno de los términos clave relacionados con aburrimiento o plataformas de vídeos cortos en título o palabras clave ( $n=623$ ), investigaciones centradas en años de publicaciones anteriores a 2017 ( $n=100$ ) o poblaciones claramente fuera del rango de edad sin mención de jóvenes ( $n=364$ ). Este filtro redujo en un conjunto de 363 registros únicos para el cribado inicial.

En la fase del cribado, se llevó a cabo una selección inicial basada en la revisión de los 363 títulos de los artículos. Se mantuvieron aquellos que, por su título, sugerían abordar temas relacionados con redes sociales, vídeos de formato corto, scrolling, aburrimiento y poblaciones jóvenes. Esta revisión permitió reducir el número de estudios iniciales a 65 registros potencialmente relevantes. Los 298 registros descartados en esta etapa lo fueron porque sus títulos indicaban claramente que no se ajustaban al enfoque de la revisión, como estudios sobre videojuegos, intervenciones educativas con tecnología, investigaciones centradas en adultos mayores, padres o poblaciones infantiles, o trabajos sobre el uso general de internet sin mención específica a plataformas de contenido breve.

Posteriormente, se procedió a la lectura de los resúmenes de los 65 artículos preseleccionados. De estos, se excluyeron 21 estudios por no cumplir uno o más de los criterios de inclusión establecidos, concretamente: nueve no se centraban en adolescentes o jóvenes adultos (12-25 años) como población objetivo principal; siete no evaluaban ni mencionaban el constructo de aburrimiento (rasgo, estado o propensión al mismo) como variable de interés; cinco no hacían referencia específica al patrón de consumo de scrolling o vídeos de formato breve, refiriéndose únicamente a tiempo de pantalla de manera genérica. Tras esta fase, se conservaron 44 artículos para una evaluación más profunda.

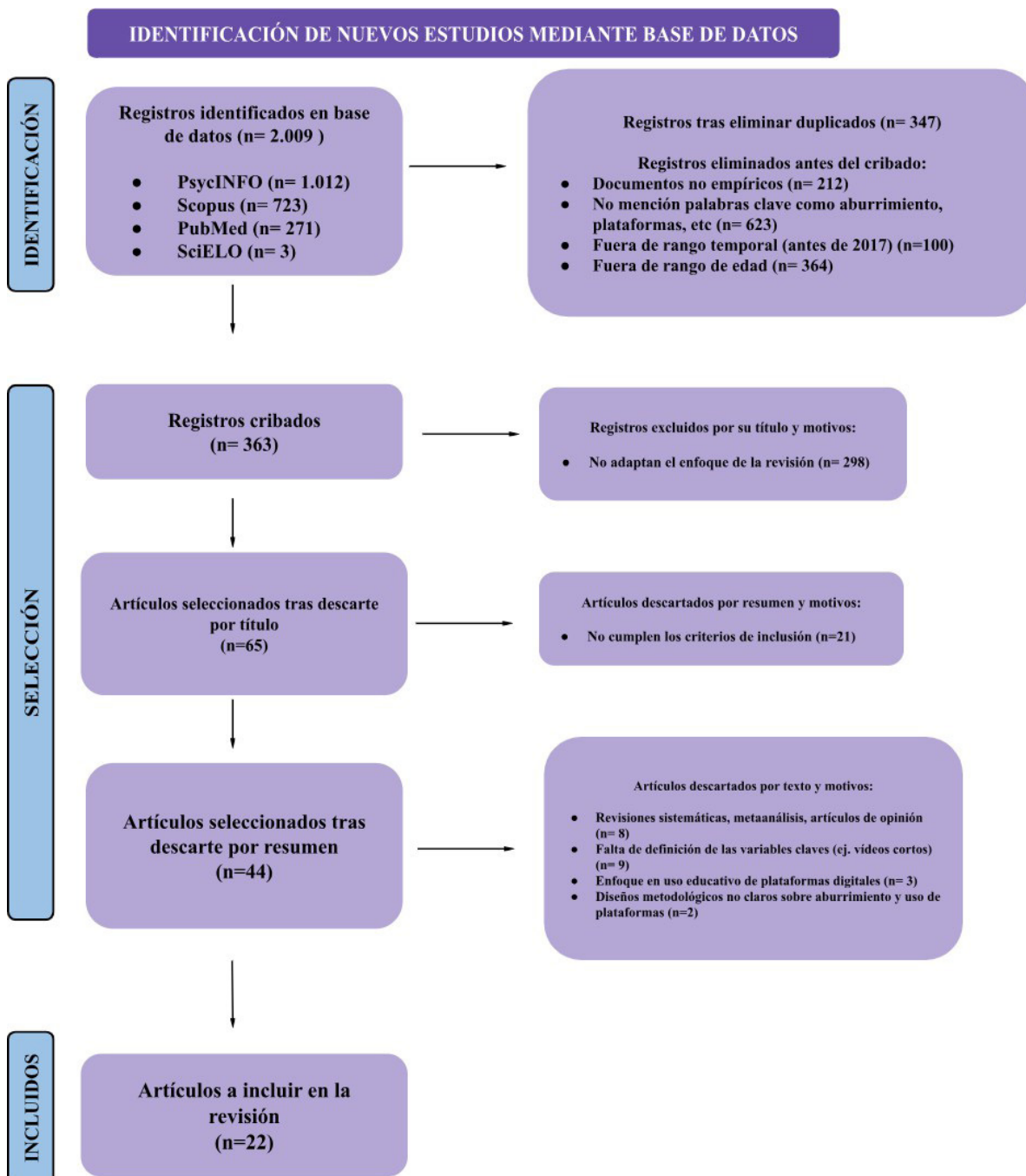
Para confirmar que los artículos seleccionados cumplían íntegramente con todos los criterios de inclusión, se realizó una lectura completa del texto de los 44 estudios restantes. Durante esta etapa final de evaluación, se excluyeron 22 estudios adicionales por las siguientes razones: ocho eran revisiones sistemáticas, metaanálisis o artículos de opinión y, por tanto no aportaban datos empíricos originales (estos documentos no fueron detectados en el filtro automático inicial porque sus datos no los identificaban explícitamente como tales); nueve no lograban aislar o definir operacionalmente la exposición al scrolling o al consumo de vídeos cortos como variable clave, centrándose en el uso general de los móviles sin distinción; tres se enfocaban

exclusivamente en el uso educativo o productivo de plataformas digitales sin contraste con el uso recreativo; y dos presentaban diseños metodológicos que no permitían extraer conclusiones claras sobre las relaciones entre el aburrimiento y el uso de estas plataformas.

Como resultado de este riguroso proceso de selección, se identificaron finalmente 22 artículos que cumplieran con todos los criterios de inclusión establecidos, tal como se refleja en el diagrama de flujo PRISMA 2020 (Figura 1). La selección final permitió disponer de una base sólida y representativa de evidencia empírica actual sobre el papel del aburrimiento en el uso y las consecuencias del consumo de vídeos de formato corto y scrolling en población adolescente y joven adulta.

**Figura 1**

*Diagrama de flujo (PRISMA 2020)*



A continuación, se presentan los estudios seleccionados cada uno con las muestras correspondientes (ver tabla 1).

**Tabla 1***Estudios seleccionados y muestra de participantes*

No.	Autor(es) y Año	Muestra (n)
1	Alruwaili (2025)	745 participantes saudíes (de los cuales 119 jóvenes)
2	Baltaci & Açar (2025)	361 adolescentes turcos
3	Brand, Fochesatto & Gaya (2024)	632 adolescentes españoles
4	Cannito et al. (2023)	69 universitarios italianos
5	Chao et al. (2023)	1346 adolescentes chinos (199 no usuarios de plataformas de videos cortos)
6	Chen, Yao & Elhai (2025)	715 jóvenes chinos usuarios de tiktok
7	Ding et al. (2024)	694 universitarios chinos
8	Donati, Beccari & Primi (2022)	204 adolescentes italianos
9	Drody et al. (2022)	Dos experimentos: 137 universitarios y 160 participantes online vía Amazon Mechanical Turk
10	Elhai et al. (2017)	298 universitarios de EEUU
11	Guo & Chai (2024)	1896 adolescentes chinos en un estudio longitudinal (2018-2024)
12	Huang, Hu & Zhang (2022)	621 participantes chinos de los cuales 83 jóvenes
13	Sümer & Büttner (2022)	Dos experimentos: 333 participantes alemanes de los cuales 20% jóvenes (66) 205 participantes turcos de los cuales 20% jóvenes (41)
14	Tam & Inzlicht (2024)	Múltiples estudios con muestras de diferentes tamaños (estudio 1: N=140; estudio 2: N=231; estudio 3: N=159; estudio 4: N=166; estudio 5: N=174; estudios 6 y 7: N≈175-178). Participantes reclutados en EE.UU. y Canadá.
15	Virós, Montaña & Jiménez (2024)	737 adolescentes españoles
16	Wan et al. (2025)	458 universitarios chinos, diseño longitudinal de 2 etapas (T1 y T2) con 6 meses diferencia
17	Wang et al. (2020)	1097 universitarios chinos
18	Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai (2020)	297 universitarios estadounidenses
19	Xie et al. (2023)	1047 universitarios chinos
20	Yao et al. (2023)	699 universitarios chinos
21	Zhang, Bu & Li (2024)	523 universitarios chinos
22	Zsila et al. (2025)	618 usuarios tiktok de Hungría

**RESULTADOS****Participantes**

Las muestras de las investigaciones revisadas fueron generalmente amplias y mostraron una notable homogeneidad en cuanto al perfil de sus participantes, con una clara focalización en adolescentes y adultos jóvenes, la población demográfica más activa en el uso de redes sociales y plataformas de vídeos cortos. La mayoría de los estudios utilizaron muestras procedentes de entornos educativos, principalmente estudiantes de secundaria (Baltaci & Açar, 2025; Brand, Fochesatto & Gaya, 2024) y universitarios (Cannito et al., 2023; Elhai et al., 2017; Tam & Inzlicht, 2024), reclutados en varios contextos culturales, como Arabia Saudí, Turquía, España, Italia, Estados Unidos, Alemania, Canadá, Hungría y China. Siendo este último país, el mayor representante geográfico en los estudios analizados.

El tamaño de las muestras varió de manera considerable, desde un total de 69 participantes en un estudio experimental con universitarios italianos (Cannito et al., 2023) hasta la amplia cohorte longitudinal de 1896 adolescentes chinos (Guo & Chai, 2024). Resultando una media de los estudios con aproximadamente 598

participantes, lo que indica una tendencia hacia el uso de muestras medianas y grandes para aumentar la potencia estadística y la capacidad de generalización de los resultados.

Respecto a la distribución por género, aunque no todos los estudios proporcionaron datos desglosados, aquellos que sí lo hicieron (Alruwaili, 2025; Virós, Montaña & Jiménez, 2024) señalaron diferencias significativas en los patrones de uso, la vulnerabilidad y el tipo de contenido consumido. Las adolescentes mostraron una mayor probabilidad de uso prolongado (más de dos horas diarias) en plataformas como TikTok y tendieron a preferir contenidos relacionados con música, moda o belleza, mientras que los chicos se inclinaron por comedia, videojuegos o deportes.

La edad de los participantes constituyó un criterio definitorio, agrupándolos en dos grandes grupos: adolescentes (entre 12 y 18 años) y jóvenes adultos universitarios (aproximadamente entre 18 y 25 años). Esta elección respondió al interés por examinar el impacto del uso digital en etapas críticas del desarrollo neurocognitivo, psicosocial y académico. Aunque algunos estudios incluyeron muestras más amplias de población general, esta revisión sistemática se centró exclusivamente en los subgrupos de adolescentes y jóvenes universitarios.

En resumen, la investigación analizada se caracterizó por centrarse principalmente en adolescentes y jóvenes adultos, con muestras de tamaño considerable y un énfasis creciente en contextos culturales asiáticos, especialmente chinos. Aunque esta cierta similitud en la demografía ayuda a que las investigaciones sean más comparables, al mismo tiempo representa una limitación significativa para aplicar los resultados a otros grupos de edad, como los niños o adultos.

## Instrumentos

Los métodos de evaluación empleados en los estudios revisados fueron principalmente cuestionarios de autoinforme que habían sido validados, ajustados a las características de cada investigación. La mayoría de las investigaciones utilizaron varios instrumentos para medir al mismo tiempo el aburrimiento (ya sea como rasgo o como estado), el uso de plataformas digitales y diferentes resultados en las áreas cognitivas, emocionales, académicas y conductuales.

El aburrimiento fue evaluado mediante diferentes escalas según su conceptualización como rasgo estable o estado emocional transitorio. Para medir la propensión al aburrimiento (aburrimiento rasgo), la herramienta más utilizada fue la Boredom Proneness Scale en su versión corta (BPS-SF), empleada en siete estudios (Chen, Yao & Elhai, 2025; Elhai et al., 2017; Wan et al., 2025; Wang et al., 2020; Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai, 2020; Xie et al., 2023; Zhang, Bu & Li, 2024). Otros cuatro estudios emplearon la Short Boredom Proneness Scale (SBPS) (Cannito et al., 2023; Drody et al., 2022; Sümer & Büttner, 2022; Yao et al., 2023), mientras que Cannito et al. (2023) utilizaron además la Subescala de Susceptibilidad al Aburrimiento del Brief Sensation Seeking Scale (BS-BSSS). Para evaluar el aburrimiento como estado emocional momentáneo, Donati, Beccari y Primi (2022) desarrollaron una escala específica de aburrimiento estado, mientras que Tam e Inzlicht (2024) emplearon medidas breves en múltiples momentos temporales. Baltaci y Açar (2025) optaron por la Escala de Aburrimiento en el ocio, centrándose en la experiencia durante el tiempo libre, mientras que Alruwaili (2025) lo abordó indirectamente como desencadenante del scroll inmersivo.

Para evaluar el uso problemático o la adicción a vídeos cortos y redes sociales, se emplearon diversos instrumentos adaptados a plataformas específicas. La Smartphone Addiction Scale-Short Version (SAS-SV) fue adaptada para TikTok en dos estudios (Chen, Yao & Elhai, 2025; Yao et al., 2023). La Short-Form Video Addiction Scale (SFVAS) fue utilizada por Wan et al. (2025) y Xie et al. (2023), mientras que Baltaci y Açar (2025), Ding et al. (2024) y Guo y Chai (2024) emplearon escalas ad hoc de adicción a vídeos cortos. Zsila et al. (2025) validaron el Problematic TikTok Use Questionnaire (PTUQ) como medida específica. Para redes sociales más generales, se utilizaron instrumentos como la escala SNAAddS-6S (Brand, Fochesatto & Gaya, 2024), el Internet Addiction Test (Cannito et al., 2023), y escalas de uso problemático de Facebook (Donati, Beccari & Primi, 2022) y smartphone (Wang et al., 2020; Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai, 2020; Zsila et al., 2025).

Los patrones de uso conductual se evaluaron mediante diversas estrategias. Alruwaili (2025) desarrolló el cuestionario SVC-PCEQ de 23 ítems que evaluaba la inmersión en el desplazamiento junto con efectos cognitivos autopercibidos. Virós Montaña y Jiménez (2024) midieron el tiempo diario mediante seis categorías y la frecuencia de consumo de 20 tipos de contenido, mientras que Zsila et al. (2025) registraron actividades

específicas en TikTok como explorar “Para ti”, leer comentarios o crear contenido. Brand Fochesatto y Gaya (2024) empleó una escala ad hoc de frecuencia de uso por plataforma, y varios estudios incluyeron medidas de tiempo diario y frecuencia de uso (Chao et al., 2023; Elhai et al., 2017; Yao et al., 2023).

El funcionamiento cognitivo fue medido mediante herramientas psicométricas y conductuales. El control atencional se evaluó con la Attentional Control Scale (Xie et al., 2023), mientras que Alruwaili (2025) incluyó medidas autopercebidas de dificultad de atención, interrupción de la memoria de trabajo y fatiga cognitiva. Drody et al. (2022) emplearon una tarea conductual de memoria de trabajo (2-back) para evaluar rendimiento objetivo, registrando automáticamente aciertos, falsas alarmas y multitarea mediática voluntaria. La procrastinación fue evaluada mediante la Academic Procrastination Scale (Xie et al., 2023) y escalas adaptadas de procrastinación en línea para redes sociales, mensajería y compras online (Sümer & Büttner, 2022). Guo y Chai (2024) analizaron consecuencias educativas reales incluyendo rendimiento académico y acceso a instituciones educativas clave.

Los síntomas de depresión fueron evaluados principalmente mediante el Patient Health Questionnaire (PHQ-9) (Chen, Yao & Elhai, 2025; Yao et al., 2023) y la Depression, Anxiety and Stress Scale (DASS-21), utilizada en cinco investigaciones (Chao et al., 2023; Elhai et al., 2017; Wang et al., 2020; Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai, 2020; Zsila et al., 2025). Para adolescentes, Baltaci y Açar (2025) utilizaron la Escala de Depresión Adolescente de Kutcher. La ansiedad social se midió con la Social Interaction Anxiety Scale (Chen, Yao & Elhai, 2025; Yao et al., 2023), mientras que la desregulación emocional fue evaluada con la DERS-16 (Chen, Yao & Elhai, 2025) y la intolerancia al malestar con la Distress Intolerance Scale (Yao et al., 2023). El FoMO se evaluó mediante escalas específicas en Wan et al. (2025) y Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai (2020). El bienestar se midió con la Satisfaction with Life Scale (Chen, Yao & Elhai, 2025; Chao et al., 2023) y escalas de bienestar subjetivo (Ding et al., 2024). Virós, Montaña y Jiménez (2024) desarrollaron una medida específica de bienestar digital con tres dimensiones: resiliencia emocional, agencia y conexión social. Brand, Fochesatto y Gaya (2024) empleó el Strengths and Difficulties Questionnaire (SDQ) para problemas psicosociales, complementado con covariables de afluencia familiar, actividad física, sueño y dieta.

Variables de personalidad y procesos psicológicos adicionales fueron medidos con diversos instrumentos. La búsqueda de sensaciones fue evaluada por Baltaci y Açar (2025), el autocontrol con la Brief Self-Control Scale (Sümer & Büttner, 2022; Zhang, Bu & Li, 2024), y la impulsividad mediante el inventario UPPS (Sümer & Büttner, 2022). La extroversión se evaluó con el TIPI-C (Ding et al., 2024), la autoevaluación básica con el CSES (Ding et al., 2024), el apoyo social con la PSSS (Ding et al., 2024), la exclusión social (Zhang, Bu & Li, 2024), y la intolerancia a la incertidumbre con el IUS-12 (Wan et al., 2025). Wang et al. (2020) incluyó medidas de rumiación.

Huang, Hu & Zhang (2022) desarrollaron escalas para evaluar características tecnológicas de las aplicaciones (algoritmo de recomendación, multimodalidad, facilidad de uso) y el estado de flujo psicológico durante el uso. Cannito et al. (2023) emplearon la Dot Probe Task para medir objetivamente el sesgo atencional hacia estímulos de redes sociales. Tam e Inzlicht (2024) desarrollaron manipulaciones experimentales que permitían o impedían cambiar de contenido, con registros automáticos del comportamiento de cambio digital y evaluaciones de satisfacción, atención percibida y sensación de significado. Chao et al. (2023) emplearon una batería comprensiva incluyendo medidas de sueño, factores académicos (estrés, rendimiento, bullying) y factores familiares (relaciones parentales, estilos de crianza, nivel educativo). Guo y Chai (2024) desarrollaron una escala con cinco dimensiones contextuales: presión académica, influencia de pares e familiar, rasgos de personalidad y necesidades de entretenimiento. Zsila et al. (2025) incluyeron la Body Image States Scale para evaluar autopercepción corporal.

La mayoría de estudios emplearon diseños transversales con evaluaciones en un único momento. No obstante, tres trabajos adoptaron diseños longitudinales: Guo y Chai (2024) realizaron un seguimiento de seis años (2018-2024), Wan et al. (2025) evaluaron en dos momentos separados por seis meses, Zhang, Bu y Li (2024) con un intervalo de un mes de diferencia. Los estudios experimentales adoptaron procedimientos más complejos. Drody et al. (2022) desarrollaron dos experimentos que incluían inducciones de aburrimiento mediante vídeos, seguidas de evaluaciones de multitarea durante una tarea cognitiva. Tam e Inzlicht (2024) llevaron a cabo siete estudios con manipulaciones de cambio de contenido, incluyendo medidas pre y postmanipulación, así como registros automáticos continuos del comportamiento.

En resumen, los instrumentos empleados proporcionaron una evaluación multidimensional del papel del aburrimiento en el uso de plataformas de vídeos en formato corto. Estos abarcaron desde cuestionarios psicométricos estandarizados hasta actividades conductuales, registros digitales automáticos y experimentos controlados, permitiendo la recopilación de la complejidad de las interacciones entre variables cognitivas, emocionales, conductuales y contextuales en el uso digital en población joven.

## Procedimiento

Los 22 estudios analizados en esta revisión aplicaron diferentes métodos para investigar cómo el aburrimiento, el uso de medios digitales y sus efectos cognitivos y psicosociales afectan en población joven. Los procedimientos implementados mostraron variabilidad en cuanto a diseño, formato de recopilación de datos y medidas utilizadas, aunque manteniendo siempre un enfoque empírico cuantitativo.

En relación con el diseño metodológico, la mayoría de las investigaciones (N=17) adoptaron un enfoque transversal, recolectando datos mediante cuestionarios en línea o presenciales en un único momento temporal. Estos estudios, como los de Alruwaili (2025), Baltaci & Açar (2025), y Brand, Bochesatto & Gaya (2024), administraron baterías de escalas psicométricas para evaluar simultáneamente la propensión al aburrimiento, los patrones de uso digital y variables de resultado como síntomas adictivos, salud mental o funcionamiento cognitivo percibido. La aplicación se realizó en entornos educativos (aulas universitarias o colegios), con supervisión de investigadores o mediante enlaces distribuidos a través de canales institucionales, garantizando el anonimato y el consentimiento informado.

Un grupo de investigaciones minoritario (N=3) implementaron diseños longitudinales con dos o más mediciones separadas en el tiempo. Los protocolos de estos estudios variaron en su extensión y frecuencia. Guo y Chai (2024) llevaron a cabo un seguimiento extenso de 6 años (2018-2024) con evaluaciones periódicas a una amplia cohorte de adolescentes chinos. Wan et al. (2025) diseñaron un estudio de dos tiempos (T1 y T2) con un intervalo de 6 meses entre mediciones, mientras que Zhang, Bu y Li (2024) emplearon un intervalo más breve de un mes entre la evaluación inicial (T1) y de seguimiento (T2). Estos estudios permitieron examinar relaciones predictivas y secuenciales entre variables, estableciendo, por ejemplo, que la propensión al aburrimiento en T1 predice niveles más altos de adicción a videos cortos en T2 a través del mecanismo del FoMO.

Los estudios experimentales (N=2) implementaron procedimientos de control en entornos de laboratorio o en línea. Drody et al. (2022) llevaron a cabo dos experimentos en los cuales los participantes fueron asignados aleatoriamente a condiciones que provocaban aburrimiento o interés mediante la visualización de videos seleccionados específicamente. Posteriormente, mientras realizaban una tarea cognitiva difícil (2-back), se les ofreció la opción de ver videos adicionales (multitasking voluntario), registrándose su comportamiento de manera objetiva. Tam e Inzlicht (2024) realizaron una serie de siete experimentos donde manipulaban experimentalmente la posibilidad de cambiar de contenido (switching vs. no-switching) durante las actividades de visualización, midiendo posteriormente los niveles de aburrimiento, atención percibida y significado a través de cuestionarios breves y registrando automáticamente el número de cambios realizados en las plataformas (scrolling).

En cuanto a la estructura de la evaluación, los estudios que utilizaron exclusivamente cuestionarios, la mayoría, siguieron una secuencia típica que comenzaba con la obtención del consentimiento informado y la recolección de datos sociodemográficos. A continuación, se administraban las escalas centrales, generalmente en el siguiente orden: primero, instrumentos que evaluaban rasgos estables (propensión al aburrimiento, rasgos de personalidad); segundo, medidas de conducta digital (frecuencia, patrones de uso, síntomas adictivos); y tercero, variables de resultado (síntomas de salud mental, bienestar, funcionamiento cognitivo, rendimiento académico). Algunos estudios, como el de Chao et al. (2023), incluyeron una amplia batería que cubría múltiples dominios (salud mental, familia, escuela, sueño), requiriendo sesiones de aplicación más prolongadas.

Los procedimientos que incluyeron actividades cognitivas basadas en computadoras añadieron un enfoque más complejo. Cannito et al. (2023) utilizaron la tarea Dot Probe para medir el sesgo atencional hacia estímulos de redes sociales, mostrando pares de imágenes (redes sociales vs. imágenes neutrales) en una pantalla y registrando los tiempos de reacción para evaluar la atención automática. Drody et al. (2022) combinaron la inducción emocional, la tarea 2-back y la evaluación de la multitarea voluntaria en una sola sesión experimental,

necesitando un control riguroso sobre cómo se presentaban los estímulos y cómo se recogían los datos de rendimiento.

Entre los componentes metodológicos más destacados se encontró el frecuente desarrollo de instrumentos ad hoc para captar aspectos específicos del consumo digital actual. Alruwaili (2025) desarrolló y validó un cuestionario específico sobre consumo de videos cortos y efectos cognitivos percibidos. Virós, Montaña y Jiménez (2024) diseñaron un detallado instrumento para categorizar el tiempo de uso y los tipos de contenido consumido en TikTok, junto con una escala original de bienestar digital. Huang, Hu y Zhang (2022) elaboraron escalas para medir constructos tecnológicos como la percepción del algoritmo de recomendaciones y la experiencia de flow.

Algunos estudios mostraron particular atención al control de variables extrañas. Brand, Fochesatto y Gaya (2024) incluyeron una evaluación exhaustiva de covariables como el nivel socioeconómico (FAS-III), actividad física, la alimentación (KIDMED) y el sueño. Chao et al. (2023) controlaron una amplia gama de factores familiares y escolares. Los diseños longitudinales y experimentales, por su naturaleza, permitieron un mayor control sobre las interpretaciones respecto a las relaciones de causa y efecto.

En definitiva, los estudios implementaron procedimientos estandarizados de consentimiento informado y obtuvieron la aprobación de comités de ética institucionales, especialmente cuando participaban menores de edad. Los datos se recolectaron de forma anónima o confidencial, y en los estudios longitudinales se utilizaron códigos únicos para vincular las mediciones de cada participante a lo largo del tiempo preservando su anonimato. Aunque la mayoría de las investigaciones no reportaron tasas de abandono elevadas, los diseños longitudinales y experimentales sí enfrentaron desafíos de permanencia, manteniendo sin embargo muestras grandes para el análisis.

## EVIDENCIAS ESENCIALES

Los resultados de los 22 estudios revisados revelaron hallazgos significativos y diversos sobre cómo influye el papel del aburrimiento, el uso problemático y las consecuencias del consumo de redes sociales y vídeos de formato corto en adolescentes y jóvenes adultos (ver anexo).

### El aburrimiento como causante y predictor principal

Una gran parte importante de los estudios revisados mostraron que el aburrimiento, tanto como rasgo permanente (tendencia a aburrirse) o como una emoción momentánea, actuaba como un potente motivador para el consumo digital. Diversas investigaciones transversales y longitudinales mostraron que los jóvenes con mayores niveles de aburrimiento rasgo presentaban una mayor probabilidad de desarrollar hábitos de uso compulsivo o adictivo, un uso más frecuente y un incremento en la procrastinación académica a través de las redes sociales (Chen, Yao & Elhai, 2025; Elhai et al., 2017; Sümer & Büttner, 2022; Wang et al., 2020; Wan et al., 2025; Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai, 2020; Xie et al., 2023).

Los estudios longitudinales aportaron evidencia especialmente relevante en este sentido. Wan et al. (2025) demostraron que la tendencia al aburrimiento evaluada en un primer momento predecía de manera significativa la adicción a vídeos cortos seis meses después, confirmando su papel como futuro factor de riesgo. De manera similar, Zhang, Bu y Li (2024) observaron que el aburrimiento influía en la relación entre exclusión social y la adicción a vídeos cortos, participando además en una secuencia que incluía el deterioro del autocontrol. Complementariamente, investigaciones experimentales, como la de Tam e Inzlicht (2024), confirmaron esta relación en tiempo real, demostrando que los momentos de aburrimiento incrementaban directamente la conducta de desplazamiento en pantalla (scrolling).

No obstante, los resultados no fueron del todo universales. Algunos estudios sugirieron que el aburrimiento no siempre actuaba como predictor directo, sino que su influencia dependía de otros procesos emocionales. Por ejemplo, Baltaci & Açar (2025) descubrieron que el aburrimiento en el ocio no predecía directamente la adicción, sino que su impacto se manifestaba únicamente a través de la depresión y la búsqueda de nuevas sensaciones. Asimismo, Yao et al. (2023) mostraron que, al controlar la intolerancia al malestar, el aburrimiento perdía capacidad predictiva, lo que indicaba que su papel podría verse opacado por otros mecanismos afectivos en determinados contextos.

## Mecanismos mediadores y moderadores

Otro hallazgo de la literatura fue que el aburrimiento rara vez actuaba de manera aislada, sino que su influencia se explicaba principalmente a través de mecanismos mediadores de carácter cognitivo y emocional. El miedo a perderse algo (FoMO) destacó como el proceso mediador más consistente. Tanto Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai (2020) como Wan et al. (2025) evidenciaron que el aburrimiento incrementaba el FoMO, y que este, a su vez, aumentaba la probabilidad de un uso problemático. Estos modelos explicaban por qué existía una relación entre el aburrimiento y la gravedad del uso problemático, pero no evidenciaban la cantidad de uso de estas plataformas (Elhai et al., 2017; Zsila et al., 2025).

La regulación emocional constituyó otro mecanismo clave. Chen, Yao y Elhai (2025) mostraron que el aburrimiento aumentaba las probabilidades de pertenecer a perfiles de uso problemático cuando coexistía con desregulación emocional. Baltaci & Açar (2025) identificaron que el aburrimiento actuaba a través de la depresión y la búsqueda de sensaciones. Por otra parte, Donati, Beccari y Primi (2022) aportaron evidencia bidireccional, es decir, el aburrimiento rasgo favorecía el uso problemático, pero este uso, a su vez, intensificaba el aburrimiento estado, generando un círculo de retroalimentación negativa.

En el aspecto cognitivo, Cannito et al. (2023) encontraron que el aburrimiento aumentaba el sesgo atencional automático hacia estímulos de redes sociales, facilitando un uso adictivo. Zhang, Bu y Li (2024) demostraron que el deterioro del autocontrol mediaba la relación entre aburrimiento y adicción. Y Xie et al. (2023) observaron que la predisposición al aburrimiento moderaba cómo la adicción impactaba sobre el control atencional y la procrastinación académica, evidenciando una interacción compleja entre motivación, atención y autorregulación.

## Consecuencias cognitivas, emocionales y académicas

El consumo digital motivado por el aburrimiento se asociaba con peores resultados. Cognitivamente, se vinculaba con dificultades de atención sostenida, interrupciones en la memoria de trabajo y fatiga cognitiva (Alruwaili, 2025; Xie et al., 2023). Académicamente, se relacionaba con mayor procrastinación y, en casos de adicción severa, con un peor rendimiento académico y menores oportunidades educativas (Chao et al., 2023; Guo & Chai, 2024). Emocionalmente, este patrón de consumo estaba ligado a mayores niveles de depresión, ansiedad y menor bienestar subjetivo (Brand, Fochesatto & Gaya, 2024; Chen, Yao & Elhai, 2025). Es importante destacar que en la literatura no todo consumo conllevaba riesgos, el perfil de usuarios activos y adaptativos, es decir, aquellos que creaban contenido o interactuaban socialmente, se asociaban con mejor salud mental y menor aburrimiento (Chen, Yao & Elhai, 2025).

## Diferencias según género, edad y tipo de uso

Finalmente, los resultados de los estudios evidenciaron que las adolescentes mostraron una mayor probabilidad de uso prolongado (más de dos horas diarias) en plataformas como TikTok y una mayor preferencia por contenidos sociales y estéticos, mientras que los chicos tendieron a un uso más breve y orientado al entretenimiento (Alruwaili, 2025; Virós, Montaña & Jiménez, 2024). La etapa de la adolescencia, particularmente durante el bachillerato, ha sido identificada como un momento de mayor fragilidad, con aumentos en los índices de dependencia digital. En este contexto, elementos como la presión académica y la influencia de los amigos actuaron como factores determinantes (Guo Chai, 2024). Por otra parte, los efectos perjudiciales estaban más relacionados con el uso pasivo y evasivo (scrolling automático) que con el uso activo o la simple cantidad de uso (Elhai et al. , 2017; Wolniewicz, Rozgonjuk & Elhai, 2020; Zsila et al. , 2025).

En resumen, los análisis indican que el aburrimiento se considera un factor de riesgo clave en el contexto digital actual. Su influencia actúa a través de mecanismos psicológicos como el FoMO y las dificultades atencionales, favoreciendo un patrón de consumo pasivo y evasivo que se vincula con efectos negativos en distintos ámbitos. Este impacto resulta especialmente marcado durante la adolescencia y varía según el género y las motivaciones de uso, creando una situación compleja donde la relación entre las emociones internas y el diseño de las plataformas contribuye a un ciclo continuo de malestar y comportamientos problemáticos.

## DISCUSIÓN

El presente trabajo se propuso sintetizar evidencia empírica sobre el papel del aburrimiento en el consumo de redes sociales y vídeos cortos en jóvenes (12-25 años). Para ello, se establecieron cuatro objetivos específicos: (OE1) resumir hallazgos sobre la relación entre aburrimiento y uso problemático de plataformas de vídeos cortos, (OE2) identificar mecanismos psicológicos mediadores o moderadores implicados, (OE3) evaluar el impacto del consumo digital vinculado al aburrimiento en dominios cognitivos, emocionales y conductuales, y (OE4) examinar diferencias por género, edad y contexto cultural. A partir de estos objetivos y los hallazgos obtenidos, se confirmaron las hipótesis planteadas, revelando que el aburrimiento actúa como un predictor significativo (H1), a través de mecanismos afectivos y cognitivos (H2), asociándose con consecuencias negativas para el bienestar y la cognición (H3), y mostrando diferencias según género y edad (H4).

Los resultados de esta revisión sistemática destacan que el aburrimiento se establece como un factor psicológico clave que impulsa el uso pasivo y prolongado de plataformas basadas en scrolling y vídeos de formato corto entre adolescentes y jóvenes adultos. Esta relación no es casual, sino que se sostiene en una red compleja de procesos psicológicos y en un diseño de plataformas pensado para maximizar la permanencia del usuario.

En primer lugar, los resultados de esta revisión coinciden con las revisiones sistemáticas y metaanálisis más recientes que señalan un vínculo fuerte entre el aburrimiento y el uso de medios digitales. La revisión llevada a cabo por Camerini, Morlino y Marciano (2023) confirma una asociación significativa y destaca que el aburrimiento actúa principalmente como un factor que influye en el consumo digital, sobre todo en contextos de ocio, en lugar de ser una consecuencia de este. Esta relación causal se ve reforzada por los estudios longitudinales incluidos en esta revisión, como los de Wan et al. (2025) y Zhang et al. (2024), que muestran que la tendencia al aburrimiento en un momento inicial predice niveles más elevados de adicción a los vídeos cortos meses después. Adicionalmente, la revisión sistemática de Tagliaferri et al. (2025) concluye que el aburrimiento rasgo es un factor asociado y predictor constante del uso problemático de tecnología, mediado con frecuencia por dificultades en la regulación emocional, un mecanismo que también aparece claramente en los trabajos de Baltaci y Açar (2025), y Chen, Yao y Elhai (2025).

En relación con el papel del aburrimiento como desencadenante, la evidencia aportada por Alruwaili (2025) y Tam e Inzlicht (2024) refuerza la idea de que se trata de un estado desagradable que impulsa la búsqueda inmediata de estimulación, para lo cual el scrolling en plataformas de contenido breve parece ofrecer un alivio rápido. Este patrón coincide con el concepto de “dopamine-scrolling” descrito por Sharpe y Spooner (2025), según el cual las características de estas plataformas (recompensas intermitentes, desplazamiento infinito y algoritmos de recomendación) activan de forma repetida los circuitos de recompensa cerebral. Sin embargo, el hallazgo clave de Tam e Inzlicht (2024) revela un efecto contradictorio: aunque los usuarios recurren al scrolling para reducir el aburrimiento, el cambio constante de contenido incrementa posteriormente los niveles de aburrimiento, disminuye la atención percibida y reduce la sensación de significado. Este proceso da lugar a un círculo vicioso de retroalimentación negativa, donde la estrategia de regulación emocional fracasa y perpetúa el estado que se intenta cambiar. Este comportamiento, además, resalta el potencial adictivo de estas plataformas, tal como analizan De D et al. (2025) al examinar el impacto neurofisiológico de los algoritmos.

En lo que respecta a los mecanismos mediadores y los perfiles de vulnerabilidad, la relación entre aburrimiento y consecuencias negativas no es directa, sino que se relaciona a través de diversos factores psicológicos. Esta revisión identifica el FoMO como un mediador clave, tal como muestran las mediaciones seriales en los estudios de Wolniewicz, Rozgonjuk y Elhai (2020) y Wan et al. (2025). Asimismo, la dificultad en la regulación emocional y la búsqueda de sensaciones aparecen como vías alternativas (especialmente en adolescentes) que explican cómo el aburrimiento puede derivar en un uso problemático (Baltaci y Açar, 2025; Chen, Yao y Elhai, 2025). En el ámbito cognitivo, Cannito et al. (2023) aportan evidencia de que el aburrimiento incrementa la orientación atencional hacia estímulos de redes sociales, favoreciendo un patrón de uso más automático y difícil de controlar. Estos mecanismos se intensifican en contextos de adversidad. El modelo de IU, Zhan y Liu (2025), que describe una mediación en cadena desde eventos vitales negativos hasta la adicción a vídeos cortos a través de la depresión y la evitación experiencial, amplía este panorama y muestra cómo el aburrimiento puede funcionar tanto como estado inicial como consecuencia de otros malestares psicológicos, dirigiendo ambos hacia un mayor consumo digital.

Finalmente, las diferencias demográficas y los hábitos de consumo añaden matices significativos. Los hallazgos que indican un uso más prolongado en mujeres y una mayor vulnerabilidad durante la adolescencia media coinciden con la revisión sistemática sobre TikTok realizada por Conte et al. (2025), que destaca un impacto diferencial según género y etapa del desarrollo. También enfatizan la capacidad de los algoritmos para generar ciclos de retroalimentación que aumentan la exposición a ciertos tipos de contenido. Además, la diferencia entre un uso pasivo o evasivo (que se relaciona a mayores riesgos) y un uso activo o adaptativo (relacionado con un mejor bienestar), observada en estudios como los de Chen, Yao y Elhai (2025) y Virós, Montaña y Jiménez (2024), resulta fundamental.

Esta diferenciación, ya señalada en revisiones anteriores sobre TikTok (Montag, Yang y Elhai, 2021) y respaldada por grandes cohortes como el estudio ABCD (Paulich et al., 2021; Nagata et al., 2025), evidencia que el “tiempo de pantalla” por sí solo no es un indicador adecuado. Lo que realmente importa son las motivaciones del usuario (escapismo frente a conexión social creativa) y la calidad del contenido que consume, factores que influyen de manera decisiva en el impacto del uso digital en el bienestar y la salud mental.

### **Limitaciones**

Esta revisión sistemática presenta una serie de limitaciones que deben ser consideradas al interpretar sus resultados. En primer lugar, es necesario reconocer una limitación central surgida durante el desarrollo del trabajo. El diseño inicial de la revisión estuvo orientado específicamente al análisis del scrolling como fenómeno principal. Sin embargo, la escasez de estudios que examinaran este comportamiento de forma aislada y clara, obligó a ampliar los objetivos, las preguntas de investigación y los criterios de inclusión. Este ajuste, implicó integrar el scrolling dentro de categorías más amplias como el uso de vídeos de formato corto. Esta falta conceptual en la literatura existente representa una limitación del propio campo de estudio y resalta la necesidad de que futuras investigaciones definan y midan el scrolling de manera más específica y diferenciada.

Asimismo, el sesgo geográfico y cultural representó una limitación considerable para la generalización de los resultados. La mayoría de los estudios incluidos procedieron de contextos asiáticos, especialmente de China, donde las normas sociales, la presión académica competitiva, los estilos de crianza, las expectativas culturales y las regulaciones gubernamentales sobre el uso de la tecnología difieren de otras regiones del mundo. Esta concentración geográfica limitó significativamente la aplicabilidad de los hallazgos a contextos occidentales, latinoamericanos, africanos o de otras culturas.

Respecto al proceso metodológico de esta revisión, es necesario señalar que, si bien se siguieron las directrices PRISMA 2020, el cribado, la selección y la extracción de datos fueron realizados por un único investigador. Aunque se aplicaron filtros sistemáticos y se revisaron las decisiones de forma reflexiva, este procedimiento conlleva un riesgo potencial de sesgo de selección o error humano. Asimismo, la búsqueda se limitó a cuatro bases de datos y a literatura publicada en inglés y español, por lo que es posible que investigaciones relevantes en otros idiomas o en otras bases de datos no hayan sido capturadas.

### **Implicaciones y recomendaciones futuras**

Los hallazgos obtenidos tienen implicaciones directas para la psicología sanitaria y las políticas de bienestar digital. En el ámbito clínico, evaluar la tendencia al aburrimiento y los patrones de uso digital (especialmente el scrolling pasivo) deberían incorporarse a la evaluación de adolescentes y jóvenes que manifiesten síntomas ansiosos o depresivos, dificultades de concentración o un bajo rendimiento académico. Las intervenciones, por su parte, deberían ir más allá de la psicoeducación sobre “el tiempo de pantalla” y centrarse más en fortalecer habilidades de regulación emocional, tolerancia al malestar y capacidad para gestionar el aburrimiento. Asimismo, es clave fomentar un uso tecnológico más consciente, participativo y orientado a propósitos claros, de modo que se reduzca ese patrón de uso pasivo que suele relacionarse con un mayor malestar psicológico.

Para impulsar el desarrollo de este campo y superar las limitaciones presentes en la evidencia actual, se proponen varias líneas de investigación. En primer lugar, es necesario llevar a cabo estudios longitudinales y experimentales que permitan establecer relaciones causales sólidas y observar cómo evolucionan los procesos implicados a lo largo del tiempo. En segundo lugar, es urgente desarrollar y validar instrumentos específicos que midan de manera precisa el scrolling pasivo, diferenciándolo del uso activo o general. En tercer lugar, resulta imprescindible ampliar la diversidad geográfica y cultural de las muestras, para evaluar la generalización de los hallazgos y el papel de los factores contextuales. Por último, es necesario examinar los factores protectores que puedan moderar el riesgo, como el estilo parental, el clima escolar, las actividades de ocio y los riesgos de personalidad.

## CONCLUSIONES

Esta revisión sistemática evidencia que el aburrimiento es un factor psicológico clave en el uso de redes sociales y de plataformas de vídeos breves entre adolescentes y jóvenes adultos. Lejos de ser un factor secundario, actúa como un motor significativo del consumo pasivo, prolongado y, con frecuencia, problemático. Los estudios analizados muestran de forma constante que tanto el aburrimiento como un rasgo de personalidad, se vinculan con una mayor intensidad de scrolling, un incremento del riesgo de uso adictivo y un deterioro en funciones cognitivas básicas (incluyendo la atención, la memoria de trabajo y el control ejecutivo), además de efectos negativos en el bienestar emocional y el rendimiento académico. Asimismo, cuando el uso digital se activa como respuesta al aburrimiento, tiende a asociarse con mayores niveles de depresión, ansiedad y procrastinación, especialmente cuando adopta un patrón automático y busca la evasión.

Los resultados indican que el aburrimiento no actúa de forma independiente, sino que su efecto se explica a través de mecanismos como el FoMO, la desregulación emocional, la reducción del autocontrol y los sesgos atencionales hacia estímulos digitales. Aunque algunos estudios sugieren que su impacto puede variar según el estado emocional de la persona, la evidencia longitudinal y experimental confirma que constituye un factor de riesgo relevante en el desarrollo de patrones problemáticos de consumo digital. También se observan diferencias por género, edad y tipo de interacción, siendo la adolescencia especialmente vulnerable y el uso pasivo el más asociado a consecuencias negativas.

A pesar de la coherencia de los hallazgos, la literatura presenta limitaciones importantes, como el predominio de estudios transversales y la concentración geográfica en Asia, lo que resalta la necesidad de ampliar la investigación a otros contextos y emplear diseños más sólidos.

En resumen, comprender el impacto del scrolling y los vídeos cortos en jóvenes requiere un enfoque integral que considere el papel central del aburrimiento y las motivaciones subyacentes a su uso. Los resultados apuntan a la importancia de promover intervenciones que fortalezcan la tolerancia al aburrimiento, la autorregulación emocional y un uso más consciente de las tecnologías para proteger el desarrollo cognitivo y el bienestar psicológico de los adolescentes.

## DECLARATORIA DE TRANSPARENCIA, ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

**Conflicto de intereses:** La autora declara que no existen conflictos de intereses relacionados con la investigación, la autoría o la publicación de este artículo.

**Contribución y autoría:** La autora declara que ha contribuido de manera significativa al manuscrito de acuerdo con la taxonomía CRediT, aprobado la versión final y orden de autoría.

**Aprobación ética:** El estudio no requirió la aprobación por un Comité de Ética.

**Financiamiento:** La autora declara que esta investigación no recibió financiamiento.

**Uso de Inteligencia Artificial (IA):** La autora declara cualquier uso de herramientas de Inteligencia Artificial de manera transparente y asume plena responsabilidad sobre el contenido del manuscrito.

**Preprints:** La autora declara que este manuscrito no ha sido publicado previamente como preprint en ningún repositorio público.

**Retracciones y correcciones:** La autora conoce la política editorial de la revista HOMERO respecto a la ética en publicación, retractaciones y correcciones, y se comprometen a actuar conforme a los principios establecidos por el Committee on Publication Ethics (COPE) en caso de identificarse errores o malas prácticas después de la publicación.

## REFERENCIAS

- Alruwaili, R. F. (2025). Scroll immersion and short-form video use: Predictors of attention, memory, and fatigue among Saudi social media users. *Acta Psychologica*, 260, 105674. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105674>
- Al-Samarraie, H., Bello, K. A., Alzahrani, A. I., Smith, A. P., & Emele, C. (2022). Young users' social media addiction: causes, consequences and preventions. *Information Technology & People*, 35(7), 2314-2343. <https://doi.org/10.1108/ITP-11-2020-0753>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252–262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Arslan, G., & Coşkun, M. (2022). Social exclusion, self-forgiveness, mindfulness, and internet addiction in university students: A moderated mediation approach. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(4), 2165–2179. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00506-1>
- Baltacı, Ö., & Açar, I. (2025). Does leisure boredom predict short video addiction in adolescents? *Psychiatric Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s1126-025-10172-4>
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2020). TikTok and the algorithmized self: A new model of online interaction. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2020i0.11172>
- Billieux, J., Maurage, P., Lopez-Fernandez, O., Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). Can disordered mobile phone use be considered a behavioral addiction? An update on current evidence and a comprehensive model for future research. *Current Addiction Reports*, 2(2), 156–162. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0054-y>
- Brand, C., Fochesatto, C. F., & Gaya, A. R. (2024). Scrolling through adolescence: Unveiling the relationship of the use of social networks and its addictive behavior with psychosocial health. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 18, Article 107. <https://doi.org/10.1186/s13034-024-00805-0>
- Camerini, A.-L., Morlino, S., & Marciano, L. (2023). Boredom and digital media use: A systematic review and meta-analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 10, 100313. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100313>
- Cannito, L., Ceccato, I., Annunzi, E., Bortolotti, A., D'Intino, E., Palumbo, R., D'Addario, C., & Di Domenico, A. (2023). Bored with boredom? Trait boredom predicts internet addiction through the mediating role of attentional bias toward social networks. *Frontiers in Human Neuroscience*, 17, 1179142. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2023.1179142>
- Chao, M., Lei, J., He, R., Jiang, Y., & Yang, H. (2023). TikTok use and psychosocial factors in adolescents: Comparisons among non-users, moderate users, and addictive users. *Psychiatry Research*, 325, 115247. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2023.115247>
- Chen, J., Yao, N., & Elhai, J. D. (2025). From active users to passive watchers: Profiles of TikTok engagement and mental health predictors. *Addictive Behaviors*, 173, 108552. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2025.108552>
- Dahlen, E. R., Martin, R. C., Ragan, K., & Kuhlman, M. M. (2004). Boredom proneness in anger and aggression: Effects of impulsiveness and sensation seeking. *Personality and Individual Differences*, 37(8), 1615–1627. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.016>
- Conte, G., Di Iorio, G., Esposito, D., Romano, S., Panvino, F., Maggi, S., Altomonte, B., Casini, M. P., Ferrara, M., & Terrinoni, A. (2025). Scrolling through adolescence: A systematic review of the impact of TikTok on adolescent mental health. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 34(5), 1511–1527. <https://doi.org/10.1007/s00787-024-02581-w>
- De D., El Jamal, M., Aydemir, E., & Khera, A. (2025). Social media algorithms and teen addiction: Neurophysiological impact and ethical considerations. *Cureus*, 17(1), e77145. <https://doi.org/10.7759/cureus.77145>
- Ding, J., Hu, Z., Zuo, Y., & Xu, Y. (2024). The relationships between short-form video addiction, subjective well-being, social support, personality, and core self-evaluation: A latent profile analysis. *BMC Public Health*, 24, Article 3459. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-20994-9>
- Donati, M. A., Beccari, C., & Primi, C. (2022). Boredom and problematic Facebook use in adolescents: What is the relationship considering trait or state boredom? *Addictive Behaviors*, 125, 107132. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107132>
- Drody, A. C., Ralph, B. C. W., Danckert, J., & Smilek, D. (2022). Boredom and media multitasking. *Frontiers in Psychology*, 13, 807667. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.807667>
- Elhai, J. D., Vasquez, J. K., Lustgarten, S. D., Levine, J. C., & Hall, B. J. (2017). Boredom proneness mediates relationships between problematic smartphone use and depression and anxiety severity. *Social Science Computer Review*, 36(6), 707–720. <https://doi.org/10.1177/0894439317741087>
- Graf, D., Yanagida, T., & Spiel, C. (2019). Sensation seeking's differential role in face-to-face and cyberbullying: Taking perceived contextual properties into account. *Frontiers in Psychology*, 10, Article 1572. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01572>
- Guo, J., & Chai, R. (2024). Adolescent short video addiction in China: unveiling key growth stages and driving factors behind behavioral patterns. *Frontiers in Psychology*, 15, 1509636. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1509636>
- Huang, Q., Hu, M., & Zhang, N. (2022). A technopsychological approach to understanding problematic short-form video application use: The role of flow. *Frontiers in Psychology*, 13, 971589. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.971589>
- Kuss, D. J., Pontes, H. M., & Griffiths, M. D. (2018). Neurobiological correlates in internet gaming disorder: A systematic literature review. *Frontiers in Psychiatry*, 9, 166. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00166>
- Lin, Z. (2023). Analysis of the psychological impact of TikTok on contemporary adolescents. *SHS Web of Conferences*, 157, 01024. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315701024>
- Liu, Y., Zhan, Y., & Liu, Y. (2025). From stress to screen: Relationship between negative life events and short video addiction among college students: A chain-mediated effect of depression and experiential avoidance. *Frontiers in Psychology*, 16, 1677941. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1677941>

- Meng, K. S., & Leung, L. (2021). Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits. *Telecommunications Policy*, 45(7), 102172. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102172>
- Mercer-Lynn, K. B., Flora, D. B., Fahlman, S. A., & Eastwood, J. D. (2013). The measurement of boredom: Differences between existing self-report scales. *Assessment*, 20(5), 585–596. <https://doi.org/10.1177/1073191111408229>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Nagata, J. M., Lee, C. M., Hur, J. O., & Baker, F. C. (2025). What we know about screen time and social media in early adolescence: A review of findings from the Adolescent Brain Cognitive Development Study. *Current Opinion in Pediatrics*, 37(4), 357–364. <https://doi.org/10.1097/MOP.0000000000001462>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., . . . Alonso-Fernández, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: Una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 74(9), 790–799. <https://doi.org/10.1016/j.recesp.2021.06.016>
- Paulich, K. N., Ross, J. M., Lessem, J. M., & Hewitt, J. K. (2021). Screen time and early adolescent mental health, academic, and social outcomes in 9- and 10-year-old children: Utilizing the Adolescent Brain Cognitive Development (ABCD) Study. *PLOS ONE*, 16(9), e0256591. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256591>
- Rosenberg, K. P., & Feder, L. C. (Eds.). (2014). Behavioral addictions: Criteria, evidence, and treatment. *Academic Press*.
- Scherr, S., & Wang, K. (2021). Explaining the success of social media with gratification niches: Motivations behind daytime, nighttime, and active use of TikTok in China. *Computers in Human Behavior*, 124, 106893. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106893>
- Sharpe, B. T., & Spooner, R. A. (2025). Dopamine-scrolling: A modern public health challenge requiring urgent attention. *Perspectives in Public Health*, 145(4), 190–191. <https://doi.org/10.1177/17579139251331914>
- Sohn, S. Y., Rees, P., Wildridge, B., Kalk, N. J., & Carter, B. (2019). Prevalence of problematic smartphone usage and associated mental health outcomes amongst children and young people: A systematic review, meta-analysis and GRADE of the evidence. *BMC Psychiatry*, 19(1), 356. <https://doi.org/10.1186/s12888-019-2350-x>
- Spaeth, M., Weichold, K., & Silbereisen, R. K. (2015). The development of leisure boredom in early adolescence: Predictors and longitudinal associations with delinquency and depression. *Developmental Psychology*, 51(10), 1380–1394. <https://doi.org/10.1037/a0039480>
- Statista. (2024). Number of social media users worldwide from 2017 to 2027 [consultado en 18 de diciembre 2025]. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Sümer, C., & Büttner, O. B. (2022). I'll do it- After one more scroll: The effects of boredom proneness, self-control, and impulsivity on online procrastination. *Frontiers in Psychology*, 13, 918306. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.918306>
- Tagliaferri, G., Martí-Vilar, M., Frisari, F. V., Quaglieri, A., Mari, E., Burrai, J., Giannini, A. M., & Cricenti, C. (2025). Connected by boredom: A systematic review of the role of trait boredom in problematic technology use. *Brain Sciences*, 15(8), 794. <https://doi.org/10.3390/brainsci15080794>
- Tam, K. Y. Y., & Inzlicht, M. (2024). Fast-forward to boredom: How switching behavior on digital media makes people more bored. *Journal of Experimental Psychology: General*, 153(10), 2409–2426. <https://doi.org/10.1037/xge0001639>
- Van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Virós-Martín, C., Montaña-Blasco, M., & Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception. *Humanities and Social Communications*, 11, <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5>
- Wallace, J., Boers, E., Ouellet, J., Afzali, M. H., & Conrod, P. (2023). Screen time, impulsivity, neuropsychological functions, and their relationship to growth in adolescent attention-deficit/hyperactivity disorder symptoms. *Scientific Reports*, 13(1), 18108. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-44105-7>
- Wan, Z., Guo, M., Yang, C., Li, W., Li, X., Zheng, W., & Zhao, Y. (2025). Exploring the relationship between boredom proneness and short-form video addiction among Chinese college students through a moderated mediation model. *Scientific Reports*, 15, Article 38415. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-22313-7>
- Wang, Y., Yang, H., Montag, C., & Elhai, J. D. (2020). Boredom proneness and rumination mediate relationships between depression and anxiety with problematic smartphone use severity. *Current Psychology*, 41, 5287–5297. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01052-0>
- Weybright, E. H., Caldwell, L. L., Ram, N., Smith, E. A., & Wegner, L. (2016). Trajectories of adolescent substance use development and the influence of healthy leisure: A growth mixture modeling approach. *Journal of Adolescence*, 49, 158–169. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.03.012>
- Wolniewicz, C. A., Rozgonjuk, D., & Elhai, J. D. (2020). Boredom proneness and fear of missing out mediate relations between depression and anxiety with problematic smartphone use. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.1002/hbe2.159>
- Wu, Y., Wang, X., Hong, S., & Hong, M. (2021). The relationship between short-form social videos and youth well-being: It depends on use type and content category. *Psychology of Popular Media*, 10(4), 467–477. <https://doi.org/10.1037/ppm0000292>
- Xie, J., Xu, X., Zhang, Y., Tan, Y., Wu, D., Shi, M., & Huang, H. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1298361. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1298361>

- Yao, N., Chen, J., Huang, S., Montag, C., & Elhai, J. D. (2023). Depression and social anxiety in relation to problematic TikTok use severity: The mediating role of boredom proneness and distress intolerance. *Computers in Human Behavior, 145*, 107751. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107751>
- Zhang, Y., Bu, R., & Li, X. (2024). Social exclusion and short video addiction: The mediating role of boredom and self-control. *Psychology Research and Behavior Management, 17*, 2195–2203. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S463240>
- Zsila, Á., Aruguete, M. S., Shabahang, R., Buvár, Á., & Orosz, G. (2025). Convergent and divergent predictors of extensive use time and problematic TikTok use. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 19*(4), Article 8. <https://doi.org/10.5817/CP2025-4-8>
- Zuckerman, M. (1978). Sensation seeking. In H. London & J. E. Exner, Jr (Eds.). *Dimensions of personality* (pp. 487–559). Wiley