



## C A P Í T U L O 6

# INTERÉS POR LOS EFECTOS DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES: COMUNICACIÓN APLICADA DESDE LA PERSPECTIVA DEL BIEN COMÚN

**María Luisa Gómez Iglesias**

Licenciada en Comunicación y Medios Digitales por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y participante del III Coloquio de Investigación de la Vocalía Centro-Sur del Consejo Nacional para la Investigación en Ciencias de la Comunicación.

**Lourdes Mateos Espejel**

Profesora- investigadora de la Escuela de Comunicación y Medios Digitales de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Investigadora Asociada de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECHITI) del Estado de Puebla. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNI).  
<https://orcid.org/0000-0002-6969-7841>

**RESUMEN:** El objetivo del presente trabajo es establecer un proceso de comunicación estratégica que genere interés por los efectos negativos de las redes sociales en la salud mental y bienestar de los adolescentes. La Investigación Acción (IA) es el enfoque metodológico a seguir en 120 estudiantes de preparatoria con edades entre 15 y 18 años, a través de las etapas de planeación, actuación, desarrollo y reflexión. En la planeación y actuación se aplica una encuesta entre marzo y abril de 2023. Los resultados indican que los estudiantes conocen los efectos de las redes, reconocen sentimientos de ansiedad, nerviosismo y preocupación por la inseguridad en el espacio digital. Estos resultados fundamentan la etapa de desarrollo, en la que se diseña una intervención con base al concepto de comunicación aplicada. Mediante cinco sesiones de grupo como técnica de evaluación, se determina que para generar el interés de los participantes es conveniente enfatizar los riesgos de las redes sociales y la desvalorización que se produce al comparar la propia imagen con otros. En la etapa de reflexión se establece que para nuevos ciclos de la IA es preponderante que, desde las instituciones educativas, gubernamentales y de la sociedad civil, sea más frecuente la comunicación sobre los efectos de las redes sociales ya que los adolescentes carecen de exposición a este tipo de temáticas. Se propone una comunicación que oriente la selección cuidadosa de contenidos, búsqueda de ayuda pertinente y creación de comunidades digitales en las que prevalezca el bien común como objeto de autocuidado.

**PALABRAS CLAVE:** efectos, redes sociales, comunicación aplicada, adolescentes, bien común

**KEYWORDS:** effects, social media, applied communication, teenagers, common good

## INTRODUCCIÓN

Hoy día existen más de cinco mil cincuenta y seis millones de usuarios de internet, que corresponden al 67.9 por ciento de la población mundial. De este total, cinco mil 24 millones; es decir, 63.9 por ciento de la población mundial, son usuarios de redes sociales (Petrosyan, 2025). Y, a pesar de las preocupaciones por el impacto de las redes sociales, en la región de América, un 95 por ciento de los usuarios oscila entre los 15 y 24 años (Petrosyan, 2024).

En un estudio realizado por el *Pew Research Center* (2022) a más de mil adolescentes en Estados Unidos, el 32 por ciento menciona que las redes sociales tienen un efecto más positivo que negativo, mientras el 59 por ciento se muestra indiferente y apenas un nueve por ciento afirman los impactos negativos. Esto sucede porque para los adolescentes las redes sociales representan un punto esencial de conexión. Se sienten más conectados con lo que sucede en la vida de sus amigos y con la oportunidad de tener un espacio propio para mostrar su creatividad (Anderson et al., 2022).

Lo anterior es muestra de que la imagen de las redes sociales es positiva, aun por encima de la evidencia científica sobre sus efectos en la salud mental y bienestar de los adolescentes, tales como depresión, estrés, ansiedad, sentimiento de soledad y disminución de la autoestima (Valkenburg et al., 2021), así como el refuerzo de estereotipos de género, distracción en el aprendizaje e invasión a la intimidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2024).

En este sentido, Khalaf et al. (2023) subrayan que existe escasa investigación sobre cómo los adolescentes comprenden las redes sociales, específicamente como cuerpo de conocimiento. De ahí que se considere que la periodicidad y cantidad de campañas mediáticas y digitales que informen a los adolescentes sobre los efectos negativos de las redes sociales en su salud mental sean escasas, aunque no inexistentes. Un ejemplo es *#ThinkTwice*<sup>1</sup> o Piénsalo dos veces en idioma español, por parte de la Organización Internacional de Policía Criminal o *International Criminal Police Organization* [INTERPOL] (s.f.). Esta campaña aborda las amenazas de la ciberdelincuencia organizada a nivel transnacional a partir de cinco riesgos: ataques de *ransomware*<sup>2</sup> y por *malware*<sup>3</sup>, estafas por inteligencia artificial generativa, *phishing*<sup>4</sup> en la era digital, y estafas sentimentales con fundamento en la ingeniería social.

En México, la campaña “Redes Seguras” a cargo de la Procuraduría Federal del Consumidor [PROFECO] y la compañía Meta (PROFECO, 2022) promovió que en plataformas digitales se llevara a cabo un consumo seguro, responsable e informado para la identificación de estafas y tutoriales para fortalecer la seguridad de cuentas en WhastApp, Instagram y Facebook.

<sup>1</sup> El audiovisual de esta campaña se encuentra en el siguiente enlace <https://lc.cx/kyiSqM>

<sup>2</sup> Programa informático que “secuestra y cifra los archivos en un sistema de almacenamiento, para luego pedir un rescate” (Osorio-Sierra et al., 2020, p.132)

<sup>3</sup> Programa informático de tipo malicioso que al descargarse se apodera de los datos sensibles del usuario (Vera, 2022)

<sup>4</sup> Envío de correos electrónicos, cuyas direcciones son falsas, pero representan la identidad de empresas u organismos que solicitan datos personales y bancarios (BBVA, 2023)

No obstante, las campañas mediáticas o digitales orientadas a informar sobre los riesgos en la salud mental de los adolescentes están, principalmente, a cargo de organismos internacionales como la UNESCO, la Organización Mundial de la Salud [OMS] o entidades gubernamentales, lo cual resalta la necesidad de generar investigación sobre los contenidos y estrategias de comunicación que instituciones educativas, empresas u organismos de la sociedad civil puedan llevar a cabo como una acción de responsabilidad social que no sólo informe; sino que también interese a los jóvenes por los efectos de las redes en sus emociones o autoestima, por ejemplo.

Ante esta necesidad, el presente trabajo se ubica en un contexto particular: una institución educativa de carácter privado en la ciudad de Puebla México. Y plantea como pregunta central: ¿qué transformaciones ocurrirán en el interés sobre los efectos de las redes sociales en la salud mental y bienestar de un grupo de estudiantes de preparatoria después de la aplicación de una estrategia de comunicación dentro de la institución donde estudian? Para responder se adopta a la Investigación Acción [IA] como enfoque metodológico.

El documento se estructura de la siguiente manera: en el primer apartado se plantea la aproximación teórica y conceptual que sustenta el presente trabajo. En el segundo apartado se describe a la IA como estrategia metodológica, así como la serie de pasos que conducen a responder la pregunta central de este trabajo con base a los postulados de Fidel (2023) y Mertler (2019). En el tercer apartado se establecen los resultados y finalmente en las conclusiones se generan propuestas de acciones a seguir en un siguiente ciclo de la IA.

## 1. APROXIMACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL

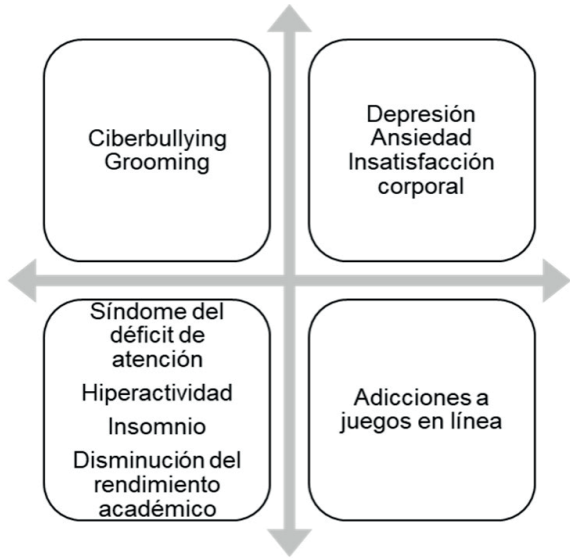
Una creciente área de investigación se ha enfocado en la salud digital como una nueva determinante del concepto de salud para niños, niñas y adolescentes, en específico porque son los que más exposición poseen frente a las tecnologías digitales, por lo que están más propensos a daños potenciales derivados de ese fenómeno (Morley et al., 2020; Kickbusch et al., 2021).

Por esta razón, en la literatura reciente (Vogel et al., 2021) destacan estudios en los que prevalece la intersección entre las redes sociales y la salud, con especial énfasis en los efectos en la salud del su uso en niños y adolescentes. Un caso es la correlación entre el uso de las redes sociales, sus efectos en la salud mental y la potencialidad de causar dependencias y adicciones. En la Figura 1 es posible observar los efectos negativos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes que proponen Arab y Díaz (2015) Gupta y Jain (2024) Keles et al., (2019).

Así, la salud mental se puede definir como un estado de bienestar en el que una persona conoce sus habilidades, resuelve problemas de la vida diaria, trabaja adecuadamente y contribuye significativamente a la vida de su comunidad. Por esta

razón, va más allá de la ausencia de desórdenes mentales y está determinada por factores socioeconómicos, biológicos y ambientales (Organización Mundial de la Salud [OMS], s.f.). En este sentido, las relaciones sociales son elementos cruciales en la protección de la salud mental. Tanto la cantidad como la calidad de las relaciones sociales afectan la salud mental, de comportamiento y física (Karim et al., 2020)

Figura 1 - *Efectos negativos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes*



Nota: elaboración propia con información de Arab y Díaz (2015), Gupta y Jain (2024) y Keles et al. (2019)

Una de las teorías que pueden explicar la conexión de las redes sociales con la salud mental es la Teoría del Desplazamiento (Karim et al., 2020; Khalaf et al., 2023), la cual sugiere que las personas con un autocontrol limitado, al enfrentarse a una situación desafiante o estresante pueden generar comportamientos que brindan satisfacción instantánea, aunque estos comportamientos no estén alineados a sus objetivos de largo plazo.

Por esta razón, cuando una persona es incapaz de lidiar con el estrés de manera saludable, también puede tener comportamientos que temporalmente la hagan sentir mejor, aunque representen un daño a sus objetivos a largo plazo y bienestar. Así mismo, el autocontrol es un recurso limitado que puede debilitarse con el tiempo, por lo que su escasez o inexistencia, puede provocar que una persona sea más propensa a tener una conducta impulsiva o autodestructiva (Khalaf et al., 2023)

Y es que la Teoría del Desplazamiento también refiere que las personas que pasan más tiempo en comportamientos sedentarios, como el uso de las redes sociales, tienen menos tiempo para la interacción cara a cara, aspecto que ha resultado indispensable para protegerse de los desórdenes mentales. Aunque es importante destacar que existen estudios longitudinales (Coyne et al., 2020) que han indicado que el incremento en tiempo dedicado en redes sociales no se ha podido asociar con el incremento de problemas de salud mental a lo largo de la etapa de desarrollo de un adolescente a nivel individual.

No obstante, estudios como el de Feng et al. (2025), de carácter transversal, han demostrado que la depresión está positivamente relacionada con el hecho de que los videos cortos de las redes sociales interrumpen las actividades sociales de los jóvenes. Y es que su uso excesivo puede conducir hacia una mayor inmersión del mundo virtual, además de intensificar un sentido de alineación del mundo real. Incluso, el sobre uso de estos videos puede “exacerbar síntomas depresivos, así como la falta de interacciones cara cara puede conducir a la falta de apoyo emocional y posiblemente incrementar la vulnerabilidad al ciberbullying<sup>5</sup>” (p.8).

Así mismo, la ansiedad y la depresión están positivamente correlacionadas con los videos cortos debido a que estos generan dificultad para concentrarse en el estudio. En un estudio realizado con estudiantes universitarios (Feng et al., 2025), se enfatizó que estos videos pueden servir como medio para escapar de las presiones del mundo real, lo que representa un reto en enfocarse. De ahí que el uso prolongado de aplicaciones como *Tik Tok*, también pueden acrecentar la ansiedad y crear un círculo vicioso que conduzca a la depresión.

La adicción a las redes sociales junto con el interés y motivación por aprender generan un efecto en cadena entre la ansiedad social y el desempeño académico. Esta relación esclarece los potenciales mecanismos debajo de la correlación entre ansiedad y desempeño académico, lo cual es crucial para desarrollar estrategias de intervención que mejoren la salud mental y el desempeño académico de estudiantes (Feng et al., 2025).

Entre las estrategias de intervención se ubica a la comunicación aplicada desde la perspectiva del bien común. En este trabajo se entiende a la comunicación como “mecanismo de cambio” (Elizalde, 2014, p. 110) ya que este se puede considerar como un patrón que impulsa cambios y que puede identificarse de manera sistemática. Así, la comunicación aplicada se refiere tanto a conocer el proceso de comunicación, como a lograr una mayor eficacia en los objetivos de comunicación mediante una fundamentación de técnicas, acciones y decisiones (Rebeil et al., 2012).

<sup>5</sup> “Modalidad de violencia entre pares que se manifiesta mediante el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación” (Acevedo y Cabrera, 2024. p.104)

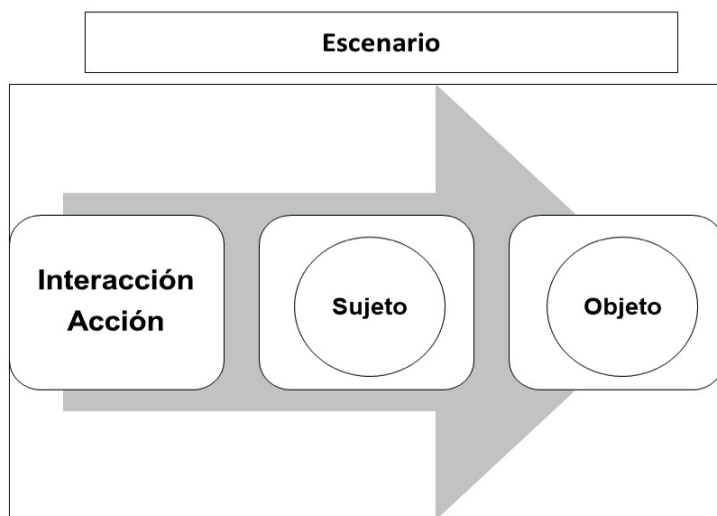
Desde el punto de vista de la comunicación aplicada, la teoría y la investigación son fundamentales para lograr “una mayor eficacia comunicativa” (Rebeil et al., 2012, p. 5) y, por tanto, puede conllevar una indagación exhaustiva de problemáticas o situaciones específicas de comunicación, o también contribuir con resultados derivados de la investigación, los cuales pueden aplicarse a las problemáticas o situaciones particulares. Por esta razón, el presente documento se fundamenta en la Investigación Acción [IA] como estrategia metodológica.

Finalmente, para abordar a la comunicación aplicada desde el bien común es necesario comprender que esta perspectiva se centra sobre grupos en los que existen procesos a través de los que las comunidades crean y conservan los bienes sociales, los cuales son producto de la cooperación dentro de una comunidad (Nebel, 2018). Estos bienes “son inherentes a la organización colectiva que permite el logro de un bien social; inherentes a la comprensión compartida de su valor” (p.29).

Al orientarse a comunidades, el bien común implica cubrir necesidades en común, compartir metas y organizarse para cuidarse y ser solidarios dentro de una comunidad, aspectos que generan unión. En este sentido es necesario preguntarse cómo se acciona el bien común a través de cuestionamientos como “¿Cuáles son nuestras necesidades comunes? ¿Qué bienes valoramos juntos? ¿Cuáles queremos realizar juntos? ¿Cómo realizarlos en común?” (Nebel, 2018, p.36). De ahí que se conciba que el bien común integre a una amplia diversidad de actores sociales y esté presente en cualquier tipo de interacción social donde se produzcan bienes comunes.

Por esta razón, se habla de que el bien común es acción, y en esta acción están presentes elementos como el sujeto, representado por las personas, miembros de la comunidad que realizan la acción, comparten propósitos y se unen para cumplirlos. Otro elemento es el objeto, el cual se concibe como el objetivo que busca alcanzar el sujeto y que orienta la acción. Y finalmente, el escenario, el cual es el entorno social donde se desarrolla la acción, y donde esta acción posee un significado particular (Nebel, 2018). En la Figura 2 se pueden visualizar los elementos de la acción común. Se integra a la acción porque es la que permite que el sujeto y el objeto estén juntos en el escenario.

Figura 2 - Elementos de la acción común



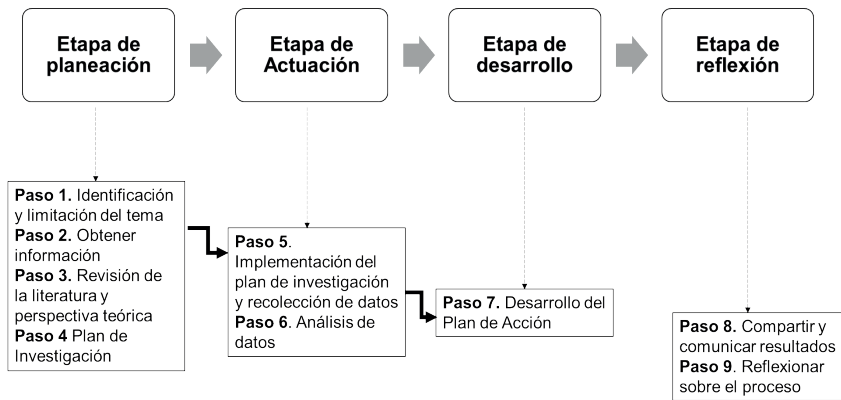
Nota: adaptado de Nebel (2018).

Para fines de este trabajo la comunicación aplicada desde la perspectiva del bien común tiene el objetivo de generar investigación que fundamente las decisiones y diseño de procesos comunicacionales que contribuyan a que el sujeto alcance el objeto en un escenario particular. Además de ser un mecanismo que incentive la motivación de colaboración que se requiere para mantener la acción y para que el sujeto constantemente alcance distintos objetos, en distintos momentos.

## 2. MÉTODO

La presente investigación se fundamenta en la IA como enfoque metodológico. Su principal característica es generar conocimiento a partir de la intervención del investigador en el evento de interés. Mediante una dinámica que de manera progresiva atiende las situaciones, analiza y actualiza la intervención (Barrera, 2022). La IA es cíclica; es decir, cada ciclo se establece como el proceso de las fases de la investigación. Una fase finaliza, posteriormente empieza otra y así sucesivamente. De esta forma, los resultados que se presentan en el presente documento corresponden a un primer ciclo. En este primer ciclo, se llevan a cabo las etapas de planeación, actuación, desarrollo y reflexión, las cuales pueden observarse en la Figura 3.

Figura 3 - Etapas del primer ciclo del presente trabajo



Nota: con información de Mertler (2019).

## 3. RESULTADOS

### 3.1 Etapas de planeación y actuación

En las etapas de planeación y actuación se estableció un diseño de investigación no experimental, que emplea a la encuesta como técnica de recolección de datos. Esta encuesta se aplicó a una población de 120 estudiantes de segundo y cuarto semestre del Instituto México de Puebla en el periodo del 20 al 27 de febrero de 2023. Es importante especificar que esta investigación al corresponder a la IA se centra en poblaciones y no en la conformación de una muestra (Hurtado de Barrera, 2009). La conformación de esta población se determinó por parte de la institución debido a los tiempos y permisos que autorizó para aplicar la encuesta. De esta forma, se emplearon tres cuestionarios "Conciencia sobre los efectos de las redes sociales", "Ansiedad en las redes sociales", y "Autoestima en las redes sociales", cada uno se realizaron en la plataforma Question Pro<sup>6</sup>

Los datos de la etapa de planeación indican que los estudiantes encuestados tienen una conciencia acerca de los efectos de las redes sociales en su autoestima. Por ejemplo, más del 50% de los estudiantes indica estar entre "muy de acuerdo" y "de acuerdo" en que al menos una vez han considerado que son menos valiosos respecto a las personas que observan en redes como Tik Tok o Instagram.

<sup>6</sup> Liga de acceso: <https://www.questionpro.com/es/>



Igualmente, más del 50% mencionaron estar entre “muy de acuerdo” y “de acuerdo” en que las redes sociales pueden generar una sensación de nerviosismo por la incertidumbre de lo que sus contactos pensarán de ellos. En este sentido, los resultados anteriores se relacionan con el hecho de que 43.36% está “de acuerdo” en que las redes sociales potencian la oportunidad para enfocarse en una autoimagen negativa.

Respecto al conocimiento de los riesgos de las redes sociales, los estudiantes manifestaron conocer el *ciberbullying*, *hackeo*<sup>7</sup>, *sexting*<sup>8</sup> y *online grooming*<sup>9</sup>, los cuales califican de riesgosos. De ahí que el 36.36% estén “de acuerdo” que el *hackeo* les provoque ansiedad ante el peligro de que sus cuentas personales puedan ser interferidas para obtener su información. Mientras, un 28.57% mencionó encontrarse “muy de acuerdo” con lo anterior.

Sobre el *ciberbullying*, el 31.25% de la población adolescente considera que de vivir esta problemática, podrían experimentar una afectación a su autoestima. De ahí que un 38.28% indique que está “muy de acuerdo” y el 33.93% “de acuerdo” en que esta violencia dentro de las redes llegue a provocar que piensen que “no valen como persona”. Lo mismo sucede con el *sexting* debido a que el 35.45% está “de acuerdo” en que este proceso puede llegar a perjudicar su vida, lo cual representa una sensación de peligro inminente para más del 50% de los encuestados. Un 33.93% manifestó “estar de acuerdo” con vivir esta sensación, mientras el 29.46% refirió que están “muy de acuerdo”.

Los resultados indican que es preciso orientarse hacia el interés y preocupación sobre los efectos de las redes sociales ya que existen un alto nivel de conciencia sobre estos efectos. Así, en la etapa de desarrollo se propone realizar una intervención desde la comunicación aplicada con un objetivo de comunicación orientado hacia generar preocupación e interés. Esta decisión se considera porque estos hallazgos reflejan la existencia de niveles de conciencia en los efectos negativos de las redes sociales.

## 3.2 Etapa de desarrollo

En etapa de desarrollo se diseña una estrategia de comunicación con base a los elementos que indican Wilcox et al. (2015): análisis de la situación, objetivos de comunicación, audiencia, estrategia, tácticas, cronograma, presupuesto y evaluación. Por tanto, el objetivo de comunicación propuesto consistió en generar preocupación e interés sobre los efectos de las redes sociales en la autoestima y ansiedad en 3 de cada 10 alumnos de segundo y cuarto semestres de preparatoria del IMEX en agosto de 2023.

<sup>7</sup> Anglicismo que hace referencia al “conjunto de técnicas que se utilizan para tener acceso a un sistema que no pertenece al mismo ejecutor” (Montenegro et al., 2019, p.2)

<sup>8</sup> Anglicismo que indica el “envío o publicación de fotos y/o vídeos eróticos y/o sexuales” (Rodríguez-Castro et al., 2021, p.2)

<sup>9</sup> Anglicismo que significa el “proceso por el que un adulto utiliza las nuevas tecnologías para establecer una dinámica de persuasión y victimización sexual mediante contactos online con el fin de obtener contenido sexual de un menor” (Riberas-Gutiérrez et al., 2024 p.119)

Para alcanzar este objetivo se planteó que la estrategia, entendida como la manera y el los componentes del plan de comunicación alcanzarán el objetivo propuesto (Wilcox et al., 2015), se basara en la premisa de interés propio, la cual indica que los públicos llegan a estar involucrados en temáticas o prestan atención a los mensajes que son similares a sus necesidades económicas y psicológicas. Así, las declaraciones estratégicas que brindan un componente racional fueron:

- Colocar al estudiante como el protagonista de los efectos de las redes sociales en el autoestima y ansiedad.
- Vincular al padre de familia y profesores en la intervención.

Mientras que los mensajes clave fueron los siguientes:

- ¿Cómo cambiaría mi vida el *sexting*, *grooming* y *ciberbullying*?
- Consecuencias negativas de las redes sociales en su vida personal y seres queridos
- Conocer los riesgos a los que están expuestos los hijos a las redes sociales, permitirá que se involucren más en el uso correcto de éstas.
- Conocer los usos que les están dando los alumnos a las redes sociales, permitirá conocer los potenciales riesgos a los que se exponen.

La Tabla 1 las tácticas empleadas en la estrategia de comunicación

Tabla 1 - *Tabla de tácticas de la estrategia de comunicación*

Táctica	Descripción
Empleo de herramientas audiovisuales.	Video acerca del ciberacoso
Plática con los padres de familia y profesores de la institución acerca de los efectos que tienen las redes sociales en los adolescentes.	Participación de experta en cibercultura.
Conferencia con estudiantes sobre la superación de los riesgos y afectaciones de las redes sociales	Participación de experto en psicología para adolescentes
Conferencia con universitarias acerca del ciberacoso	Participación de estudiantes del proyecto de ciberacoso en redes sociales de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Medios audiovisuales como mecanismos de activación	Elaboración de videos por parte de los jóvenes sobre los riesgos de las redes sociales

Nota: elaboración propia

La Figura 4 refiere a una de las tácticas planteadas, la cual corresponde a la conferencia sobre los riesgos y afectaciones de las redes sociales con la participación de un experto en psicología para adolescentes.

La evaluación de la estrategia se realizó con base un diseño de investigación de corte cualitativo con alcance exploratorio de tipo fenomenológico, el cual busca comprender un fenómeno social a través de las reflexiones que surgen dentro de las conversaciones en grupo, sin intentar generalizar los resultados (Donoso, 2004). Se empleó la sesión de grupo como técnica de recolección de datos y a una guía con preguntas agrupadas por temas. Los datos recolectados fueron analizados bajo un enfoque inductivo con el objetivo de reconocer las categorías iniciales hasta el punto de alcanzar la saturación teórica (Strauss y Corbin, 1998).

Figura 4 - Conferencia con experto en psicología para adolescentes



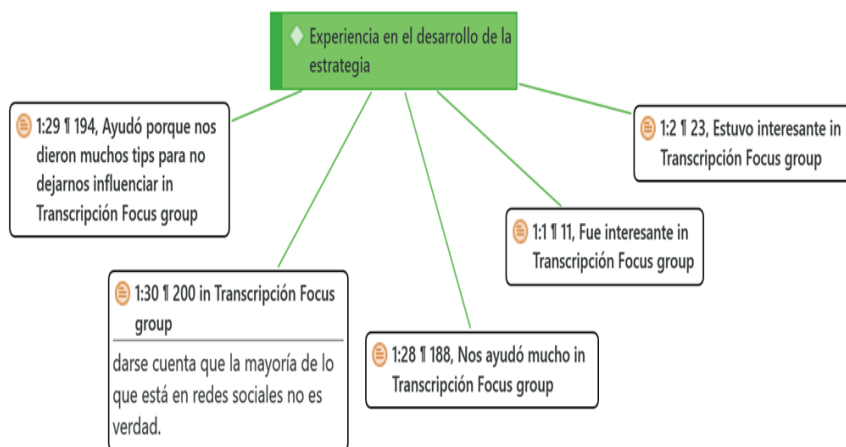
Nota: Elaboración propia con evidencia fotográfica de la presente investigación

La codificación abierta fue el procedimiento empleado para la selección de las unidades de análisis, recorrer las transcripciones, generar la codificación y finalmente encontrar categorías (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para el análisis de los datos se utilizó el programa informático Atlas.ti.v.22, el cual es un software especializado en el análisis cualitativo de una amplia cantidad de cuerpos de datos textuales (Morales et al., 2014). De acuerdo con el proceso de codificación, todas las sesiones de grupo fueron inicialmente leídas con el propósito de identificar temas recurrentes.

Así, la codificación, sobre todo, se basó en buscar el significado que formaba parte del discurso de los participantes; con el propósito de comprender la subjetividad que existe en “los términos usados por los mismos actores sociales” (Lindlof y Taylor, 2002, p. 220). Uno de los códigos que especifican la evaluación de la estrategia de comunicación corresponde a “Experiencia en el desarrollo de la estrategia, el cual puede visualizarse en la Figura 5.

Al aplicarles las diferentes estrategias a los estudiantes la experiencia vivida con las tácticas les permitió darse cuenta que no todo lo que se ve en la pantalla es real, por lo que deben ser más críticos con el contenido al que están expuestos. Se les hicieron interesantes las diferentes estrategias, y algunas les permitieron comprender que es importante no dejarse influenciar por el contenido al que están expuestos

Figura 5 - Código: experiencia en el desarrollo de la estrategia



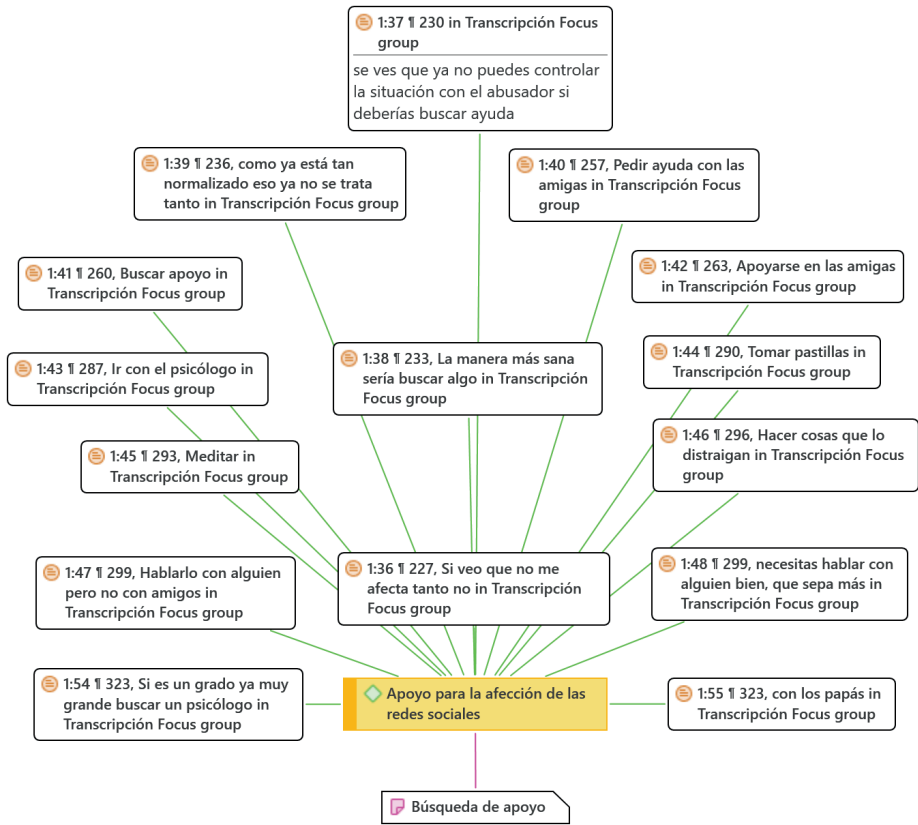
Nota: elaboración propia con información de la presente investigación

Así mismo, la experiencia de la estrategia generó que los estudiantes se interesaran en buscar apoyo respecto a su exposición constante en las redes sociales, tal y como puede observarse en la Figura 6.

En general los alumnos al presenciar las conferencias y videos expuestos se interesaron en apoyo cuando tengan una afección por las redes sociales, pero de igual manera es interesante observar que los alumnos al principio prefieren resolver ellos el conflicto, y si este se convierte en una mayor afectación ya consideran ayuda con sus padres o un psicólogo. Con lo anterior puede verse que no se encuentran abiertos a buscar ayuda inmediatamente con alguien experto en el tema.

De esta forma es posible sugerir que, al aplicarse la estrategia de comunicación, existieron cambios en su interés y preocupación, mostrando que deben ser más cautelosos con el tipo de contenido al que están expuestos en las redes sociales y con los peligros que se pueden encontrar en ellas, y con lo anterior saber que pueden buscar la ayuda pertinente

Figura 6 - Código. *apoyo para la afección de las redes sociales*



Nota: elaboración propia con información de la presente investigación.

#### 4. CONCLUSIONES

A partir del objetivo general de la presente investigación relacionado con descubrir las transformaciones que suceden al aplicar una estrategia de comunicación orientada a generar el interés y preocupación de los estudiantes de preparatoria del

Instituto México de Puebla sobre los efectos de las redes sociales en su autoestima y ansiedad, se concluye que este se determinó desde la primera etapa de la investigación ya que los participantes mostraron niveles de conciencia sobre los efectos negativos de las redes sociales. Por esta razón, fue necesario orientar la comunicación hacia una etapa afectiva. De esta forma, los cambios que se analizan están enfocados a evaluar el interés y la preocupación en los efectos de las redes sociales.

Después de la implementación de la estrategia de comunicación, se puede observar que sí existe interés por parte de los estudiantes ya que la asistencia a la conferencia es una manifestación de un efecto en la comunicación, tal y como se manifiesta en la sesión de grupo. Por otro lado, también se puede establecer que el objetivo se cumple porque los estudiantes fueron capaces de discernir acerca de los diferentes peligros al que pueden estar expuestos al momento de utilizar las redes sociales; de igual manera, los estudiantes pueden diferenciar el tipo de contenido al que se encuentran expuestos, y así poder tomar la decisión de no ver cierto tipo de contenido que puede llegar a causarles daño en su autoestima y ansiedad.

Una de las principales lecciones corresponde al acceso de expertos, en este proceso de investigación encontrar expertos que participaran en las tácticas requiere de mayor tiempo del esperado, sobre todo por sus agendas. No obstante, este tiempo de espera se recompensa ya que su voz y experiencia permite que los estudiantes, padres de familia y profesores otorguen credibilidad a las diferentes conferencias que impartieron los expertos. De igual manera, uno de los retos más grandes fue conseguir la atención de los estudiantes al momento de aplicar las diferentes estrategias, esto debido a que, al estar en grandes grupos se dispersan y su atención es mínimo; por lo que es recomendable que, al momento de implementar alguna estrategia sea con grupos reducidos para así obtener la mayor atención posible, así como se realizó en la sesión de grupo.

La práctica en sitio fue fundamental para generar mayor involucramiento con los estudiantes de preparatoria debido a que permite una comunicación directa y clara; al mismo tiempo, esto permite que los alumnos puedan expresarse libremente y realizar las preguntas pertinentes que les surgen en el momento. De la misma forma, los estudiantes se encuentran más cercanos y permite conocer con mayor profundidad sus diferentes puntos de vista, situaciones, y así crear una conexión para un mayor entendimiento.

Para un próximo ciclo de la IA se propone una comunicación que oriente la selección cuidadosa de contenidos, búsqueda de ayuda pertinente y creación de comunidades digitales en las que prevalezca el bien común como objeto de autocuidado.

## REFERENCIAS

- Acevedo, E. y Cabrera, Y. (2024). Percepción del cyberbullying en estudiantes de pregrado de la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima-Perú. *Revista IECOS*, 25 (2), 104-132. <https://doi.org/10.21754/iecos.v25i2.2055>
- Anderson, M., Vogels, E., Perrin, A. y Rainie, L. (2022). Connection, Creativity and Drama: Treen Life on Social Media in 2022. *Pew Research Center*. <https://lc.cx/r-a5fw>
- Arab, L. y Díaz, G. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- BBVA. (7 de marzo de 2023). ¿Qué es el phishing y cuáles son sus consecuencias? <https://lc.cx/yoznAQ>
- Coyne, S., Rogers, A., Zurcher, J., Stockdale, L. y Booth, M. (2020). Does time spent using social media impact mental health?: An eight year longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 104 (1). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106160>
- Elizalde, L. (2014). La comunicación como “mecanismo social”. Fundamentos teóricos para el desarrollo de un modelo aplicado de comunicación humana en D. Fernández (Coord.). *Comunicación aplicada. Teoría y método*. Comunicación Social ediciones y publicaciones. <https://lc.cx/6Wwo1b>
- Feng, T., Wang, B., Mi, M., Ren, L., Wu, L., Wang, H., Liu, X. y Wang, X. (2025). The relationships between mental health and social media addiction, and between academic burnout and social media addiction among Chinese college students: A network analysis. *Heliyon*, 11 (3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41869>
- Gupta, U. y Jain, V. (2024). Social neuroscience: inferring mental states in social media. En M. Garg y D. Koundal (Eds.) *Emotional AI and Human-AI Interactions in Social Networking*. Academic Press, pp.15-39, <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-19096-4.00009-2>.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw.
- HillINTERPOL (s.f.). Campañas de sensibilización. <https://lc.cx/1SGmTx>
- Kickbusch, I., Piselli, D., Agrawal, A., Balicer, R., Banner, O., Adelhardt, M., Capobianco, E., Fabian, C., Gill,

A., Lupton, D., Medhora, R. Ndili, N., Andrzej, R., Sambuli, N., Settle, D., Swaminathan, S., Vega J., Miranda, W., Wyckoff, A. y Xue, L. (2021). The Lancet and Financial Times Commission on governing health futures 2030: growing up in a digital world. *Lancet*, 398 (1), 1727-1726. <https://doi.org/10.1016/>

Mertler, C. (2019). *Action Research*. Sage

Montenegro, M., Miranda, A. y González de Vines, P. (2019). El hacking como comportamiento típico en las nuevas formas de delincuencia organizada. *Espirales*, 3 (26), 1-9. <https://lc.cx/g6q8Ca>

Morales, V., Hernández-Mendo, A. y Blanco, A. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo SERVQUAL. *Revista de Psicología del Deporte*, 18 (2). 137-150. <https://www.redalyc.org/pdf/2351/235119253001.pdf>

Morley, J., Cows, J., Taddeo, M. y Floridi, L. (2020). Public Health in the Information Age: Recognizing the Infosphere as a Social Determinant of Health. *Journal of Medical Internet Research*, 22 (8). <https://www.jmir.org/2020/8/e19311>

Nebel, M. (2018). Operacionalizar el bien común. Teoría, vocabulario y medición. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6623881> METAFÍSICA Y PERSONA. Filosofía, conocimiento y vida, 10 (20), 27-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6623881>

OMS (s.f.). Mental health. <https://lc.cx/TIXJLE>

Petrosyan, A. (12 de diciembre de 2024). Global number of internet users 2005-2024. Statista. <https://lc.cx/I3BPDV>

Petrosyan, A. (13 de febrero de 2025). Number of internet and social media users worldwide as of February 2025. Statista. <https://lc.cx/W3UO0j>

Osorio-Sierra, A., Mateus-Hernández, M. y Vargas-Montoya, H. (2020). Proceso para la identificación, clasificación y control del comportamiento de familias Ransomware. *Revista UIS Ingenierías*, 19 (3), 131-142. <https://doi.org/10.18273/revuin.v19n3-2020013>

Rebeil, M., Arévalo, R. y Moreno, M. (2012). COMUNICACIÓN APLICADA: CIENCIA Y APLICACIÓN AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD. *Diálogos de la comunicación*, 85 (1). <https://lc.cx/BWvGs4>



Riberas-Gutiérrez, M., Reneses, M., Gómez-Dorado, A., Serranos-Minguela, L. y Bueno-Guerra, N. (2024). *Online Grooming: Factores de Riesgo y Modus Operandi* a Partir de un Análisis de Sentencias Españolas. *Anuario de Psicología Jurídica* 2024, 34 (1), 119-131. <https://lc.cx/6c4lKC>

Rodríguez-Castro, Y., Alonso-Ruido, P., Gnzález-Fernández, A., Lameiras-Fernández, M. y Faílde-Garrido, J. (2021). Validación de la Escala de Comportamientos de Sexting en Adolescentes: Prevalencia y Consecuencias Asociadas. *Psicología Educativa*, 27 (2), 177-185. <https://lc.cx/Bvp-O5>

Strauss, A. y Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Sage

UNESCO. (25 de abril de 2024). Un nuevo informe de la UNESCO advierte que las redes sociales afectan al bienestar, el aprendizaje y las opciones profesionales de las niñas. *UNESCO Global Education Monitoring Report*. <https://lc.cx/EbkF1a>

Valkenburg, P., Meier, A. y Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, 44 (1), 58-68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>

Vera, M. (28 de julio de 2022). ¿Qué es un malware: y cómo eliminarlo?. Universidad Austral de Chile. <https://lc.cx/YkRXT0>

Voguel, E., Ramo, D., Rubinstein, M., Delucchi, K., Darrow, S., Costello, C. y Prochaska, J. (2021). Effects of Social Media on Adolescents' Willingness and Intention to Use E-Cigarettes: An Experimental Investigation. *Nicotine & Tobacco Research*, 23 (4), 694–701. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntaa003>

Wilcox, D., Cameron, G. y Reber, B. (2015). *Public Relations. Strategies and Tactics*. Pearson.