

Las redes sociales y su contribución a la formación integral de los jóvenes en América Latina

Arilu

En las últimas décadas, las redes sociales se han convertido en parte esencial de la cultura de internet, una cultura que se ve reflejada en diferentes aspectos de la sociedad moderna. La juventud actual pertenece a la “generación Z”, una generación de nativos digitales que han podido experimentar el origen y ascenso de las redes sociales en tiempo real. En Latinoamérica, el uso de las redes sociales ha tenido un impacto considerable en el estilo de vida de los jóvenes; la evolución tecnológica y cultural afecta a la construcción de identidad de los adolescentes, quienes usan sus redes sociales para asumir perfiles distintos a la percepción que se tiene de ellos en la presencialidad (Morduchowicz 2012: 12). El 70% de niños argentinos de 13 a 14 años posee un celular, mientras que para los adolescentes de 15 a 17 la cifra aumenta a un 90%; asimismo, esta última cifra se repite para la cantidad de adolescentes que son usuarios de una red social (Morduchowicz 2013: 12). Es así que una de las principales cuestiones que surgen en relación a las redes sociales es su contribución a la formación integral de los jóvenes en América Latina.

La polémica frente a la contribución de las redes sociales a la formación integral de los jóvenes en América Latina presenta diversas perspectivas. Algunos sostienen que las redes sociales sí contribuirían a la formación integral de los jóvenes, pues poseen elementos que mejoran su calidad de vida. Por otro lado, otros consideramos que las redes sociales no contribuyen a la formación de los jóvenes. Para argumentar esta postura, en el siguiente texto se fundamentará que el contenido popular de redes promueve comportamientos dañinos a la salud mental de los jóvenes; y, finalmente, que los elementos expuestos por la postura contraria tendrán consecuencias dañinas para la integridad de los jóvenes.

En primer lugar, evidenciamos que las redes sociales no contribuyen a la formación integral de los jóvenes, porque el contenido popular de estas promueve comportamientos dañinos a la salud mental de los jóvenes. Esto es resultado de las tendencias y el contenido que se populariza, la romantización de elementos que perjudican a los y las adolescentes, y la falta de límites y control en las plataformas virtuales.

Por una parte, existen tendencias que sexualizan a las adolescentes, las que afectan su autoestima si es que no cumplen con ciertos estándares impuestos en el contenido compartido por los influencers de moda. La presencia de cuerpos idealizados no afecta directamente la percepción que las adolescentes tienen de la belleza, sin embargo, el factor que define una influencia es la

popularidad que adquiere el contenido de cuerpos idealizados (Terreros 2019: 70). Un ejemplo particular es demostrado en los videos virales de la aplicación TikTok; esta aplicación se basa en compartir videos cortos con un audio (usualmente musical) de fondo, muchas tendencias que surgen en esta app se basan en imitar bailes con canciones populares, el problema recae en que los bailes suelen ser sugerentes y atienden a las características de cuerpos presentados como deseables, con canciones que glorifican ciertas características físicas. En Latinoamérica unas de las tendencias más destacables fueron los bailes de las canciones “Yonaguni” y “Tití Me Preguntó” del cantante Bad Bunny, dichos bailes hacían alusión a las letras que hablaban sobre el cuerpo femenino (“Shorty, tiene' un culo bien grande”); la viralización de este contenido fue veloz y llegó a usuarios menores de edad, incluyendo chicas que también participaron de esta tendencia y se exponían a la sexualización inherente del baile y las vistas y comentarios de usuarios en la plataforma. Es importante reiterar que es muy probable que la razón por la que las niñas y adolescentes sigan esta tendencia no sea su afición a la música de Bad Bunny, sino la popularidad y atención que reciben al publicar este tipo de contenido. Además, es fundamental notar que esto afecta principalmente a las jóvenes que se identifican con el género femenino, pues las redes sociales presentan espacios de riesgos definidos por el género que se tornan en áreas mediáticas orientadas a la negociación y la sexualización (Tortajada, Araüna, y Martínez 2013: 180).

Por otra parte, la romantización de los trastornos mentales, como la depresión y la ansiedad, está muy presente y normalizada en el contenido popular de redes. El activismo online de la salud mental ha aumentado su popularidad en los últimos años pues los usuarios pueden compartir sus experiencias y romper estigmas en cuanto a los trastornos mentales; a pesar de que esto sea algo inofensivo en un inicio, la propagación de contenido que romantiza los trastornos mentales por parte de personas que no están capacitadas en el área de salud mental ha tenido un impacto considerable en los usuarios jóvenes. Hay bastantes ejemplos de contenido popular en países como México o Argentina que trata de pintar a los individuos con enfermedades mentales como “intensos en el amor”, “dramáticas y profundas”, “mártires incomprendidos”, etc. (Terapia Psicológica 2020). Esto solo logra distorsionar la realidad que viven las personas diagnosticadas con enfermedades mentales y reducir su identidad a una condición que padecen y los vuelve “especiales”, cuando sin duda se trata de un asunto mucho más serio (Rola y Jinan 2018: 468). El tipo de contenido dañino referente a la salud mental es más prominente en redes sociales como TikTok e Instagram, este tiende a glorificar actitudes de personajes ficticios o aparentar una versión exagerada y romantizada de un individuo con trastornos mentales. Un caso relevante a este aspecto es la gran popularidad que alcanzaron los personajes de la serie Euphoria entre los usuarios adolescentes, quienes compartían videos y fotos dónde mostraban a las figuras ficticias como modelos a seguir; Euphoria es una serie para adultos ambientada en una secundaria, sus personajes sufren de diferentes trastornos mentales y suelen encontrarse en situaciones tóxicas y

dañinas, sin embargo, el aspecto cinematográfico de la serie ha causado que se romantice el estado en el que viven estos personajes, según un representante de D.A.R.E. (Drug Abuse Resistance Education), Euphoria normaliza la adicción a las drogas, la violencia, y otros comportamientos destructivos (Greenfield 2022).

Por último, al no haber límites en el contenido que se comparte, se viralizan dietas, rutinas de ejercicio, u otras acciones que pueden llegar a causar estilos de vida radicales para los usuarios. El testimonio de Josefa, una joven chilena, presentado por Palma es esencial para entender este concepto: “(...) mis fotos no reflejan lo que siento... estoy súper mal, lloro todos los días, me arranco la piel, y al día siguiente subía una foto donde me veía preciosa, divina” (2021: 65). Las pocas restricciones que tienen las redes sociales como Twitter, Instagram, y TikTok han logrado que contenido perjudicial sea fácil de encontrar para los usuarios; dietas creadas por influencers no capacitados en nutrición, los retos para demostrar que eres productivo, entre otras tendencias, ponen cierta presión en aquellos usuarios que no las siguen o “cumplen”. Esto afecta directamente la salud mental de los jóvenes, quienes se verán frustrados y cohibidos al no poder lograr los objetivos que propone el influencer (visto cómo el sujeto ideal, alguien a imitar). Añadiendo a esto, no podemos dejar de lado la salud física de los jóvenes, pues la dependencia que pueden llegar a tener los usuarios con el contenido dañino es un riesgo que los puede llevar a desarrollar trastornos alimenticios u otros problemas de salud. Una área a resaltar en referencia a este aspecto sería el movimiento “#Proana” en la red social Twitter, el cual sirve de espacio para compartir información y “tips” relacionados a la anorexia, la mayoría de usuarios que participan en este espacio son jóvenes y menores de edad a partir de los 14 años (Emery 2018). Varios de los tweets que comparten son para validar e incentivar su trastorno alimenticio y promover actividades radicales que afectan su salud, por ejemplo, el “Calorie April”, que se refiere una restricción de ingesta de calorías durante el mes de Abril (Arseniev-Koehler 2016).

Es esencial reconocer la diversidad de perspectivas sobre el tema. Por ello, veo relevante analizar la postura contraria, la cuál defiende la contribución de las redes sociales a la formación integral de los jóvenes. Esta postura expone que las redes sociales poseen elementos que mejoran la calidad de vida de los jóvenes. Principalmente, sus partidarios identifican al movimiento de “body positivity”, iniciado en la red social Instagram, el cual aboga por el respeto y amor a los cuerpos que no siguen el estándar de belleza, influenciando a que los usuarios jóvenes no se juzguen a sí mismos y sigan un estilo de vida sano. Otro de los sustentos recae en la “cancel culture”, que apoya la denuncia de injusticias, como se evidencia en el movimiento “#MeToo”; esto posiblemente ayude a que los y las adolescentes se sientan capaces de manifestarse en contra de situaciones de abuso o discriminación, a su vez mejorando la ética y moral colectiva. En adición

a esto, las redes sociales son espacios que permiten socializar virtualmente de manera global, lo que facilita la mejora de habilidades sociales para los usuarios y beneficia su salud mental.

Sin embargo, la postura expuesta anteriormente no cubre puntos importantes dentro de sus propios argumentos y carece de una visión panorámica sobre el tema. Asimismo, los elementos expuestos por la postura contraria tendrán consecuencias dañinas para la integridad de los jóvenes. En primer lugar, a pesar de las buenas intenciones del movimiento ‘body positivity’, este refuerza la idea de que el valor de un individuo recae en la belleza de su cuerpo, y a su vez glorifica trastornos alimenticios como la obesidad. El movimiento está orientado a mejorar la percepción que se tiene de la imagen corporal, dejando de lado el valor que se le otorga a la funcionalidad del cuerpo humano (West 2022). Para los partidarios del movimiento, una autopercepción positiva de tu cuerpo significa un estilo de vida sano; no promueven actividades que, científicamente, mejoran tu estilo de vida (por ejemplo, hacer ejercicio y seguir una dieta saludable), sino la celebración de tu cuerpo tal como es. Según distintos estudios sobre el contenido subido en Instagram bajo la categoría de “body positivity”, las imágenes suelen estar centradas en la apariencia física y la objetificación de los cuerpos, lo que contribuye a los conceptos de belleza, atracción y sexualización que el movimiento pretende cuestionar (Vendemia et al. 2021: 138). De tal forma, el “body positivity” cae en un argumento hipócrita, pues no trata de derrumbar los estándares de belleza que critica, sino busca la manera de encajar en ellos. Al mismo tiempo, el movimiento falla en reconocer cuestiones relacionadas a la salud, como el sobrepeso y la obesidad, y se justifica con el discurso de desestigmatización. El impacto del “body positivity” llegó hasta las estrategias de marketing de las tiendas de ropa, reemplazando la palabra “plus size” por el término más amigable “curvy”, distorsionando la percepción de las tallas y causando que consumidores a nivel mundial no tomen acción con el objetivo de mantener un peso saludable (Muttarak 2018: 1125). Así, el sobrepeso se vuelve común y, al ser percibido como algo familiar, no es visto como un factor dañino a la salud (Robinson y Christiansen 2014: 1381). Por todo lo mencionado, se disputa el argumento de la postura contraria, el cual asegura que el movimiento de “body positivity” influenciará a que los jóvenes no se juzguen a sí mismos y sigan un estilo de vida sano, puesto que no busca erradicar los estándares de belleza en su totalidad y normaliza estados de salud dañinos como el sobrepeso.

En segundo lugar, he de refutar el argumento contrapuesto, ya que la ‘cancel culture’ limita la habilidad crítica de los adolescentes, pues promueve la mentalidad de rebaño y el odio colectivo que en ocasiones puede ser injustificado. Podemos definir la cultura de la cancelación como una forma de ostracismo a un sujeto que ha cometido un acto ofensivo o dañino (Dubin 2022). El principal sustento a favor de este acto es que empodera a los usuarios, quienes están en la libertad de elegir si seguir apoyando o “cancelar” a un personaje mediático, y de esta manera habrá

equidad en las plataformas populares (Wiltz 2020). Empero, la “cancel culture” suscita el entretenimiento a través de mensajes de odio, contrario a la toma de responsabilidad que predicán. Según la psicoterapeuta Shirani M. Pathak, se crea una dinámica de “todos versus uno”, lo que fomenta la humillación pública mas no ayuda a la persona “cancelada” a entender el porqué debe responsabilizarse (citada en Dubin 2022). El psicólogo John G. Cottone afirma que en casos dónde las víctimas de la cancelación son acusadas falsamente, es muy común ver repercusiones como ansiedad, depresión, y tendencias suicidas (citado en Dubin 2022). Esto ocurre pues la cultura de la cancelación no permite un desenvolvimiento justo en cuanto a las acusaciones y defensas; Amanda Koontz explica que al condensar problemas sociales extensos y complicados en un video de 1 minuto en Tiktok o una foto en Instagram, se crea un discurso de “todo o nada”, el sujeto cancelado es visto como totalmente inocente o culpable (citada en Dudenhofer 2020). Por otra parte, no es posible negar que el movimiento “#MeToo” significó una importante mejora en la percepción que se tiene de las víctimas de acoso y abuso sexual, ofreciéndoles legitimidad y apoyo; no obstante, no se libra de los problemas que trae inherentemente la cultura de cancelación. El concepto de “creerle a la víctima primero” puede desencadenar consecuencias fatales para la persona acusada; las redes sociales permiten la difusión de acusaciones sin pruebas, lo que facilita ataques al acusado/a, en especial si son una celebridad o personaje mediático.

Finalmente, aunque se argumente que las redes sociales contribuyen a la mejora de las habilidades sociales y salud mental de los usuarios, las relaciones interpersonales establecidas a través de redes sociales son superficiales y efímeras, promoviendo vínculos inestables y actitudes individualistas y consumistas. El actual contexto bajo el que funcionan las redes sociales es capitalista y modernista, se buscan interacciones veloces y un alcance amplio en cuanto al contenido que uno comparte. Zygmunt Bauman, refiriéndose al amor y relaciones en plataformas virtuales, sostiene que la globalización y el consumismo han convertido al amor en un valor intercambiable (citado en Bonavitta 2015: 202). Esto mismo aplica para las amistades hechas a través de redes sociales. Es común ver a usuarios que esconden su identidad, ya sea bajo anonimato o la creación de una falsa identidad, para así presentarse de una manera agradable a los demás usuarios en la red y aspirar a recibir respuestas y ganar contactos (Cáceres et al. 2009: 219). En este sentido, las relaciones socioafectivas entabladas en redes sociales carecen de valores y humanidad, y por ende no beneficiarán a los jóvenes.

En síntesis, el contenido popular de redes sociales promueve comportamientos dañinos para la salud mental de los jóvenes. Esto ocurre pues existen tendencias que afectan el autoestima de las adolescentes, se romantizan los trastornos mentales en el contenido popular de redes, y no hay un límite para el contenido radical que se viraliza. Además, los elementos expuestos a favor de la postura contraria tendrán consecuencias negativas para la integridad de los jóvenes. Evidenciamos

esto en la hipocresía dentro del movimiento “body positivity”, la limitación que impone la “cancel culture”, y las relaciones interpersonales frágiles y efímeras originadas a través de redes sociales. Por todo ello, las redes sociales no contribuyen a la formación integral de los jóvenes en América Latina. De todas formas, es necesario construir un ambiente virtual seguro y sano para nuestra generación y las próximas generaciones a nivel global, ya que el fuerte impacto de las redes sociales en la vida cotidiana de los jóvenes es irrefutable, y debemos aprovechar estas plataformas de manera positiva.

BIBLIOGRAFÍA

ARSENIEV-KOEHLER, Alina y otros

2016 “#Proana: Pro-Eating Disorder Socialization on Twitter”. *The Journal of Adolescent Health*. s/l, volumen 58, número 6, pp. 659-664. Consulta: 6 de octubre de 2022.

<https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.02.012>

BONAVITTA, Paola

2015 “El amor en los tiempos del Tinder”. *Cultura y Representaciones Sociales*. México D.F, volumen 10, número 19, pp. 119-210. Consulta: 03 de noviembre de 2022.

[El amor en los tiempos de Tinder \(scielo.org.mx\)](http://scielo.org.mx)

CÁCERES María, José RUIZ y Gaspar BRÄNDLE

2009 “Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet”. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Madrid, volumen 14, pp. 213-231. Consulta: 03 de noviembre de 2022.

[Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentacion de la identidad de los jóvenes en Internet - E-Prints Complutense \(ucm.es\)](http://ucm.es)

DUBIN Alesandra

2022 “Why cancel culture is so toxic and how to effectively hold folks accountable, according to social media experts”. En *Insider*. Consulta: 03 de noviembre de 2022.

[Why Cancel Culture Is Toxic, According to Therapists \(insider.com\)](http://insider.com)

DUDENHOEFER Nicole

2020 “Is Cancel Culture Effective?”. *Pegasus*. Orlando. Consulta: 03 de noviembre de 2022.

[Is Cancel Culture Effective? How Public Shaming Has Changed \(ucf.edu\)](http://ucf.edu)

EMERY Leah

2018 “The dangerous, immersive world of Eating Disorder Twitter”. En *Daily Dot*. Consulta: 6 de octubre de 2022.

[The dangerous, immersive world of Eating Disorder Twitter - The Daily Dot](http://thedailydot.com)

GREENFIELD Beth

2022 “Does ‘Euphoria’ cause ‘potential negative consequences’ for teens?”. En *Newport Academy*. Consulta: 6 de octubre de 2022.

MORDUCHOWICZ Roxana

2012 *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Consulta: 09 de noviembre de 2022.

<https://www.scribd.com/document/87479010/Los-Adolescentes-y-Las-Redes-Sociales>

2013 *Los adolescentes del siglo XXI* [diapositiva]. Consulta: 09 de noviembre de 2022.

<https://www.sap.org.ar/docs/congresos/2013/adoles/presentaciones/morduchowicz.pdf>

MUTTARAK, Raya

2018 “Normalization of Plus Size and the Danger of Unseen Overweight and Obesity in England”. *Obesity*. Silver Spring, volumen 26, número 7, pp. 1125-1129. Consulta: 02 de noviembre de 2022.

<https://doi.org/10.1002/oby.22204>

PALMA, Paula

2021 *Instagram fue como la calle en el confinamiento. Modos de uso de Instagram en adolescentes durante el confinamiento por COVID-19 en la Región Metropolitana*. Tesis para la obtención del grado de Magíster en Psicología Clínica Infantojuvenil. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales. Consulta: 16 de septiembre de 2022.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/185020>

ROBINSON, Eric y Paul CHRISTIANSEN

2014 “The changing face of obesity: Exposure to and acceptance of obesity”. *Obesity*. Silver Spring, volumen 22, número 5, pp. 1380-1386. Consulta: 02 de noviembre de 2022.

<https://doi.org/10.1002/oby.20699>

ROLA, Karim y Jinan JADAYEL

2018 “MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?”. *International Journal of Teaching & Education*. s/l, volumen 7, número 1, pp. 465-476. Consulta: 15 de noviembre de 2022.

[V7NA374-cd.dvi \(universitypublications.net\)](#)

TERAPIA PSICOLÓGICA

2020 “El peligro de romantizar los problemas psicológicos”. En *Terapia Psicológica*.
Consulta: 15 de noviembre de 2022.

[El peligro de romantizar los problemas psicológicos \(terapia psicológica.com\)](https://www.terapiapsicologica.com/El-peligro-de-romantizar-los-problemas-psicologicos)

TERREROS, Stefanny

2019 Análisis del Impacto de la Red Social Instagram como un Modelo a Seguir en la Construcción de una Estética Femenina para las Jóvenes de 14 a 17 años del Colegio La Inmaculada. Tesis de licenciatura en Periodismo. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho.

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3026/1/T-ULVR-2678.pdf>

TORTAJADA, Iolanda, Núria ARAÛNA e Inmaculada MARTINEZ

2013 “Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales”. *Comunicar*. Huelva, volumen XXI, número 41, pp. 177-186. Consulta: 28 de septiembre de 2022.

<http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-17>

VENDEMIA, Megan, David DEANDREA y Kyla BRATHWAITE

2021 “Objectifying the body positive movement: The effects of sexualizing and digitally modifying body-positive images on Instagram”. *Body Image*. s/l, volumen 38, pp. 137-147. Consulta: 02 de noviembre de 2022.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.017>

WEST, Mary

2022 “What to know about the body positivity movement”. En *Medical News Today*. Consulta: 16 de noviembre de 2022.

[Body positivity movement: Benefits, drawbacks, vs. body neutrality \(medicalnewstoday.com\)](https://www.medicalnewstoday.com/Body-positivity-movement-Benefits-drawbacks-vs-body-neutrality)

WILTZ Allison

2020 “Cancel Culture is Good Thing, Here’s Why:”. En *Medium*. Consulta: 03 de noviembre de 2022.

[Cancel Culture is Good Thing. Here’s Why: | by Allison Wiltz | Any Writers | Medium](https://www.medium.com/@allisonwiltz/cancel-culture-is-good-thing-here-s-why-7e8e8e8e8e8e)