methaodos.revista de ciencias sociales (2025) 13(1) m251301a07

Perfiles de *phubbing* de estudiantes universitarios y su relación con factores sociodemográficos y psicológicos

Phubbing profiles of university students and their relationship with sociodemographic and psychological factors

Vicente Villalba Palacin | vicentevillalba@ub.edu | Autor de correspondencia
Universitat de Barcelona, España

Adrien Faure | adrienfaure@ub.edu
Universitat de Barcelona, España

Lydia Sánchez | lsanchezg@ub.edu
Universitat de Barcelona, España

Caterina Calderón | ccalderon@ub.edu
Universitat de Barcelona, España

10.17502/mrcs.v13i1.862

Recibido: 21-02-2025
Aceptado: 15-04-2025

Resumen

El *phubbing*, la conducta de ignorar las interacciones cara-a-cara por usar el *smartphone*, se ha normalizado entre los jóvenes y está vinculado al uso excesivo del *smartphone* y las redes sociales. Se ha evidenciado que estas últimas tratan de captar la atención mediante herramientas persuasivas como las notificaciones o técnicas conductistas ofreciendo recompensas variables, que refuerzan hábitos compulsivos. Este estudio analiza la relación entre el *phubbing* y variables sociodemográficas, rendimiento académico, malestar psicológico e impulsividad en una muestra de 783 estudiantes de la Universidad de Barcelona. Mediante la Escala de *Phubbing*, el Inventario Breve de Síntomas y la Escala de Impulsividad de Barratt, los resultados revelan que el *phubbing* no está significativamente relacionado con factores sociodemográficos ni con el rendimiento académico. Se observó una fuerte asociación del *phubbing* con altos niveles de impulsividad, ansiedad [OR=1.041, p=0.004] y falta de atención [OR=1,081, p=0,002], siendo estas dos últimas variables predictoras del fenómeno. Estos hallazgos refuerzan la idea de que el uso de redes sociales en los *smartphones* contribuye a la compulsión por revisar constantemente el dispositivo, afectando el bienestar emocional y las relaciones interpersonales. Es necesario diseñar estrategias educativas y de prevención para mitigar sus efectos negativos en los estudiantes universitarios.

Palabras clave: *phubbing*, estudiantes universitarios, ansiedad, impulsividad, redes sociales.

Abstract

Phubbing, the behaviour of ignoring face-to-face interactions in favour of smartphone use, has become normalised among young people and is linked to excessive smartphone and social media use. It has been shown that the latter try to capture attention through persuasive tools such as notifications or behavioural techniques offering variable rewards, which reinforce compulsive habits. This study analyses the relationship between phubbing and sociodemographic variables, academic performance, psychological distress and impulsivity in a sample of 783 students at the University of Barcelona. Using the Phubbing Scale, the Brief Symptom Inventory and the Barratt Impulsivity Scale, the results reveal that phubbing is not significantly related to sociodemographic factors or academic performance. A strong association of phubbing with high levels of impulsivity, anxiety [OR=1.041, p=0.004] and lack of attention [OR=1.081, p=0.002] was observed, the latter two variables being predictors of phubbing. These findings reinforce the idea that the use of social networks on smartphones contributes to the compulsion to constantly check the device, affecting emotional well-being and interpersonal relationships. It is necessary to design educational and prevention strategies to mitigate its negative effects on university students.

Keywords: *phubbing*, university students, anxiety, impulsivity, social media.

Sumario

1. Introducción | 2. Marco referencial | 2.1. Redes sociales y sistema de recompensa | 2.2. Uso excesivo del smartphone | 2.3. Fenómeno del phubbing | 2.4. Impacto del phubbing en la salud mental y rendimiento académico | 2.5. Factores predictores del phubbing | 3. Materiales y método | 3.1. Participantes y procedimiento | 3.2. Instrumentos y medidas | 3.3. Análisis estadístico | 4. Resultados | 5. Conclusiones | Referencias.

Cómo citar este artículo

Villalba Palacin, V., Faure, A., Sánchez, L. y Calderón, C. 2025). Perfiles de *phubbing* de estudiantes universitarios y su relación con factores sociodemográficos y psicológicos. *methaodos.revista de ciencias sociales*, *13*(1), m251301a07. https://doi.org/10.17502/mrcs.v13i1.862

1. Introducción

Los *smartphones* son fundamentales en nuestro día a día y han transformado los aspectos relacionales con otras personas (Ang *et al*., 2019). Nos permiten acceder, producir contenidos, comunicarnos y tener acceso a Internet, entre otras funcionalidades (Mohd Salleh Sahimi *et al*., 2022). En la sociedad española, el uso del *smartphone* se sitúa en un 99,5% (INE, 2023), en concreto quienes más tiempo pasan con este dispositivo son los jóvenes de entre 18 y 24 años, 5 horas y 45 minutos de media al día (Kemp, 2024). Este grupo etario destaca especialmente, ya que invierte el 33% del tiempo que pasan despiertos conectados a estos dispositivos utilizando redes sociales (Cronista, 2023). Se ha evidenciado que las redes sociales utilizan un proceso o técnica conductista para generar ciclos de comportamientos y recompensas. La interacción ofrece una recompensa variable para fomentar hábitos en los usuarios (Haidt, 2024) mediante el uso de notificaciones que actúan como elementos persuasivos que aparecen en la pantalla del *smartphone* (Mateos-Abarca *et al*., 2023).

En este contexto surge el *phubbing*, un fenómeno que limita la comunicación cara-a-cara, caracterizado por una preocupación excesiva y un comportamiento impulsivo e incontrolado que genera angustia y deterioro psicológico (Chopitayasunondh y Douglas, 2016). Diversos estudios han evidenciado que entre un 9,8% y un 15% de los jóvenes presenta un nivel grave de *phubbing*. No obstante, este fenómeno sigue siendo percibido como una conducta normal entre ellos (Tomczyk y Lizde, 2022). Se trata de un fenómeno normalizado y del cual se han hallado efectos en muchos ámbitos de la vida, así como en el entorno educativo. En las aulas provoca desatención y, por lo tanto, distrae de los objetivos académicos y reduce el rendimiento académico (Hernández Gracia *et al*., 2021). Otros estudios muestran la relación del *phubbing* con la dependencia a los *smartphone*s y redes sociales, interfiriendo en la salud mental (Ang *et al*., 2019) provocando: malestar psicológico, impulsividad (Fernández-Andújar *et al*., 2022) o la reducción de las habilidades de comunicación (Ayar y Gürkan, 2021), entre otros. Se trata de un comportamiento compulsivo por comprobar nuestros *smartphone*s que, a su vez, está asociado con problemas en las relaciones interpersonales, produciendo desconfianza y haciendo que nos alejemos de los demás (Chopitayasunondh y Douglas, 2016).

Sin embargo, la evidencia predictiva de este fenómeno está poco estudiada debido a la multifactoriedad que desencadena *phubbing*. Algunos estudios demuestran su relación predictiva con rasgos de personalidad, como el neuroticismo (Karadağ *et al*., 2015); otros con factores psicológicos, como la depresión (Sun y Samp, 2021); o con factores externos: como las normas sociales (Leuppert y Geber, 2020); y otros con el uso excesivo de Internet y redes sociales (Davey *et al*., 2018).

2. Marco referencial

2.1. Redes sociales y sistema de recompensa

La adopción de las redes sociales ha alcanzado una etapa de madurez en el mercado español. Según el estudio sobre el uso de Internet en España, IAB *et al*., (2024), las redes sociales son la principal fuente a la que se accede, y alcanza una penetración significativa entre los internautas de 12 a 74 años siendo de un 86%. Esto equivale a 30.3 millones de personas en el país. La penetración es particularmente más elevada entre los jóvenes de 18 a 24 años (94%). En concreto, estos últimos usuarios destacan como los que más tiempo pasan conectados a las redes sociales: 33% de sus horas de vigilia, es decir, 5,95 horas al día (Cronista, 2023). Estos jóvenes tienen una mayor implicación en redes sociales como: X, Telegram, LinkedIn, BeReal, Discord y Tinder; a las cuales acceden mediante el *smartphone* (INE, 2023).

En este contexto de acceso constante a las redes sociales, la atención humana se convierte en un activo mercantil clave para empresas tecnológicas (Haidt, 2024). Guillaud (2018) habla de 'capitalismo cognitivo' para referirse a la especulación económica con el conocimiento, las capacidades psíquicas, los sentimientos y la atención. Las redes sociales utilizan un proceso o técnica conductista para generar ciclos rápidos o bucles de comportamientos y recompensas (Haidt, 2024). El proceso se inicia con un estímulo externo, como la notificación de un mensaje en una red social, que captura la atención del usuario. Este estímulo genera el deseo de realizar una acción previamente asociada con placer: abrir la aplicación (segundo paso). La interacción ofrece una recompensa variable (tercer paso), ya que el usuario puede o no encontrar una gratificación inmediata. Este ciclo, basado en el modelo *Hook* de Nir Eyal *et al.,* (2014), es utilizado por diseñadores de aplicaciones para

fomentar hábitos en los usuarios (Haidt, 2024). Después de invertir el tiempo en la aplicación, ya no se hará necesario el desencadenante, es decir la notificación, ya que en la mente del usuario ya surge la cuestión de si alguien se habrá interesado por su contenido o si alguien habrá subido contenido, por ejemplo. Gerlitz y Helmond, (2013) dicen que dentro de las mismas redes sociales también se emplean otras tecnologías, algunas asociadas a experiencias emotivas, como el botón "*like*" que permiten determinan una mayor atracción.

Como ejemplo, un estudio reciente examina que los estudiantes universitarios expuestos a distracciones de los *smartphone*s obtuvieron peores resultados académicos en comparación con aquellos que se mantenían alejados de estas distracciones (Chen *et al*., 2024). Esto se debe a la multitud de notificaciones y mensajes que captan breve y fugazmente la atención del usuario, apareciendo como una ventana emergente en la pantalla de un dispositivo móvil y sirviendo como elemento altamente persuasivo (Mateos-Abarca *et al*., 2023). Dichas notificaciones han sido estudiadas recientemente como posible fuente de trastornos psicológicos y conductuales e incluso se han relacionado con una baja capacidad atencional e impulsividad por parte de los usuarios (Mateos-Abarca *et al*., 2023).

2.2. Uso excesivo del *smartphone*

A pesar de que mediante el uso de este dispositivo obtengamos numerosos beneficios, su uso excesivo puede conducir a una dependencia psicológica (Chotpitayasunondh *et al*., 2018), socavando la interacción cara-a-cara y el contacto con el entorno físico del usuario en entornos de interacción social (Mohd Salleh Sahimi *et al*., 2022). Este alejamiento de los entornos físicos y sincrónicos de comunicación puede reducir la calidad de las interacciones interpersonales, generando un efecto de "tele-adicción", donde las personas se alejan de los intercambios presenciales y, por lo tanto, pierden la habilidad de interactuar directamente (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016).

El uso excesivo y problemático del *smartphone* ha impulsado el fenómeno del *phubbing* (Joshi *et al*., 2022). Por las características funcionales del *smartphone*, favorecen una mayor interacción con sus componentes, lo que a su vez puede llevar a desarrollar una adicción al uso de estos dispositivos (Parmaksiz, 2019). En este sentido, es importante señalar que la dependencia no se genera hacia el *smartphone* en sí, sino hacia las diversas aplicaciones a las que el móvil da acceso. El *smartphone* como dispositivo actúa como facilitador de las gratificaciones recibidas de estas actividades (Yang y Gong, 2021). Así, el uso excesivo del móvil suele estar motivado por el deseo de estar conectado socialmente. Las tasas más elevadas de uso problemático de teléfonos inteligentes a nivel mundial se encuentran en China y Arabia Saudita, mientras que las más bajas están en Alemania y Francia (Olson *et al*., 2022). De hecho, se ha comprobado que una persona puede llegar a consultar su teléfono hasta 150 veces al día (Firestone, 2017).

Establecer un buen o un mal uso del teléfono se convierte en un problema. Un estudio realizado en América Latina (México, Colombia y Brasil) revela que el 75% de los usuarios de dispositivos móviles admiten usarlos para fingir estar ocupados y evitar hablar con otras personas, y casi la mitad de los encuestados utilizan el móvil para "matar el tiempo" y distraerse diariamente, mientras que un tercio lo usa para consultar direcciones en lugar de preguntar a alguien o pedir un taxi (Koob y Schulkin, 2019). Una utilización desmedida del *smartphone* es desencadenante del fenómeno del *phubbing* (Nasim *et al*., 2022).

2.3. Fenómeno del *phubbing*

Este término fue acuñado por la empresa McCann Melbourne por una campaña creada en Australia llamada 'Stop *Phubbing*' (Haigh, 2012) que buscaba prevenir este comportamiento, informar, crear conciencia y ofrecer consejos para detenerlo. Se volvió viral tras lanzar este mensaje: "Imagínense a las parejas del futuro sentadas en silencio. Las relaciones basadas en la actualización de los estados. La habilidad de hablar o comunicarse cara-a-cara, completamente erradicada" (Haigh, 2012). Desde entonces la investigación alrededor de este concepto se ha visto incrementada.

El término proviene de una combinación de las palabras '*phone*' (teléfono) y '*snubbing*' (desairar), que se refiere al acto de ignorar a otra persona durante una conversación debido al uso de un *smartphone*, lo cual interfiere en la comunicación (Chotpitayasunondh *et al*., 2018). Aunque este comportamiento ya había sido detectado en 2007, no se describió adecuadamente hasta que la compañía decidió invitar a lexicógrafos,

fonetistas y psicólogos para estudiar este comportamiento. Por tanto, el fenómeno del *phubbing* es una consecuencia directa del uso problemático de los *smartphones* (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016; Karadağ *et al*., 2015). Estos dispositivos que "nos acercan a los que están lejos" también pueden "distanciarnos de los que están más cerca" (Capilla *et al*., 2017, p. 176), paradoja central en el fenómeno del *phubbing*.

El *phubbing* es un concepto dinámico debido a la variedad de funciones que los *smartphones* disponen, sin embargo, los diferentes autores identifican dos denominadores en común en este fenómeno: el tiempo de inversión en el *smartphone* y la limitación de la comunicación cara-a-cara (Chotpitayasunondh y Douglas, 2018). Un fenómeno caracterizado además por una preocupación excesiva y comportamientos impulsivos e incontrolados que generan angustia y un deterioro psicológico que lo llevan a ser considerado una nueva forma de adicción no química o comportamental (Chopitayasunondh y Douglas, 2016).

Este alejamiento de los entornos físicos y sincrónicos de comunicación puede reducir la calidad de las interacciones interpersonales, generando un efecto de "tele-adicción", donde las personas se alejan de los intercambios presenciales y, por lo tanto, pierden la habilidad de interactuar directamente (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016). Como ejemplo de este fenómeno, en un estudio realizado en Reino Unido el pasado 2016 reveló que el 69,32% de los participantes experimentaba al menos un episodio de *phubbing* al día, y un 8,76% manifestaba este comportamiento durante al menos una hora diaria, en específico, y las mujeres mostraban niveles más altos de *phubbing* que los hombres (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016). Este fenómeno abarca la interacción humana, los intercambios sociales y es en esta interacción que parece que la sociedad ha creado una nueva norma de reciprocidad aceptada, donde los humanos acuerdan de forma tácita dar prioridad a la interacción digital frente a la conversión en persona, de hecho, Chotpitayasunondh y Douglas (2016) afirman que este fenómeno se ha normalizado.

Una de las consecuencias de la aparición del *phubbing* durante una conversación, es la limitación de la sensación de compenetración con la otra persona, disminuyendo así la cantidad y calidad de atención que se le presta a la conversación (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016). Las víctimas que perciben falta de valoración pueden decidir poner fin a la relación o entrar en conflicto con la otra parte (Yang *et al*., 2023). Estos conflictos pueden llevar a diversas consecuencias negativas; por ejemplo, cuando un jefe muestra comportamientos de *phubbing* al comunicarse con sus empleados, puede hacer que estos se sientan incompetentes e inadecuados (Yang *et al*., 2023). Un estudio observó que las mujeres ejercen una mayor tendencia a realizar la conducta del *phubbing*, mientras que los hombres tendían a permanecer más tiempo en Internet (Brkljacic *et al*., 2018).

Se ha acuñado que las personas que han experimentado este fenómeno se denominan "*phubber*", quien ignora, y "*phubbee*", quien es ignorado (Chotpitayasunondh y Douglas, 2018, p. 304). Un "*phubber*" siempre mirará o revisará su *smartphone*, aunque no reciba ninguna llamada, mensaje o notificación. Un hábito que se ha convertido en difícil de controlar o cambiar. En concreto, los "*phubbers*" tienen dificultad para dejar de revisar su teléfono y pierden completamente el control cuando reciben notificaciones constantemente (Ang *et al*., 2019). De hecho, el *phubbing* intensifica los problemas psicológicos tanto de los "*phubbers*" como de los "*phubbees*" (Ang *et al*., 2019). La investigación de Parmaksiz (2019) reveló que la calidad de las conversaciones se ve comprometida por comportamientos sociales desadaptativos como el *phubbing*. El asertividad es crucial para una comunicación efectiva; quienes escuchan poco tienden a ser menos asertivos y utilizan sus dispositivos para evitar interacciones que requieren un cierto grado de asertividad. En esta situación, la ausencia de comunicación y atención podría tener impactos negativos en la salud mental (Al-Saggaf, 2022). Por ello, el aumento de los comportamientos *phubbing* ha generado una alarma debido al impacto de este en el bienestar psicológico de las personas usuarias del *smartphone*. Como ejemplo, existen numerosos estudios en este campo que se centran en: el estudio de los niveles de soledad y uso de las redes sociales (O'Day y Heimberg, 2021), el uso de *smartphone*s y el aumento de la ansiedad (Sun y Samp, 2021), así como niveles más altos de depresión asociados a las tecnologías digitales (Twenge *et al*., 2019), bajo rendimiento académico y problemas de conducta relacionados con la adicción a las redes sociales (Azizi *et al*., 2019).

2.4. Impacto del *phubbing* en la salud mental y rendimiento académico

El *phubbing* se ha consolidado como un comportamiento cada vez más común y potencialmente perjudicial entre los estudiantes universitarios (Verma *et al*., 2019). Este fenómeno, caracterizado por la tendencia a ignorar el entorno inmediato en favor del uso del *smartphone*, puede derivar en una serie de consecuencias negativas para los jóvenes, afectando tanto su bienestar psicológico como su desempeño académico. Investigaciones

previas han señalado que el *phubbing* puede contribuir al desarrollo de trastornos mentales, provocar una disminución significativa en la capacidad de atención de los individuos (Afdal *et al*., 2019) e incluso afectar negativamente su rendimiento académico (Azizi *et al*., 2019).

Uno de los principales factores que explican este comportamiento es la dependencia al *smartphone*, la cual se encuentra estructurada en torno a siete elementos clave. En primer lugar, se observa la presencia de síntomas de abstinencia, que incluyen manifestaciones como ansiedad, irritabilidad e impaciencia cuando el usuario no puede acceder a su dispositivo móvil. En segundo lugar, los individuos afectados experimentan una dificultad creciente para regular el tiempo de uso del *smartphone*, lo que conlleva una pérdida de control sobre su utilización. Además, el tiempo de uso suele exceder con frecuencia el inicialmente previsto, generando una desconexión con otras responsabilidades y actividades cotidianas. Otro factor relevante es la tolerancia, que se manifiesta en la interferencia del uso del dispositivo en las actividades diarias, afectando la productividad y la interacción social. Asimismo, se presenta la anticipación positiva, un fenómeno en el que el usuario continúa utilizando el dispositivo móvil a pesar de ser plenamente consciente de sus efectos negativos. Todas estas dimensiones han sido ampliamente documentadas en estudios previos (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016), evidenciando que el *phubbing* no solo es un hábito extendido, sino también una conducta que puede tener un impacto significativo en el bienestar de quienes lo practican.

Una investigación reciente, afirma la existencia de este fenómeno en las aulas y su correlación con el uso de apps móviles (Hernández Gracia *et al*., 2021). De hecho, en México se realizó un estudio entre universitarios para detectar la presencia del *phubbing* en el aula. Los resultados destacaron que entre el 50% y el 75% del alumnado encuestado utiliza el celular en clase sin el consentimiento del profesor, atendiendo asuntos personales ajenos a la práctica educativa, provocando desatención y que se pierden los temas que se explican (Hernández Gracia *et al*., 2021). El uso del *smartphone* puede distraer a los estudiantes en lugar de apoyar los objetivos académicos, lo que repercute en la satisfacción profesor-alumno (Ang *et al*., 2019), en el rendimiento académico, y en su salud mental (Hernández Gracia *et al*., 2021). En concreto, la investigación en este campo ha evidenciado efectos adversos en la salud mental de los estudiantes universitarios hallando: falta de autocontrol, depresión, angustia (Davey *et al*., 2018), ansiedad (Sun y Samp, 2021), falta de planificación, inversión emocional, somatización (Fernández-Andújar *et al.,* 2022) o soledad (Bajwa *et al*., 2023), entre otros. Los estudiantes universitarios han sido identificados como el grupo demográfico más vulnerable por su relación de exceso con los *smartphone*s y a su vez por los efectos negativos del fenómeno del *phubbing* (Long *et al*., 2016).

2.5. Factores predictores del *phubbing*

En el estudio de los posibles factores que permitan detectar y/o anticipar conductas de *phubbing*, tradicionalmente se ha señalado a la impulsividad (Kozak *et al*., 2019). Un déficit en el autocontrol determinará el hecho de que aquellas personas que hayan desarrollado esta conducta problemática de uso del teléfono móvil tengan mayor dificultad para inhibir la necesidad de coger sus dispositivos, incluso cuando no sea el momento adecuado o esté prohibido utilizar el móvil en ese lugar (Al-Saggaf, 2022). Chopitayasunondh y Douglas (2016) dicen que el uso excesivo del móvil junto con un déficit en el autocontrol desemboca en un comportamiento compulsivo por comprobar nuestros *smartphone*s que, a su vez, está asociado con problemas en las relaciones interpersonales, produciendo desconfianza y haciendo que nos alejemos de los demás (Chotpitayasunondh *et al*., 2018). Sin embargo, existen otros predictores estudiados hoy en día, se descubrió que el *phubbing* se predice significativamente por la adicción a Internet (Karadağ *et al*., 2015), la adicción a los *smartphone*s (Parmaksiz, 2019) y la adicción a las redes sociales (Davey *et al*., 2018).

A pesar de estos predictores, subyacen múltiples factores que se entrelazan en un contexto complejo de analizar en su conjunto. Esto se debe a que las investigaciones abordan distintas perspectivas de análisis del fenómeno del *phubbing*. Algunas establecen características de la personalidad, como por ejemplo disponer de menor capacidad de estar conscientes y atento a tu entorno te hace más frecuente al *phubbing* (Karadağ *et al.,* 2015). También se encuentran investigaciones que perfilan los predictores del *phubbing* con la salud mental. Por ejemplo, Sun y Samp (2021) hallaron que las personas con síntomas depresivos o ansiosos tienden a realizar más *phubbing*. Otras investigaciones apuntan hacia factores externos como predictores posibles, a saber: normas sociales estrictas o normas del uso del *smartphone* (Li *et al*., 2021), estar con personas cercanas como amigos o familiares, en contextos como viajar en transporte público, o en pausas laborales para el café

(Al-Saggaf, 2022). Se evidencia, por tanto, la multidimensionalidad de predictores que pueden desencadenar este fenómeno.

Esta investigación identifica posibles predictores dentro del malestar psicológico e impulsividad. De un lado, las personas que experimentan malestar emocional pueden recurrir al uso excesivo del móvil como una forma de evasión o regulación emocional, reforzando así el hábito (Fernández-Andújar *et al.,* 2022). De otro lado, las múltiples gratificaciones y notificaciones del smartphone han evidenciado rasgos de impulsividad (Mateos-Abarca *et al*., 2023).

En este contexto surge esta investigación, que tiene como objetivo principal identificar y analizar la relación del *phubbing* con variables sociodemográficas, rendimiento académico, malestar psicológico e impulsividad en estudiantes universitarios. Con ello, pretendemos identificar perfiles específicos de phubbing para desarrollar enfoques preventivos más efectivos, lo cual permitirá intervenir de manera más focalizada en aquellos estudiantes con mayor vulnerabilidad al fenómeno. Para lograr este objetivo principal, se plantean los siguientes objetivos específicos:

O_1. Examinar la relación entre el *phubbing*, las variables sociodemográficas y el rendimiento académico;
O_2. Analizar los perfiles de *phubbing* en relación con la impulsividad y el malestar psicológico;
O_3. Identificar factores psicológicos de impulsividad y malestar psicológico que predicen el fenómeno *phubbing*.

Para dar respuesta a estos objetivos, se formulan las siguientes hipótesis de trabajo:

H_1: Tener menor edad y un bajo rendimiento académico está asociado con mayor nivel de phubbing.
H_2: Un mayor nivel de phubbing se correlaciona positivamente con la impulsividad y el malestar psicológico.
H_3: La impulsividad y el malestar psicológico son factores predictores del fenómeno del phubbing.

A continuación, se aborda el marco referencial para comprender el fenómeno del phubbing y los factores que contribuyen a su desarrollo e impacto en los estudiantes universitarios.

3. Materiales y método

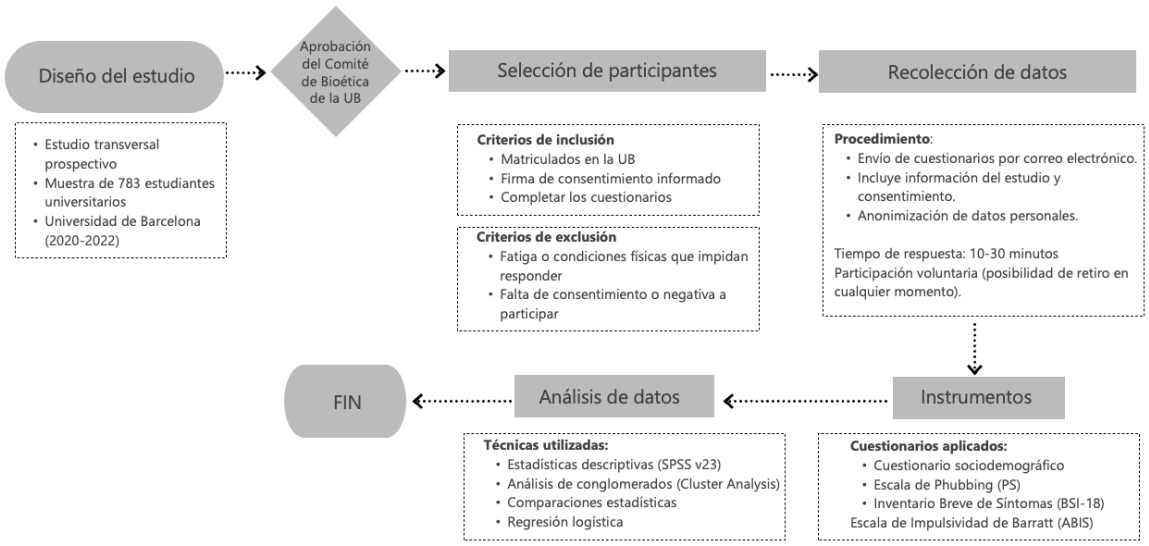
3.1. Participantes y procedimiento

Este es un estudio transversal prospectivo con una muestra por conveniencia de 783 estudiantes universitarios pertenecientes a cinco facultades de la Universidad de Barcelona (UB), en Barcelona, España. Los datos fueron recopilados durante los años académicos 2020, 2021 y 2022. Los participantes fueron seleccionados según criterios de inclusión, que requerían estar matriculados en un programa de grado en la Universidad de Barcelona, completar los cuestionarios proporcionados y firmar el consentimiento informado. Los criterios de exclusión incluían la presencia de fatiga o condiciones físicas que impidieran completar los cuestionarios, la negativa a participar o la falta de firma del consentimiento informado. Todos los participantes otorgaron su consentimiento informado antes de participar, y el estudio se llevó a cabo conforme a los principios de la Declaración de Helsinki. El protocolo fue aprobado por el Comité de Bioética de la Universidad de Barcelona.

Se implementaron procedimientos uniformes de recolección de datos en todas las facultades. Los cuestionarios fueron enviados por correo electrónico junto con una descripción general del proyecto y el formulario de consentimiento para la participación. Se alentó a los estudiantes a discutir su participación en el estudio con sus compañeros de grado. El tiempo estimado para completar los cuestionarios osciló entre 10 y 30 minutos. La participación en el estudio fue completamente voluntaria, y los sujetos podían retirarse en cualquier momento sin sufrir consecuencias adversas. Además, todos los participantes fueron informados sobre los procedimientos del estudio, el proceso de recolección de datos y la anonimización de toda la información personal.

El diagrama de flujo que muestra la Figura 1 pretende sintetizar el proceso metodológico que ha seguido esta investigación.

Figura 1. Diagrama de flujo del proceso metodológico



Fuente. Elaboración propia.

3.2. Instrumentos y medidas

Los siguientes cuestionarios fueron utilizados en el estudio:

— *Cuestionario sociodemográfico*: Este cuestionario recopiló información demográfica de los estudiantes, incluyendo edad, género, año académico actual, programa de estudios y rendimiento académico (es decir, calificaciones promedio).

— *Escala de Phubbing* (PS) (Karadağ *et al*., 2015; versión en español de Blanca y Bendayan, 2018): Esta escala evalúa la adicción al teléfono inteligente y su interferencia en la comunicación a través de 10 ítems con cinco opciones de respuesta en una escala Likert de 1 (nunca) a 5 (siempre). Proporciona información sobre dos factores: interrupción de la comunicación y obsesión con el teléfono móvil, además de una puntuación global. En este estudio se utilizó la puntuación global, que refleja el grado en que el individuo ignora a los demás mientras usa un teléfono inteligente u otro dispositivo similar, como una tableta (Karadağ *et al*., 2015; Nazir y Pişkin, 2016; Vanden-Abeele, Antheunis y Schouten, 2016). La fiabilidad de los dos factores, medida mediante el alfa de Cronbach, es de 0,85 y 0,76, respectivamente.

— *Inventario Breve de Síntomas* (BSI-18) (Derogatis *et al*., 2000): El BSI-18 es un cuestionario breve diseñado para detectar malestar psicológico en poblaciones clínicas y comunitarias. Los participantes evaluaron sus sentimientos durante los siete días previos utilizando una escala Likert de 5 puntos, de 0 (nada) a 4 (extremadamente). La fiabilidad de este cuestionario oscila entre 0,81 y 0,90.

— *Escala de Impulsividad de Barratt* (ABIS) (Coutlee *et al*., 2014): La BIS-11 es uno de los instrumentos de autoinforme más utilizados en la investigación y la práctica clínica (Steinberg *et al*., 2013) para evaluar la falta de atención, la falta de autocontrol y la falta de planificación. La ABIS consta de 13 preguntas en las que los participantes indican la frecuencia de diferentes comportamientos mediante una escala Likert de 1 (rara vez o nunca) a 4 (siempre o casi siempre). La puntuación total puede variar entre 13 y 52. La fiabilidad de la ABIS se sitúa entre 0,75 y 0,84.

3.3. Análisis estadístico

Se calcularon estadísticas descriptivas y distribuciones de frecuencia para las características demográficas y clínicas utilizando SPSS versión 23 (IBM SPSS Statistics for Windows, Armonk, NY: IBM Corp). Para identificar sujetos con patrones similares de *phubbing*, se realizó un análisis de conglomerados (*cluster analysis*). Esta técnica se eligió debido a su capacidad para clasificar a los individuos en grupos homogéneos basados en características comunes del comportamiento de *phubbing*, lo que permite identificar perfiles específicos dentro de la muestra. Las variables de agrupación estuvieron conformadas por los ítems de la escala de *phubbing*. Dado que el análisis de conglomerados requiere valores válidos en todas las variables, los sujetos con valores ausentes en la escala de *phubbing* fueron eliminados. La muestra final utilizada para este análisis fue de n = 783.

Se aplicó el método k-means utilizando distancias euclidianas entre observaciones para estimar los conglomerados, así como el método de conglomerados jerárquicos de Ward (Ward, 1963), donde la distancia entre dos conglomerados se define como el error cuadrático. En todos los casos, las distancias se calcularon a partir de los datos en bruto para incorporar la elevación, dispersión y forma de los perfiles de *phubbing* de los sujetos (Ward, 1963).

Se llevaron a cabo análisis de varianza (ANOVA) y pruebas de Chi-cuadrado para evaluar las diferencias demográficas y psicológicas entre los perfiles de *phubbing*. Para el contraste post-hoc, se utilizó la corrección de Bonferroni. Asimismo, se calculó el *eta cuadrado* (η^2) para evaluar el tamaño del efecto en variables continuas. El *eta cuadrado* varía entre 0 y 1, donde $\eta^2 \approx 0.01$ indica un tamaño de efecto pequeño, $\eta^2 \approx 0.06$ un efecto medio y $\eta^2 > 0.14$ un efecto grande (Pierce *et al*., 2004).

Los perfiles de *phubbing* identificados en el análisis univariado fueron introducidos en un análisis de regresión logística utilizando el método condicional progresivo (forward conditional method). Se calculó el R cuadrado de Nagelkerke para determinar el ajuste del modelo de regresión logística. Se consideró estadísticamente significativo un valor de $p < 0.05$.

4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la investigación siguiendo el orden de los objetivos planteados.

En relación con el primer objetivo específico, primero se muestran en la Tabla 1 los resultados obtenidos sobre el nivel de *phubbing* en relación con las características sociodemográficas y académicas en una muestra de 783 participantes, compuesta mayoritariamente por mujeres (80%) y un 20% de hombres, con una edad media de 22,2 años, (DE = 4,9; IC 95%: 21,9–22,5; rango: 17–56). Se observa una distribución de 51% con un bajo *phubbing* y 49% con un alto *phubbing*. Esto sugiere que el fenómeno está ampliamente presente en la muestra, lo que resalta la relevancia de analizar sus implicaciones en el ámbito académico y psicológico. En términos académicos, el 21,7% de los participantes cursaba el primer año, el 28,3% el segundo, el 17,6% el tercero, el 25,2% el cuarto y el 7,2% el quinto (en programas de doble titulación). La mayoría de los estudiantes procedían principalmente de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales (49%), la Facultad de Educación (32%) y la Facultad de Psicología (9%).

El análisis estadístico no evidencia asociaciones significativas entre las variables evaluadas y los niveles de *phubbing*. Tanto hombres como mujeres presentan distribuciones similares en los niveles de *phubbing* ($p = 0.539$), al igual que los grupos de edad (<22 años y ≥22 años, $p = 0.703$) y la situación laboral (trabajando o sin trabajo, $p = 0.400$). De manera similar, el año académico y el programa de estudio no muestran diferencias significativas, aunque en este último se observan ligeras variaciones porcentuales en programas como Psicología (62%) e Historia (67%), donde hay mayor proporción de bajo *phubbing*. El rendimiento académico medio fue de 7,50 (DE = 0,78; IC 95%: 7,42–7,58; rango: 5–10). En cuanto al rendimiento académico, los estudiantes con calificaciones de "Bien-Excelente" muestran una leve tendencia hacia mayores niveles de *phubbing*, pero sin significancia estadística ($p = 0.419$).

En términos generales, el 49% de la muestra presenta altos niveles de *phubbing*, sin que las variables analizadas expliquen de manera significativa este comportamiento. Estos resultados sugieren que el *phubbing* no parece estar asociado con las características sociodemográficas y académicas analizadas, lo que podría indicar que su manifestación está influida por otros factores, como aspectos psicológicos o sociales, que no se consideraron en este análisis.

Tabla 1. Relación del nivel de phubbing con las características sociodemográficas y el rendimiento académico

Variables	Muestra total N (%) 783 (100%)	Bajo Phubbing N (%) 402 (51%)	Alto Phubbing N (%) 381 (49%)	X^2	*P value*
Sexo					
Hombre	155 (20)	83 (54)	72 (46)	0.377	0.539
Mujer	628 (80)	319 (51)	309 (49)		
Edad					
<22 años	568 (72)	294 (52)	274 (48)	0.146	0.703
≥22.1 años	215 (28)	108 (50)	107 (50)		
Situación laboral					
Trabajando	464 (59)	244 (53)	220 (47)	0.707	0.400
Sin trabajo	319 (41)	158 (49)	161 (51)		
Año académcio					
1º y 2º	384 (49)	200 (52)	184 (48)	0.166	0.683
3º y 4º	399 (51)	202 (51)	197 (49)		
Programa					
Información y medios audiovisuales	382 (49)	193 (50)	189 (50)	7.409	0.116
Educación	248 (32)	119 (48)	129 (52)		
Psicología	69 (9)	43 (62)	26 (38)		
Historia	30 (4)	20 (67)	10 (33)		
Arte	54 (7)	27 (50)	27 (50)		
Rendimiento académico					
Aprobado	204 (33)	99 (49)	105 (51)	0.652	0.419
Bien-Excelente	406 (67)	183 (45)	223 (55)		

Fuente. Elaboración propia.

El análisis de los resultados para el segundo objetivo específico de los perfiles de bajo y alto *phubbing* con las características psicosociales, evaluadas mediante las escalas BSI y ABIS, se muestran en la Tabla 2. Esta revela que los estudiantes con puntuaciones altas en *phubbing* presentan también niveles significativamente mayores en malestar psicológica (F = 9,309, p = 0. 002, η2 = 0,012), ansiedad (F = 12,559, p = 0,001, η2 = 0,016), impulsividad (F = 14,237, p = 0,001, η2 = 0,018), falta de atención (F = 10,122, p = 0,002, η2 = 0,013), y falta de autocontrol (F = 14,330, p = 0,001, η2= 0,018). Estos hallazgos evidencian una asociación significativa entre un perfil con nivel alto de *phubbing* y diversas dimensiones de vulnerabilidad psicológicas asociadas a este comportamiento de riesgo.

Tabla 2. Perfiles de phubbing en relación con el malestar psicológico y la impulsividad

	Bajo Phubbing N (%) 402 (51%)		Alto Phubbing N (%) 381 (49%)				
	M	*DE*	*M*	*DE*	*F*	*p*	*Eta-squared*
Malestar psicológico (BSI)	65.7	5.5	66.9	5.3	**9.309**	**0.002**	**0.012**
Ansiedad	63.1	5.3	64.4	5.5	**12.559**	**0.001**	**0.016**
Depresión	60.8	5.9	61.6	6.6	**14.690**	**0.001**	**0.018**
Somatización	60.8	5.9	61.6	6.6	3.285	0.070	—
Impulsividad – Barrat (ABIS)	22.0	5.1	23.4	5.1	**14.237**	**0.001**	**0.018**
Falta de atención	7.7	2.3	8.2	2.6	**10.122**	**0.002**	**0.013**
Falta de autocontrol	8.4	3.0	9.2	2.9	**14.330**	**0.001**	**0.018**
Falta de planificación	5.9	1.7	5.9	1.8	0.001	0,993	—

M= Media; DE = Desviación estándar. Nota. Los valores en negrita indican significación a un nivel del 5%.

Fuente. Elaboración propia.

Por último, el análisis de regresión logística muestra los resultados del último objetivo específico en la Tabla 3. La dimensión ansiedad de la escala de malestar psicológico (BSI), como la dimensión falta de atención de la escala de impulsividad (ABIS) muestran que son predictores significativos del comportamiento del *phubbing*. La ansiedad (β = 0.040, p = 0.004) incrementa en un 4.1% la probabilidad de pertenecer al grupo estudiado por cada unidad adicional en su puntuación (OR = 1.041; IC 95%: 1.013–1.069). De manera similar, la falta de atención (β = 0.078, p = 0.002) se asocia con un aumento del 8.1% en dicha probabilidad por cada incremento unitario en su escala (OR = 1.081; IC 95%: 1.029–1.136). La constante negativa (β = -3.290, p < 0.001) indica una baja probabilidad base de pertenecer al grupo evaluado en ausencia de los predictores (OR = 0.037). Estos resultados resaltan la relevancia de ambas dimensiones psicosociales, especialmente la falta de atención, como factores asociados al *phubbing*, sugiriendo la necesidad de abordarlas en contextos preventivos o de intervención.

Tabla 3. Factores de impulsividad y malestar psicológico que predicen el phubbing

Variables	*β*	*Wald test (z ratio)*	*Sig.*	*Odds ratio*	*Bajo Phubbing 95%IC*	*Alto Phubbing 95%IC*
BSI - Ansiedad	.040	8.334	.004	1.041	1.013	1.069
ABIS - Falta de atención	.078	9.711	.002	1.081	1.029	1.136
Constante	-3.290	14.131	.000	.037		

Fuente. Elaboración propia.

5. Conclusiones

El objetivo principal de esta investigación fue identificar y analizar la relación del phubbing con variables sociodemográficas, rendimiento académico, malestar psicológico e impulsividad en estudiantes universitarios. Para ello, se emplearon diversas escalas (PS, ABIS y BSI) que permitieron examinar estos factores en el comportamiento de los estudiantes. A continuación, se presentan las conclusiones del estudio manteniendo el orden establecido de los objetivos y resultados junto con el marco teórico expuesto.

Contrariamente a lo esperado, los primeros resultados no han revelado diferencia estadística respecto los niveles de *phubbing* en relación con el rendimiento académico, el sexo, la edad y la situación laboral. Estos hallazgos no respaldan la hipótesis de que tener menor edad y un bajo rendimiento académico esté asociado con un mayor nivel de *phubbing* (H_1). Por lo tanto, estos factores sociodemográficos no subyacen como variables determinantes en el comportamiento de *phubbing* entre los estudiantes universitarios de la muestra.

A pesar de que en la literatura previa encontrábamos que las mujeres eran más propensas hacer *phubbing* (Brkljacic *et al*., 2018), esta investigación no ha mostrado diferencias significativas en cuanto a incidencia de *phubbing* entre ambos sexos. Asimismo, no se ha encontrado que el rendimiento académico sea un factor afectado por el comportamiento del *phubbing*, contrariamente a lo mostrado en investigaciones recientes (Hernández Gracia *et al*., 2021; Azizi *et al*., 2019). La ambivalencia de estos hallazgos sobre el rendimiento académico resalta la necesidad de realizar estudios longitudinales con una muestra más equilibrada en cuanto a sexo. Esto permitiría un análisis más preciso del phubbing como factor influyente en el desempeño académico. Además, la muestra analizada presenta un nivel elevado de phubbing, con un 51% de los encuestados afectados, una cifra significativamente superior a la reportada en estudios previos, donde la prevalencia oscilaba entre el 9,8% y el 15%. Según la literatura, este fenómeno se ha consolidado como una norma entre los jóvenes (Tomczyk y Lizde, 2022), sin diferencias significativas entre otros factores sociodemográficos.

Ahora bien, al establecer el análisis de la escala de *phubbing* con el malestar psicológico e impulsividad, los estudiantes con puntuaciones altas en *phubbing* presentan también niveles significativamente mayores en malestar psicológico, ansiedad, impulsividad, falta de atención y falta de autocontrol. Estos hallazgos confirman la hipótesis de que un mayor nivel de *phubbing* se correlaciona positivamente con la impulsividad y el malestar psicológico (H_2). Es decir, los estudiantes que tienden a involucrarse más en el comportamiento de *phubbing* también muestran una mayor propensión a experimentar síntomas de ansiedad e impulsividad lo cual sugiere

que el uso excesivo del teléfono móvil y la distracción constante pueden estar asociados con una mayor inestabilidad emocional.

En consonancia con los estudios previos, esta relación del factor impulsividad puede estar promovido por parte de las redes sociales al hacer un uso de técnicas conductistas (Haidt, 2024). Como se ha mencionado, las herramientas de los dispositivos móviles, como son las notificaciones, son realmente persuasivas y pueden estar generando rasgos impulsivos en el comportamiento de los estudiantes (Mateos-Abarca *et al*., 2023). Como ya hacían referencia Chopitayasunondh y Douglas, (2016), el *phubbing* genera comportamientos impulsivos que provocan angustia y que son antecesores de una adicción comportamental. Estos resultados, evidencian la tendencia expuesta por estos teóricos. Asimismo, los '*phubbers'* muestran dificultad por dejar de revisar su teléfono, falta de control (Ang *et al*., 2019, Elhai *et al*., 2017), y falta de atención (Afdal *et al*., 2019). Por último, los resultados del estudio están en consonancia con lo expuesto por Al-Saggaf (2022) y Capilla *et al*. (2017) quienes señalan que el phubbing promueve estados ansiosos, probablemente derivados de la incertidumbre sobre el contenido que los usuarios han recibido o están por recibir en sus dispositivos. Dado que la ansiedad es un estado mental y no una manifestación física observable de manera inmediata, su detección puede ser compleja. Sin embargo, este hallazgo refuerza la idea de que el uso excesivo del smartphone no solo afecta la interacción social, sino que también incide directamente en la salud mental, generando un círculo vicioso de dependencia y malestar psicológico.

Los resultados del análisis de regresión lineal identificaron las variables ansiedad y falta de atención como factores predictivos del fenómeno del *phubbing*. Estos hallazgos respaldan la hipótesis de que la impulsividad y el malestar psicológico son factores predictores del *phubbing* (H_3). Pon tanto, la falta de atención se enmarca como un factor predictivo. Sin embargo, es necesario ampliar la investigación en este sentido para poder valorar esta variable multidisciplinar. Del mismo modo, la variable ansiedad no es un factor predictivo nuevo, como ya mencionaron Sun y Samp (2021). Estos autores encontraron en el malestar psicológico un mecanismo de detección temprana del *phubbing*. Efectuar análisis longitudinales con grandes muestras es complejo, por lo que se sugieren abordar estrategias que permitan mitigar los efectos del fenómeno en la población universitaria.

El *phubbing,* al tratarse de un fenómeno multifactorial, debe abordarse desde diferentes contextos y ámbitos, implicando múltiples variables que permitan descodificar los efectos más allá de los establecidos en esta investigación. Así será más efectiva la defensa contra sus efectos nocivos. En el ámbito universitario, es necesario el desarrollo de intervenciones educativas que promuevan el uso del smartphone como una herramienta de apoyo al aprendizaje en lugar de un factor de distracción. Entre las estrategias recomendadas se incluyen la implementación de restricciones en su uso durante determinadas sesiones o franjas horarias, programas de alfabetización digital, talleres sobre gestión del tiempo de estudio, técnicas de atención plena en el aula y/o workshops sobre los riesgos psicológicos de la sobreexposición a la tecnología. Por ello, es fundamental que las instituciones educativas establezcan políticas que regulen el uso del móvil en entornos académicos, fomentando dinámicas que refuercen la interacción social y la concentración. En el ámbito psicológico, deben establecerse mecanismos de detección temprada del malestar psicológico asociado al uso de la tecnología. Estos efectos, a menudo invisibles, sugieren un círculo visioso que incrementa el riesgo de otros problemas psicológicos. Asimismo, ofrecer al docente herramientas de posible detección de estas dolencias, puede permitir la intervención anticipada. Por ello, es tan relevante identificar perfiles de phubbing, ya que desde una perspectiva preventiva se podrán diseñar intervenciones adaptadas y evitar la propagación de este fenómeno en futuras generaciones.

En definitiva, los estudiantes universitarios están inmersos en el denominado 'capitalismo cognitivo' generado por las redes sociales que provoca efectos en nuestras capacidades cognitivas y sociales, interfiere directamente en las relaciones interpersonales (Chotpitayasunondh *et al*., 2018) y como hemos evidenciado, tiene una afectación directa en el malestar psicológico y la impulsividad. Todo ello propiciado por la intersección de redes sociales y *smartphones* que captan y retienen la atención del usuario (Haidt, 2024). De hecho, las mismas plataformas sociales no recomiendan el acceso de menores de 16 años, por lo que es importante establecer pautas de uso para que los jóvenes conozcan los posibles efectos.

Finalmente, es importante considerar las limitaciones de este estudio en el análisis de los perfiles de *phubbing* dentro de la muestra. Aunque la técnica de análisis de conglomerados fue seleccionada por su capacidad para agrupar a los participantes en categorías homogéneas según sus características de comportamiento, la clasificación de estos perfiles y los criterios empleados para definir los conglomerados podrían haber influido en los resultados. Una de las principales limitaciones radica en la composición de la muestra, en la que predominan

las mujeres. Esta disparidad de género podría haber afectado los hallazgos, dado que estudios previos sugieren que las mujeres son más propensas al *phubbing* (Brkljacic *et al*., 2018). En consecuencia, la falta de una representación equitativa entre géneros podría restringir la generalización de los resultados a la totalidad de la población universitaria. Para futuras investigaciones, se recomienda trabajar con muestras más amplias y con una distribución de género más equilibrada, a fin de minimizar esta limitación y obtener resultados más representativos.

Referencias

Afdal, A., Alizamar, A., Ifdil, I., Ardi, Z., Sukmawati, I., Zikra, Z., Ilyas, A., Fikri, M., Syahputra, Y., y Hariyani, H. (2019). An Analysis of Phubbing Behaviour: Preliminary research from counseling perspective. *Atlantis Press*. *295* https://doi.org/10.2991/icetep-18.2019.65'

Al-Saggaf, Y. (2022). The Psychology of Phubbing. *Springer Singapore*. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7045-0

Ang, C. S., Teo, K. M., Ong, Y. L., y Siak, S. L. (2019). Investigation of a preliminary mixed method of *phubbing* and social connectedness in adolescents. *Addiction & Health*, *11*(1), 1-10. https://doi.org/10.22122/ahj.v11i1.539

Ayar, D., y Gürkan, K. P. (2021). The effect of nursing students' *smartphone* addiction and *phubbing* behaviors on communication skill. *Computers, Informatics, Nursing*, *40*(4), 230-235. https://doi.org/10.1097/cin.0000000000000834

Azizi, S. M., Soroush, A., y Khatony, A. (2019). The relationship between social networking addiction and academic performance in Iranian students of medical sciences: a cross-sectional study. *BMC Psychology*, *7*(1). https://doi.org/10.1186/s40359-019-0305-0

Bajwa, R. S., Abdullah, H., Zaremohzzabieh, Z., Jaafar, W. M. W., y Samah, A. A. (2023). *Smartphone* addiction and *phubbing* behavior among university students: A moderated mediation model by fear of missing out, social comparison, and loneliness. *Frontiers In Psychology, 13,* 1072551.https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1072551

Blanca, M. J., y Bendayan, R. (2018). Spanish version of the phubbing scale: internet addiction, Facebook intrusion and fear of missing out as correlates. *Psicotema*, *30*(4), 449-454. https://doi.org/10.7334/psicothema2018.153

Brkljačić, T., Šakić, V., y Kaliterna-Lipovčan, Lj. (2018). Phubbing among Croatian stu-dents. In S. Nakić Radoš (Ed.), *Protection and promotion of the well-being of children, youth, and families: Selected Proceedings of the 1st International Scientific Conference of the Department of Psychology at the Catholic University of Croatia* (pp. 109-126). Zagreb, Croatia: Catholic University of Croatia.

Capilla, E., y Cubo, S. (2017). *Phubbing*. Conectados a la red y desconectados de la realidad. Un análisis en relación con el bienestar psicológico. Pixel-Bit. *Revista de Medios y Educación, 1*(50), 173-185. http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2017.i50.12

Chen, Q., Yan, Z., Moeyaert, M., y Bangert-Drowns, R. (2024). Mobile Multitasking in Learning: A Meta-Analysis of Effects of Mobilephone Distraction on Young Adults' Immediate Recall. *Computers In Human Behavior*, *162, 108432*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108432

Chotpitayasunondh, V., y Douglas, K. M. (2016). How "*phubbing*" becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via *smartphone*. *Computers in Human Behavior*, *63*, 9-18. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018

Chotpitayasunondh, V., y Douglas, K. M. (2018). The effects of "*phubbing*" on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, *48*(6), 304-316. https://doi.org/10.1111/jasp.12506

Cronista, E. (2023). ¿Adicción o necesidad? Un informe revela cuánto tiempo usan el teléfono los españoles: las cifras asustan. *ECC*. Disponible en: https://is.gd/cOIEEE

Coutlee, C. G., Politzer, C. S., Hoyle, R. H., y Huettel, S. A. (2014). An Abbreviated Impulsiveness Scale constructed through confirmatory factor analysis of the Barratt Impulsiveness Scale Version 11. *Archives Of Scientific Psychology*, *2*(1), 1-12. https://doi.org/10.1037/arc0000005

Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Błachnio, A., y Przepiórkaa, A. (2018). Predictors and Consequences of "*Phubbing*" among adolescents and youth in India: an Impact Evaluation study. *Journal of Family and Community Medicine*, *25*(1), 35-42. https://doi.org/10.4103/jfcm.jfcm_71_17

Derogatis, L. R., y Savitz, K. L. (2000). The SCL–90–R and Brief Symptom Inventory (BSI) in primary care. En M. E. Maruish (Ed.), *Handbook of psychological assessment in primary care settings* (pp. 297–334). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Elhai, J. D., Dvorak, R. D., Levine, J. C., y Hall, B. J. (2017). Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. *Journal of Affective Disorders*, *207*, 251-259. https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.030

Eyal, N., y Hoover, R. (2014). Hooked: How to Build Habit-Forming Products. *Penguin Random House*.

Fernández-Andújar, M., Alonso, M. O., Sorribes, E., Villalba, V., y Calderon, C. (2022). Internet Addiction, Phubbing, Psychological Variables and Self-Perception of Mathematical Competence in College Students. Mathematics, *10*(15), 2631. https://doi.org/10.3390/math10152631

Firestone, L. (2017). Is your smartphone ruining your relationship? *PsychAlive*. https://www.psychalive.org/smartphone-ruining-relationship/

Gerlitz, C., y Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New media & Society. 15*(8), pp. 1348-1365. https://doi.org/10.1177/1461444812472322

Guillaud, H. (2018). Internet est en nous... *Sciences humaines, 304*(6), 5-5. https://doi.org/10.3917/sh.304.0005

Haidt, J. (2024). *The anxious generation: How the Great Rewiring of Childhood Is Causing an Epidemic of Mental Illness.* Penguin.

Haigh, A. (2012). Stop *Phubbing*. http://www.stop*phubbing*.com

Hernández Gracia, T. J., Duana Ávila, D., Hernández Gracia, J. F., y Torres Flórez, D. (2021). La presencia de *phubbing* en estudiantes del nivel superior. *Panorama*, *15*(28).

IAB y GfK. (2024). Observatorio del Consumo digital en España junio 2024. IAB Spain.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). Población que usa Internet (en los últimos tres meses): Tipo de actividades realizadas por Internet. En *Mujeres y hombres en España 2023*. Disponible en: https://is.gd/chicDt

Joshi, R., Pavithra, N., y Singh, C. K. (2022). Internet an Integral Part of Human Life in 21st Century: A Review. *Current Journal Of Applied Science And Technology*, *41*(36), 12-18. https://doi.org/10.9734/cjast/2022/v41i363963

Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, İ., y Babadağ, B. (2015). Determinants of *phubbing*, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of behavioral addictions*, *4*(2), 60-74. https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005

Kemp, S. (2024). Informe Digital Global, Abril 2024. Disponible en: https://is.gd/QNHS5y

Koob, G. F., y Schulkin, J. (2019). Addiction and stress: An allostatic view. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, *106*, 245-262. https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2018.09.008

Kozak, K., Lucatch, A. M., Lowe, D. J. E., Balodis, I. M., MacKillop, J., y George, T. P. (2019). The neurobiology of impulsivity and substance use disorders: implications for treatment. *Annals of the New York Academy of Sciences*, *1451*(1), 71-91. https://doi.org/10.1111/nyas.13977

Leuppert, R., y Geber, S. (2020). Commonly done but not socially accepted? *Phubbing* and social norms in dyadic and small group settings. *Communication Research Reports*, *37*(3), 55-64. https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1756767

Li, J., Zhan, D., Zhou, Y., y Gao, X. (2021). Loneliness and problematic mobile phone use among adolescents during the COVID-19 pandemic: The roles of escape motivation and self-control. *Addictive Behaviors*, *118*, 106857. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106857

Long, J., Liu, T. Q., Liao, Y. H., Qi, C., He, H. Y., Chen, S. B., y Billieux, J. (2016). Prevalence and correlates of problematic smartphone use in a large random sample of Chinese undergraduates. *BMC psychiatry, 16*(1), 408. https://doi.org/10.1186/s12888-016-1083-3

Mateos-Abarca, J.P., Barceló-Sánchez, J.-M. y Martínez-Vallvey, F. (2023). Temas y uso de las notificaciones Push de las aplicaciones móviles de los medios de comunicación españoles durante la pandemia COVID-19. *methaodos.revista de ciencias sociales*,*11*(2), m231102a08. http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.690

Mohd Salleh Sahimi, H., Norzan, M. H., Nik Jaafar, N. R., Sharip, S., Ashraf, A., Shanmugam, K., Bistamam, N. S., Mohammad Arrif, N. E., Kumar, S., y Midin, M. (2022). Excessive smartphone use and its correlations with social anxiety and quality of life among medical students in a public university in Malaysia: A cross-sectional study. *Frontiers in psychiatry*, *13*, 956168. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.956168

Nasim, S. F., Ali, M. R., y Kulsoom, U. (2022). Artificial Intelligence Incidents & Ethics: A Narrative Review. *International Journal of Technology, Innovation and Management* (IJTIM), *2*(2), 52-64. https://doi.org/10.54489/ijtim.v2i2.80

Nazir, T., y Pişkin, M. (2016). *Phubbing*: a technological invasion which connected the world but disconnected humans. *International journal of Indian psychology*, *3*(4). https://doi.org/10.25215/0304.195

O'Day, E. B., y Heimberg, R. G. (2021). Social Media Use, Social Anxiety, and Loneliness: A Systematic Review. *Computers in Human Behavior Reports, 3*, 100070. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070

Olson, J. A., Sandra, D. A., Colucci, É. S., Al Bikaii, A., Chmoulevitch, D., Nahas, J., Raz, A., y Veissière, S. P. L. (2022). *Smartphone* addiction is increasing across the world: A meta-analysis of 24 countries. *Computers in Human Behavior*, *129*, 107138. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107138

Parmaksiz, I. (2019) Relación de *phubbing*, un problema de comportamiento, con asertividad y pasividad: un estudio sobre adolescentes. *International Online Journal of Educational Sciences*, *11*(3), 34-45. https://doi.org/10.15345/iojes.2019.03.003

Pierce, C. A., Block, R. A., y Aguinis, H. (2004). Cautionary Note on Reporting Eta-Squared Values from Multifactor ANOVA Designs. *Educational And Psychological Measurement, 64*(6), 916-924. https://doi.org/10.1177/0013164404264848

Steinberg, L., Sharp, C., Stanford, M. S., y Tharp, A. T. (2013). New tricks for an old measure: the development of the Barratt Impulsiveness Scale-Brief (BIS-Brief). *Psychological assessment, 25*(1), 216-226. https://doi.org/10.1037/a0030550

Sun, J., y Samp, J. A. (2021). '*Phubbing* is happening to You': Examining predictors and effects of *phubbing* behaviour in friendships. *Behaviour & Information Technology*, *41*(12), 2691-2704. https://doi.org/10.1080/0144929x.2021.1943711

Tomczyk, Ł., y Lizde, E. S. (2022). Nomophobia and *phubbing*: Wellbeing and new media education in the family among adolescents in Bosnia and Herzegovina *Children and Youth Services Review*, *137*. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2022.106489

Twenge, J. M., y Campbell, W. K. (2019). Media Use Is Linked to Lower Psychological Well-Being: Evidence from Three Datasets. *Psychiatric Quarterly*, *90*(2), 311-331. https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7

Vanden Abeele, M. M. P., Antheunis, M. L., y Schouten, A. P. (2016). The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality. *Computers in Human Behavior*, *62*, 562-569. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.005

Verma, S., Kumar, R., Yadav, S., y Devi, R. (2019). The Determinants of *Phubbing* Behaviour: a Millenials Perspective. *International Journal Of Innovative Technology And Exploring Engineering*, *8*(12S), 806-812. https://doi.org/10.35940/ijitee.l1184.10812s19

Ward., J.H. (1963). Hierarchical Grouping to Optimize an Objective Function. *Journal of the American Statistical Association*, *58*(301), 236-244. https://doi.org/10.1080/01621459.1963.10500845

Yang, Q., y Gong, X. (2021). The engagement–addiction dilemma: An empirical evaluation of mobile user interface and mobile game affordance. *Internet Research*, *31*(5), 1745-1768. https://doi.org/10.1108/INTR-11-2020-0622

Yang, J., Zeng, X., y Wang, X. (2023). Associations among Parental *Phubbing*, Self-esteem, and Adolescents' Proactive and Reactive Aggression: A Three-Year Longitudinal Study in China. *Journal Of Youth And Adolescence*, *53*(2), 343-359. https://doi.org/10.1007/s10964-023-01850-2

Breve CV de los autores

Vicente Villalba Palacin es doctorando de la Universidad de Barcelona. Graduado en Marketing, cuenta también con un máster en Creatividad y Estrategia Publicitaria y en Liderazgo y gestión de editos. Es profesor e investigador predoctoral en la Facultad de Información y Medios Audiovisual y miembro del grupo de investigación "Didáctica de la Historia, la Geografía y las Ciencias Sociales" (DHIGECS-Com). Sus áreas de investigación son la adicción a Internet, phubbing, actividad electrodérmica y desinformación.

Adrien Faure es Doctor por la Universidad de Barcelona y licenciado en Musicología. Profesor lector e investigador postdoctoral en la Facultad de Información y Medios Audiovisuales de la Universidad de Barcelona, miembro del Centro de Investigación en Información, Comunicación y Cultura (Cricc) y músico/productor en Sarao Music (Universal Production Music). Sus áreas de estudio se centran en la experiencia musical desde ámbitos educativos, tecnologías del sonido y audiovisuales.

Lydia Sánchez es Profesora Agregada del Departamento de Biblioteconomía y Documentación y de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Barcelona. Doctora en Filosofía por la Universidad de Stanford (California, EEUU). Es miembro del grupo de investigación consolidado en Didáctica de la Historia, Geografía y otras Ciencias Sociales-Comunicación (DHIGECS-COM), y del grupo de innovación docente consolidado en Comunicación y Medios Audiovisuales (In-COMAV). Imparte asignaturas relacionadas con la teoría de la comunicación y la relación entre medios de comunicación y democracia. Su investigación se centra en la calidad democrática de los medios, la filosofía de la comunicación y la teoría de la comunicación. Actualmente dirige un proyecto sobre «Educación mediática y dieta informativa como indicadores de la capacidad de análisis crítico de la información en futuros profesores» (MEDIA4Teach).

Caterina Calderón es Profesora Agregada del Departamento de Psicología Clínica y Psicobiología de la Facultad de Psicología de la Universidad de Barcelona. Su principal área de investigación es la evaluación de los trastornos psicológicos y las estrategias de afrontamiento, tanto en población normal como clínica. Ha publicado más de 170 artículos científicos y capítulos de libros relacionados con los campos de la psicología, la salud y la educación. Ha participado en más de treinta proyectos de investigación financiados y es miembro del grupo de investigación consolidado «Estudios de Invarianza de Medidas y Análisis del Cambio» (GEIMAC). Ha sido reconocida con la acreditación de investigación avanzada por la AQU (equivalente a Profesor Titular).

Declaración de autoría CRediT

Conceptualización: V.V.P., C.C.; Metodología: C.C.; Software: C.C.; Validación: L.S.; Análisis formal: L.S.; Investigación: V.V.P, A.F.; Recursos: C.C..; Curación de datos: V.V.P, C.C.; Redacción (borrador original): V.V.P, A.F., L.S.; Redacción (revisión y edición): V.V.P, A.F., L.S.; Visualización: V.V.P, C.C.; Supervisión: C.C., L.S.; Administración del proyecto: C.C.; Adquisición de fondos: C.C.

Financiación

Este estudio forma parte de un proyecto financiado por la convocatoria de la Universidad de Barcelona: Phubbing, adicción a Internet y plan de acción tutorial en estudiantes de 11 grados + 2 dobles grados en la Universitat de Barcelona. 2020-2021. Ref. REDICE20-2401. Institut de Ciències de l'Educació (ICE) - Universitat de Barcelona (UB). IP: Caterina Calderon Garrido.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener posibles conflictos de intereses con respecto a la investigación, autoría y/o publicación de este artículo.