

El Poder de la Comunicación en Redes Sociales: Persuasión, Influencia y Sanciones Sociales en Adolescentes

The Power of Communication in Social Networks: Persuasion, Influence and Social Sanctions in Adolescents

Sathya Hernández Tapia*

¹ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen

El presente artículo explora cómo la comunicación en redes sociales afecta a los adolescentes, centrándose en la persuasión, la influencia y las sanciones sociales. Basado en el modelo de Lasswell, la teoría de la persuasión, la teoría de dos pasos y la teoría de la espiral del silencio, el estudio utiliza un enfoque metodológico riguroso para analizar estas dinámicas. Se diseñó un instrumento con 468 reactivos divididos en cuatro categorías: tiempo de uso de la tecnología, supervisión de padres y adultos, estrés tecnológico y usos desadaptativos. El estudio incluyó a 785 adolescentes de Chiapas, abarcando diversas edades, géneros y niveles socioeconómicos. Los resultados indican que, aunque muchos jóvenes se sienten seguros al expresar sus opiniones en redes sociales, una proporción significativa experimenta incomodidad e inseguridad. La teoría de la espiral del silencio explica que aquellos que perciben sus opiniones como impopulares tienden a guardar silencio, perpetuando la percepción de que sus puntos de vista son menos comunes. Además, la presión para seguir tendencias en línea, explicada por la teoría de la persuasión, influye notablemente en el comportamiento de los jóvenes, quienes a menudo sienten la necesidad de conformarse con las normas sociales digitales.

Palabras Clave: Comunicación, Redes Sociales, Persuasión, Influencia, Sanciones sociales

Abstract

The present article explores how social media communication affects adolescents, focusing on persuasion, influence and social sanctions. Based on the Lasswell model, the theory of persuasion, the two-step theory and the spiral of silence theory, The study uses a rigorous methodological approach to analyse these dynamics. An instrument with 468 reagents was designed divided into four categories: time of use of the technology, supervision of parents and adults, technological stress and inadaptive uses. The study included 785 adolescents from Chiapas, covering different ages, genders and socio-economic levels. The results indicate that, although many young people feel safe in expressing their opinions on social media, a significant proportion experience discomfort and insecurity. The theory of the spiral of silence explains that those who perceive their opinions as unpopular tend to keep silent, The European Commission has recently published a report on the European Union's work in this field. In addition, the pressure to follow trends online, explained by persuasion theory, has a significant influence on young people's behaviour, who often feel the need to conform to digital social norms.

Keywords: Communication, Social Networks, Persuasion, Influence, Social sanctions

1. Introducción

1.1 Comunicación

Desde tiempos antiguos, la capacidad de transmitir información, ideas y emociones ha sido una herramienta clave para la cohesión social,

la supervivencia y el progreso. La comunicación permite la transmisión de conocimientos, la formación de vínculos y la resolución de conflictos. A través del lenguaje, las imágenes y los símbolos, los seres humanos han desarrollado culturas, civilizaciones y tecnologías. La comunicación eficaz

Como citar: Hernández Tapia S. (2024) El Poder de la Comunicación en Redes Sociales: Persuasión, Influencia y Sanciones Sociales en Adolescentes

Revista Tribuna Pedagógica, (2)2, [Nueva época] 14-26

Recibido: 13 de septiembre de 2024. Aceptado: 15 de noviembre de 2024

es esencial en todos los aspectos de la vida, desde las relaciones personales hasta la organización de grandes estructuras sociales y políticas.

Con la llegada de la era digital, el poder de la comunicación ha experimentado una transformación radical. Las redes sociales han emergido como plataformas dominantes, revolucionando la manera en que las personas se comunican. A través de sitios como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok, la comunicación ha pasado a ser instantánea y global. Los jóvenes, en particular, han adoptado estas plataformas como medios principales para interactuar, compartir experiencias y formar comunidades. Las redes sociales permiten a los usuarios conectarse con otros independientemente de la distancia geográfica, creando una sensación de proximidad y pertenencia.

“Con la difusión de internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida.” (Castells: 2013, p. 25)

La adaptabilidad de la comunicación a las redes sociales ha tenido un impacto profundo en diversos aspectos de la vida cotidiana. Las redes sociales han democratizado la creación y difusión de contenido, permitiendo a cualquier persona con acceso a internet compartir sus pensamientos y creaciones con una audiencia potencialmente vasta. Esta capacidad de amplificación ha dado lugar a fenómenos como los influencers, quienes tienen el poder de moldear opiniones y tendencias. Además, las redes sociales han sido cruciales en movimientos sociales y políticos, facilitando la organización y movilización de masas en tiempo real.

1.2 Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a los usuarios interactuar y comunicarse

a través de internet. Estas plataformas han transformado radicalmente la forma en que las personas se conectan, comparten información y construyen relaciones. A través de diversos formatos, como texto, imágenes, videos y enlaces, las redes sociales facilitan la creación y el intercambio de contenido, permitiendo la formación de comunidades y redes de contactos basadas en intereses comunes, amistades y objetivos profesionales. En este contexto, resulta pertinente aludir a la definición que hace Mitchell de red social (social network) como “un conjunto específico de vínculos entre un conjunto definido de personas, con la propiedad adicional de que las características de estos vínculos en su conjunto pueden usarse para interpretar el comportamiento social de las personas involucradas” (Mitchell: 1969, 2).

Debido a la importancia de estos vínculos en la comprensión del comportamiento social, ha sido necesario llevar a cabo investigaciones exhaustivas sobre este fenómeno. En relación con ello, han surgido definiciones como la de Barnes, quien conceptualiza la red social en un sentido analítico:

”Me parece conveniente hablar de un campo social de este tipo como una red. La imagen que tengo es la de un conjunto de puntos algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de la imagen son personas, o a veces grupos, y las líneas indican qué personas interactúan entre sí. Por supuesto, podemos pensar en toda la vida social como generadora de una red de este tipo” (Barnes: 1954, 43).

Desde su creación, los usos de las redes sociales han evolucionado significativamente. Inicialmente, estas plataformas se centraban en conectar amigos y familiares, facilitando la comunicación y el intercambio de actualizaciones personales. Con el tiempo, su propósito se ha ampliado y diversificado.

Las redes sociales presentan una gran diversidad en cuanto a su naturaleza y los intereses que agrupan a sus miembros. Aunque todas tienen un impacto significativo, algunas son más influyentes

que otras. Esto ha introducido un nuevo criterio de poder basado en la cantidad de usuarios, además del tradicional, centrado en la influencia individual. Bartolomé (2008)

En la actualidad, las redes sociales son herramientas multifuncionales que van más allá de la socialización. Se utilizan para el marketing y la publicidad, permitiendo a las empresas llegar a audiencias globales de manera eficiente. También juegan un papel crucial en la distribución de noticias y la formación de opinión pública. Además, se han convertido en plataformas para el activismo social y político, movilizando a comunidades en torno a causas y movimientos.

Según Data Reportal (2024) A principios de abril de 2024 había 5.070 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, lo que equivale al 62,6 por ciento de la población mundial total. Además en su ranking de plataformas de redes sociales más utilizadas del mundo, YouTube lidera con el índice más alto de 100, reflejando la mayor cantidad de usuarios activos. WhatsApp y Facebook siguen en segundo y tercer lugar respectivamente, con una pequeña diferencia en sus bases de usuarios.

Instagram ocupa el cuarto lugar, con una audiencia equivalente al 68% de la de YouTube. Facebook Messenger está en quinto lugar con un índice de 51.5%, siendo la única otra plataforma donde más de la mitad de su base de usuarios activos se equipara a la de YouTube. TikTok ocupa el sexto lugar con una base de usuarios activos que representa el 42.8% de la de YouTube.

Es esencial comprender la posición que ocupa cada plataforma, ya que están diseñadas para atraer perfiles específicos de usuarios. Aspectos como la publicidad, el tipo de contenido, el impacto social, la velocidad de transmisión de la información y la finalidad de la red social varían considerablemente entre ellas.

1.3 Modelo de Laswell

La manera en que las personas se comunican a través de las redes sociales varía según la

plataforma, el mensaje, el emisor y el canal utilizado. Es por esta diversidad que el modelo de Harold Lasswell resulta interesante de aplicar.

“El describir correctamente un proceso de comunicación, implica necesariamente plantearse las siguientes preguntas ¿Quién dice que, en que canal, ya quién y con qué efecto? Al responder la pregunta ¿Quién dice qué? Se estará analizando el control de información. En este primer punto no importa quién dice que, sino quién lo dice. Al responder la segunda pregunta surgirá el análisis de contenido. El análisis de los medios se pondrá de manifiesto al contestar ¿por qué canal? Si respondemos a la pregunta ¿con qué efectos? Habrá señalado el análisis de estos.” (Lasswell: 1990, 33)

Lasswell enfatiza que el individuo es fundamental en el proceso comunicativo, ya que el emisor siempre busca influir en el receptor. Además, sostiene que cada mensaje conlleva efectos que deben ser cuidadosamente evaluados. Este enfoque cobra relevancia en el contexto actual donde las redes sociales se han convertido en poderosas fuentes de influencia, destacando la importancia de comprender cómo los mensajes pueden impactar en la opinión pública y en las dinámicas sociales.

Las redes sociales han provocado una transformación profunda en la comunicación y la interacción social a nivel global. Uno de los cambios más significativos es la velocidad y el alcance con que la información y los mensajes pueden ser compartidos. Anteriormente, las comunicaciones estaban limitadas por la distancia física y las restricciones temporales; ahora, a través de redes como Facebook, Twitter, Instagram y TikTok, los usuarios pueden comunicarse en tiempo real y llegar a audiencias masivas de manera instantánea.

Un ejemplo claro de esta transformación es el uso de Twitter como plataforma para la difusión de noticias y eventos en tiempo real. Desde revoluciones sociales hasta anuncios de políticas gubernamentales, Twitter ha permitido que los usuarios compartan información de man-

era rápida y directa, influenciando opiniones y comportamientos en tiempo real. Del mismo modo, Instagram ha revolucionado la forma en que se comparten experiencias visuales y personales, proporcionando una plataforma para la expresión creativa y la construcción de identidades digitales basadas en imágenes.

Otro impacto notable es la democratización de la participación pública y política. Movimientos sociales como el Arab Spring y el movimiento Black Lives Matter han utilizado plataformas como Facebook y Twitter para organizar protestas, difundir información y coordinar acciones a nivel global, empoderando a los ciudadanos y aumentando la conciencia pública sobre temas importantes.

Si bien han traído beneficios significativos a la comunicación y la interacción social, también han generado preocupaciones y efectos negativos en diversas áreas. Uno de los aspectos más discutidos es el impacto en la salud mental, especialmente entre los jóvenes. El uso excesivo de plataformas puede contribuir a sentimientos de ansiedad, depresión y baja autoestima, principalmente debido a la comparación constante con las vidas aparentemente perfectas de otros usuarios.

Un ejemplo de esto es el fenómeno de la "envidia social", donde los usuarios pueden sentir descontento al comparar sus vidas con las representaciones idealizadas de otros en redes sociales. Además, la difusión rápida de información no verificada o falsa en plataformas como Facebook y Twitter ha exacerbado problemas como la desinformación y las teorías conspirativas, impactando negativamente en la confianza pública y la integración social.

Otro efecto adverso es el aumento de la adicción a las redes sociales, donde los usuarios pueden experimentar dificultades para desconectarse, afectando negativamente el rendimiento académico, las relaciones interpersonales y la calidad del sueño. El surgimiento de comportamientos como el ciberacoso y el trolling también ha destacado preocupaciones sobre la seguridad y

el bienestar emocional de los usuarios, especialmente de los más jóvenes.

1.4 Teoría de la persuasión

Las redes sociales también influyen en la conformación de identidades grupales y sociales. Participar en una red social implica tanto la inclusión en ciertos grupos como la exclusión de otros, lo que puede llevar a la formación de normas de comportamiento y sanciones para mantener la cohesión del grupo. Estas normas, tanto implícitas como explícitas, son fundamentales para mitigar conflictos internos que podrían representar amenazas para la armonía social.

“Muchos consideran que la persuasión es una actividad reservada a quienes carecen de ética. Por el contrario, la persuasión es una forma de comunicación en la que debe participar toda persona que se arriesga a entrar en relación con los demás. La persuasión es necesaria por el sólo hecho de que todos diferimos en nuestros objetivos y en los medios con los que los conseguimos. El resultado inevitable es que con frecuencia nos interponemos en el camino de otro. A menudo, la conducta de una persona en busca de su objetivo entra en conflicto con la de otra. Cuando el logro de los objetivos de una persona resulta bloqueado por las conductas de otra en busca de su objetivo, la persuasión se emplea para convencer al ofensor para que redefina su objetivo o modifique los medios para lograrlo.” (Reardon:1983,25)

En redes sociales, la dinámica de persuasión se ve profundamente influenciada por la asignación de roles de estatus. Estos roles no solo reflejan la jerarquía y la estructura interna de los grupos, sino que también determinan quién tiene más influencia sobre las opiniones y decisiones dentro de la comunidad virtual. Por ejemplo, los líderes de opinión y los influencers suelen ocupar posiciones de alto estatus debido a su capacidad para atraer seguidores y generar contenido viral.

La persuasión en este contexto no solo se limita a convencer a otros de adoptar ciertas creencias o comportamientos, sino que también

implica el uso estratégico de la autoridad y la visibilidad dentro de la plataforma.

1.5 Teoría de dos pasos

Los medios de comunicación no siempre ejercen una influencia directa sobre las personas. A menudo, la persuasión se facilita a través de grupos primarios o referentes conocidos como líderes de opinión. Estos individuos actúan como intermediarios entre los mensajes mediáticos y los sectores menos involucrados de la población, difundiendo y legitimando ideas antes de que lleguen a una audiencia más amplia.

El líder de opinión es aquel individuo cuyos juicios, errores y aciertos conocemos bien. Son considerados autoridades cognitivas a quienes consultamos, en quienes confiamos y en cuyas opiniones creemos. Estos líderes desempeñan un papel crucial al filtrar las comunicaciones de los medios masivos, potencialmente reforzando, desviando o bloqueando mensajes al declararlos poco creíbles, distorsionados o irrelevantes según su criterio. (Lazarsfeld, 1944)

Este enfoque estratégico busca maximizar el impacto de los mensajes al asegurar que lleguen a través de canales que sean accesibles y relevantes para una variedad de audiencias.

1.6 La espiral del silencio

La teoría de la espiral del silencio, formulada por la socióloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann en la década de 1970, explora el proceso mediante el cual la opinión pública se forma y se transforma. Esta teoría postula que las personas evalúan continuamente el clima de opinión a su alrededor para determinar si sus propias opiniones coinciden con las que perciben como mayoritarias. Si creen que sus opiniones son minoritarias o impopulares, tienden a guardar silencio para evitar el aislamiento o la desaprobación social. Este comportamiento de autocensura refuerza aún más la percepción de que las opiniones mayoritarias son más prevalentes de lo que realmente son, creando una espiral en la que las voces

minoritarias se vuelven cada vez más silenciadas. Los medios de comunicación juegan un papel crucial en este proceso al influir en las percepciones sobre qué opiniones son dominantes y cuáles son marginales, moldeando así el clima de opinión y, en consecuencia, la disposición de las personas a expresar sus verdaderas creencias.

“Cuando alguien piensa que los demás le están dando la espalda, sufre tanto que se le puede guiar o manipular tan fácilmente por medio de su propia sensibilidad, como si ésta fuera una brida. Parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio.” (Neumann: 2019, p.12)

En el entorno digital, los adolescentes construyen y presentan su identidad en línea a través de perfiles cuidadosamente curados, publicaciones y la interacción constante con otros usuarios. Las redes sociales permiten a los jóvenes explorar diferentes aspectos de su identidad, pero también los exponen a una intensa presión social para conformarse con ciertas normas y expectativas.

Esta presión puede tener un impacto significativo en su autoimagen y autoestima, ya que las comparaciones constantes con las vidas aparentemente perfectas de otros usuarios pueden llevar a sentimientos de insuficiencia e inseguridad.

La búsqueda de aprobación y validación en plataformas sociales se convierte en un motor clave del comportamiento adolescente en línea. Los “me gusta”, comentarios y seguidores se transforman en indicadores tangibles de aceptación social, lo que puede fomentar una dependencia emocional hacia estas señales de reconocimiento.

2. METODOLOGÍA

El estudio desarrollado para la presente investigación presenta un enfoque cuantitativo, el cual es particularmente adecuado debido a la naturaleza masiva y estructurada de las interacciones en redes sociales, facilitando el análisis de grandes volúmenes de datos, identificando patrones y ten-

dencias significativas.

El objetivo de esta encuesta es analizar en profundidad el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre adolescentes chiapanecos y su relación con el Poder de la Comunicación en Redes Sociales. Se ha considerado una diversidad de estatus social y situación financiera dentro del universo para obtener una visión representativa en diferentes contextos socioeconómicos.

La presente investigación, busca identificar patrones de uso y comportamientos en redes sociales, así como exponer las consecuencias sociales y personales que estas interacciones pueden generar, proporcionando una base para el desarrollo de estrategias de intervención dirigidas a mejorar el bienestar y la integración social mediante las TIC en los adolescentes en Chiapas.

En 2015, Elías Arab y Alejandra Díaz publicaron un artículo titulado "Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos". Este trabajo ofrece una revisión teórica exhaustiva del impacto de las redes sociales en los adolescentes, evaluando tanto los efectos beneficiosos como perjudiciales y su relación con el uso o abuso de las nuevas tecnologías. El artículo investiga cómo las características psicológicas individuales, el desarrollo de la personalidad y el control parental influyen en el uso de estas tecnologías, en el contexto de una cibercomunicación que difumina las fronteras entre lo público y lo privado.

Este artículo sirve como base para examinar cómo el límite entre lo público y lo privado se vuelve cada vez más borroso en el contexto de la cibercomunicación es esencial para comprender las sanciones sociales y las presiones que los adolescentes enfrentan al interactuar en estos entornos. En donde la comunicación juega un papel poderoso, influyendo de manera sutil pero profunda en las dinámicas sociales y en las expectativas que se imponen sobre los jóvenes.

Para analizar la validez de contenido se diseñó una primera versión del instrumento con

468 reactivos divididos en cuatro categorías:

La primera categoría "Tiempo de uso de la tecnología" contiene 56 preguntas; esta categoría permitirá entender la intensidad y el patrón de uso de las TIC. Al medir con precisión cuántas horas diarias o semanales los adolescentes pasan utilizando la tecnología, se puede correlacionar este dato con diversos factores socioeconómicos y educativos, proporcionando una visión más detallada de cómo el uso intensivo o moderado de las TIC impacta sus vidas académicas, sociales y emocionales.

La segunda categoría "Supervisión de padres, profesores y adultos, respecto a los usos de TIC" contiene 58 preguntas; esta categoría permitirá identificar las diferentes estrategias de supervisión, desde la ausencia de control hasta la supervisión estricta, permitiendo correlacionar los perfiles de supervisión con los patrones de uso y comportamiento en redes sociales.

La tercera categoría "Estrés tecnológico" contiene 60 preguntas; esta categoría permitirá comprender el impacto emocional y psicológico del uso de las TIC. Evaluar el estrés tecnológico permitirá identificar niveles de ansiedad y estrés asociados con el uso intensivo de dispositivos tecnológicos.

La cuarta categoría "Usos desadaptativos" contiene 60 preguntas; esta categoría permitirá distinguir entre usos saludables y desadaptativos, lo que permitirá relacionar cómo ciertos patrones de uso pueden estar asociados con consecuencias negativas, como el aislamiento social, el bajo rendimiento académico, el estrés o problemas de salud mental.

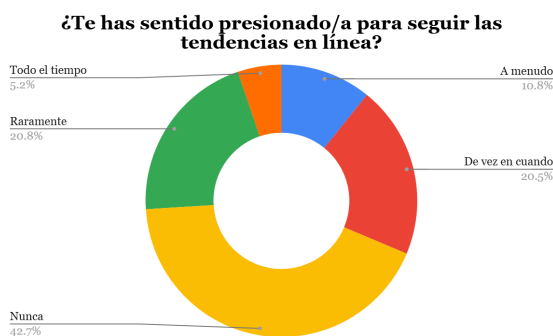
Para mejorar las facilidades en el proceso de recopilación de datos, se optó por un muestreo probabilístico aleatorio simple, lo cual asegura una selección de participantes que refleje de manera más precisa la diversidad de la población objetivo.

El universo de estudio se integra de 785 participantes, 473 mujeres, 303 hombres y 9 personas

identificadas con “otro” sexo. El margen de edad va de los 12 a 18 años, su nivel educativo es secundaria y bachillerato, se tomó en cuenta a estudiantes de estatus social bajo, medio y alto y de situación financiera mala, regular, buena. Son residentes del estado de Chiapas en los municipios de San Cristóbal de las Casas, Comitán de Domínguez, Pantelhó, Oxchuc, Tuxtla Gutiérrez, Larráinzar, Huixtán, Zinacantán, Teopisca, Chiapa de Corzo, Tecpatán, Tonalá, Mezcalapa, Chamula, Yajalón, Chilón, El Bosque, Huitiupán, Ocosingo, Teopisca, Tumbalá, Palenque, Yajalón, Salto de Agua, Las Rosas, Sitalá, Pijijiapan, Altamirano, Montecristo de Guerrero, Frontera Comalapa, Villa Corzo, Tila, Sabanilla, Catazajá, Masatepec, La Trinitaria, Tropical, Tenejapa, Oxchuc, Tuxtla Chico, La Grandeza, Las Margaritas, Bella Vista, Villaflores, Simojovel, Ixtacomitan, Tzimol.

La aplicación del instrumento de medición se realiza mediante formulario digital de Google Forms para facilitar el proceso de recopilación de datos. Con base en los resultados obtenidos, se llevó a cabo un análisis cuantitativo, permitiendo examinar la relación de los participantes con la tecnología y su uso. Este análisis reveló cómo estos individuos interactúan con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), los significados que asignan a su uso, el poder que representan los diferentes tipos de interacción y las sanciones sociales potenciales asociados a estas tecnologías.

3. RESULTADOS



En la figura se observa que de los 785 jóvenes encuestados, 85 (10.8%) respondieron que a menudo se han sentido presionados para seguir las tendencias en línea. 161 (20.5%) indicaron que se sienten así de vez en cuando. 335 (42.7%) manifestaron que nunca se han sentido presionados para seguir las tendencias en línea. 163 (20.8%) respondieron que raramente se sienten así. Finalmente, 41 (5.2%) afirmaron que se sienten presionados para seguir las tendencias en línea todo el tiempo.

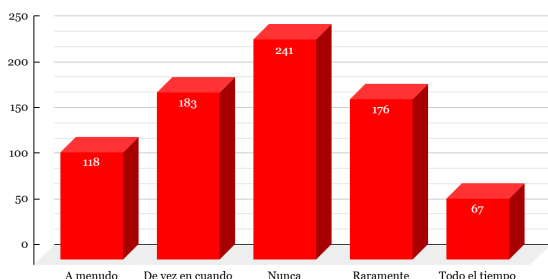
La variabilidad en la forma en que los jóvenes responden a la presión de seguir las tendencias en línea puede tener varias consecuencias significativas para su desarrollo personal y su comportamiento en las redes sociales. Para aquellos que se sienten presionados a seguir las tendencias, como el 10.8% (85) que experimenta esta presión a menudo y el 5.2% (41) que la siente constantemente, esta conformidad puede llevar a una serie de resultados. La presión para adoptar tendencias puede fomentar una mayor conformidad social y una dependencia de las opiniones y comportamientos de los demás, lo que puede reducir la autenticidad y la individualidad en la expresión personal. Estos jóvenes podrían verse influenciados a tomar decisiones basadas en la popularidad de ciertas tendencias en lugar de en sus propios intereses y valores, lo cual puede afectar su autoestima y su capacidad para formar opiniones independientes.

Por otro lado, para los 335 jóvenes (42.7%) que nunca han sentido presión para seguir las tendencias en línea, el hecho de no conformarse puede tener varias consecuencias positivas. Esta resistencia puede ser indicativa de una mayor autonomía personal y de la capacidad para tomar decisiones basadas en valores personales y creencias propias.

Al evitar la presión de seguir las modas digitales, estos jóvenes pueden desarrollar una identidad más sólida y auténtica, basada en sus propios intereses y principios en lugar de en las expectativas sociales. Esta actitud también puede fomentar un pensamiento crítico hacia las tendencias y una

mayor capacidad para evaluar la validez y relevancia de las modas en línea antes de adoptarlas.

¿Te has sentido incómodo/a o inseguro/a al compartir tu opinión en línea?



En la figura se observa que de los 785 jóvenes encuestados, 118 (15.0%) respondieron que a menudo se sienten incómodos o inseguros al compartir su opinión en línea. 183 (23.3%) indicaron que se sienten así de vez en cuando. 241 (30.7%) manifestaron que nunca sienten esta incomodidad. 176 (22.4%) respondieron que raramente sienten esta incomodidad. Finalmente, 67 (8.5%) afirmaron sentirse incómodos o inseguros al compartir su opinión en línea todo el tiempo.

Al observar las distintas frecuencias con las que los encuestados experimentan esta sensación, se pueden identificar patrones que sugieren un impacto significativo en la participación digital de los jóvenes.

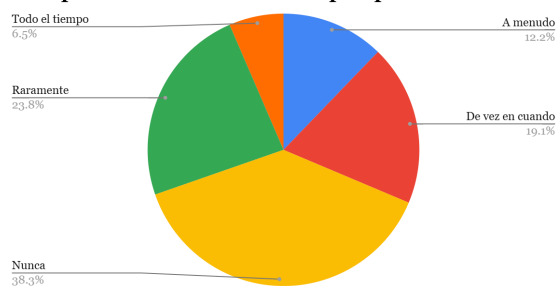
Primero, el hecho de que un 15.0% de los encuestados se sienta incómodo o inseguro a menudo, y un 8.5% todo el tiempo, sugiere que una proporción importante de jóvenes enfrenta barreras emocionales o psicológicas constantes que les impiden expresarse libremente en línea. Estas barreras pueden estar relacionadas con el temor al juicio o la crítica, experiencias previas negativas, o una falta de confianza en sus propias opiniones.

El 23.3% que se siente así de vez en cuando indica que, aunque estos jóvenes no experimentan incomodidad de forma continua, sí enfrentan momentos de inseguridad que pueden influir en su comportamiento en línea de manera intermi-

tente. Esto puede reflejar una mayor sensibilidad a ciertas situaciones o temas específicos que desencadenan su incomodidad.

Por otro lado, el 22.4% que rara vez siente esta incomodidad y el 30.7% que nunca la siente representan un grupo de jóvenes que se sienten relativamente seguros y cómodos al expresar sus opiniones en el entorno digital. Este grupo puede tener más confianza en sí mismos, experiencias positivas en línea, o una mayor habilidad para manejar la crítica y el feedback negativo.

¿Te has sentido presionado/a para mantener una presencia en línea en múltiples plataformas?



En la figura se observa que de los 785 jóvenes encuestados, 96 (12.2%) respondieron que a menudo se han sentido presionados para mantener una presencia en línea en múltiples plataformas. 150 (19.1%) indicaron que experimentan esta presión de vez en cuando. 301 (38.3%) manifestaron que nunca se han sentido presionados en este sentido. 187 (23.8%) respondieron que raramente sienten esta presión. Finalmente, 51 (6.5%) afirmaron sentir todo el tiempo esta presión para mantener una presencia en línea en múltiples plataformas.

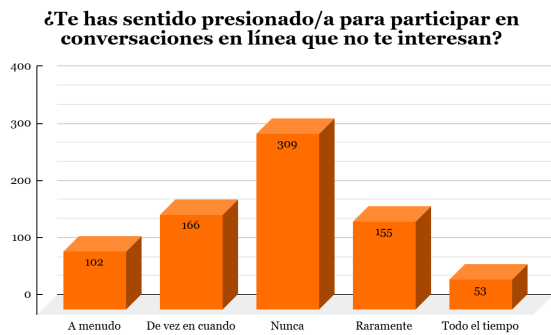
Entre los jóvenes encuestados, un 12.2% que reporta sentir presión a menudo y un 6.5% que la siente de manera constante podrían estar siendo significativamente afectados por las normas sociales y las expectativas de su grupo social.

Esta presión para mantener una presencia activa en varias plataformas en línea puede estar estrechamente ligada al impulso de cumplir con las normas establecidas por sus pares y al

fenómeno del consenso social, que sugiere que, dado que otros están activos en estas plataformas, ellos también deben seguir el mismo comportamiento.

El 19.1% que experimenta esta presión de vez en cuando puede estar influenciado por situaciones específicas donde las normas sociales y la presión del grupo se intensifican, como durante eventos importantes, lanzamientos de tendencias o desafíos virales. Estos momentos pueden aumentar la percepción de escasez (la idea de perderse algo importante si no se participa activamente) y reciprocidad (el deseo de corresponder a la atención y el reconocimiento recibidos en línea).

Por otro lado, el 23.8% que rara vez siente esta presión y el 38.3% que nunca la ha sentido, podrían tener una menor susceptibilidad a las influencias persuasivas del entorno digital. Estos jóvenes pueden estar menos preocupados por la validación social en línea, tener un mayor control sobre su comportamiento digital, o pertenecer a grupos sociales que no imponen las mismas expectativas de presencia en línea.



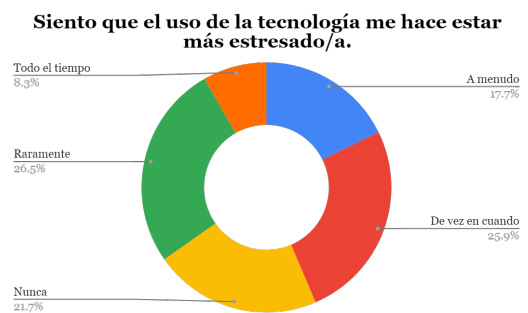
En la figura se observa que de los 785 jóvenes encuestados, 102 (13.0%) respondieron que a menudo se sienten presionados para participar en conversaciones en línea que no les interesan. 166 (21.2%) indicaron que sienten esta presión de vez en cuando. 309 (39.4%) manifestaron que nunca sienten esta presión. 155 (19.7%) respondieron que raramente sienten esta presión. Finalmente, 53 (6.8%) afirmaron sentir esta presión todo el

tiempo.

El hecho de que un 13.0% de los encuestados siente esta presión a menudo, y un 6.8% todo el tiempo, sugiere que una porción significativa de jóvenes enfrenta una presión constante para involucrarse en discusiones digitales, incluso cuando no tienen interés. Esta presión puede derivarse de normas sociales en plataformas digitales, donde la participación activa es valorada y puede ser percibida como un signo de aceptación social o pertenencia.

El 21.2% de los jóvenes que siente esta presión de vez en cuando indica que, aunque la presión no es constante, se presenta en situaciones específicas. Esto puede reflejar una tendencia a participar en conversaciones solo en ciertos momentos, quizás en respuesta a estímulos como notificaciones o la dinámica de grupos en línea.

Por otro lado, la mayoría que rara vez (19.7%) o nunca (39.4%) siente esta presión sugiere que una gran parte de los jóvenes tiene la capacidad de gestionar su participación en línea según sus propios intereses y preferencias. Esto podría ser indicativo de una mayor autonomía en la elección de sus interacciones digitales o una menor susceptibilidad a las presiones sociales en línea.



En la figura se observa que de los 785 jóvenes encuestados, 139 (17.7%) respondieron que a menudo sienten que el uso de la tecnología les hace estar más estresados. 203 (25.9%) indicaron que sienten este estrés de vez en cuando. 170 (21.7%) manifestaron que nunca sienten que

la tecnología les genera estrés. 208 (26.5%) respondieron que raramente sienten este tipo de estrés. Finalmente, 65 (8.3%) afirmaron sentir estrés debido al uso de la tecnología todo el tiempo.

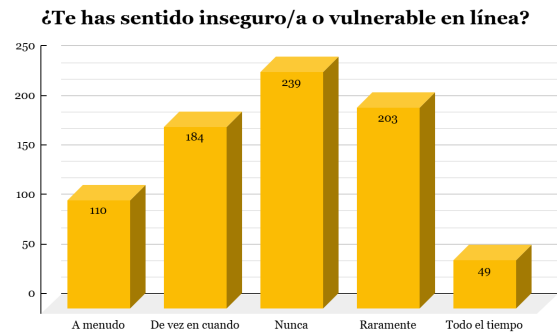
Los datos muestran que una parte significativa de los encuestados experimenta estrés asociado con la tecnología, aunque la frecuencia y la intensidad varían entre los individuos.

Primero, el 17.7% de los jóvenes que a menudo sienten estrés debido a la tecnología y el 8.3% que lo experimenta todo el tiempo indican que, para ellos, el uso constante de la tecnología puede estar generando una presión significativa. Este estrés podría derivarse de la necesidad de estar siempre disponibles, la exposición continua a información, o la dificultad para equilibrar el tiempo en línea con otras actividades. Estos factores pueden contribuir a una sensación de sobrecarga y agotamiento, lo cual es consistente con estudios que muestran que el uso excesivo de la tecnología puede llevar a un incremento en el estrés y la ansiedad.

El 25.9% de los jóvenes que reportan sentir estrés de vez en cuando sugiere que, aunque el estrés asociado con la tecnología no es una preocupación diaria para ellos, sí puede emerger en momentos puntuales. Esta variabilidad en la experiencia del estrés puede deberse a varios factores, como el aumento repentino en la demanda de uso de la tecnología, por ejemplo, durante exámenes escolares o proyectos importantes. También puede estar relacionado con eventos específicos como la recepción de notificaciones constantes o la participación en discusiones en línea intensas. Por lo tanto, los picos en el uso de la tecnología o situaciones estresantes temporales pueden desencadenar niveles elevados de estrés sin ser una experiencia continua.

Por otro lado, el 21.7% que nunca experimenta estrés y el 26.5% que solo lo siente raramente, representan un grupo que parece tener una relación más equilibrada con la tecnología. Estos jóvenes pueden tener estrategias efectivas

para gestionar el uso de la tecnología, como establecer límites claros, tomar descansos regulares, o tener un buen equilibrio entre la vida en línea y fuera de línea. También es posible que estos encuestados tengan un nivel menor de exposición a factores estresantes digitales o una mayor resiliencia ante el estrés tecnológico.



4. Discusión

En la figura se observa que de los 785 jóvenes encuestados, 110 (14.0%) respondieron que a menudo se han sentido inseguros o vulnerables en línea. 184 (23.4%) indicaron que se sienten así de vez en cuando. 239 (30.4%) manifestaron que nunca se han sentido inseguros o vulnerables en línea. 203 (25.9%) respondieron que raramente se sienten así. Finalmente, 49 (6.2%) afirmaron que se sienten inseguros o vulnerables en línea todo el tiempo.

La información sobre los sentimientos de inseguridad o vulnerabilidad en línea entre los jóvenes muestra una diversidad en la experiencia digital que podría tener implicaciones importantes en su comportamiento y participación en estos espacios. Entre los 785 encuestados, un 14.0% (110) se siente inseguro o vulnerable a menudo, y un 6.2% (49) todo el tiempo, lo que sugiere que un grupo notable enfrenta una sensación persistente de amenaza o incomodidad en el entorno digital. Esta inseguridad continua puede estar vinculada a factores como el acoso en línea, la presión social, o la percepción de un ambiente hostil, y puede llevar a una mayor auto-censura

y a una reducción en la participación en debates y discusiones, en concordancia con la teoría de la espiral del silencio; dando paso a la disminución de la diversidad de opiniones visibles en línea y a una predominancia de opiniones más aceptadas socialmente.

Entre los jóvenes encuestados, un 23.4% (184) reporta sentirse inseguro o vulnerable de vez en cuando. Este dato indica que, aunque estos sentimientos no son constantes, sí emergen en ciertos momentos o situaciones específicas, lo que puede tener un impacto en cómo estos individuos participan en debates y discusiones en línea. Esta sensación intermitente de inseguridad puede hacer que estos jóvenes moderen o contengan sus opiniones, especialmente en contextos donde perciben que sus puntos de vista podrían ser impopulares o recibir críticas.

En contraste, un 25.9% (203) de los encuestados menciona que rara vez experimenta estos sentimientos de inseguridad, mientras que un 30.4% (239) afirma que nunca se siente inseguro o vulnerable en el entorno digital.

Estos grupos representan a los jóvenes que parecen tener una experiencia en línea mucho más positiva y libre de preocupaciones significativas. La ausencia o rareza de inseguridad en su experiencia digital puede hacer que estos individuos se sientan más cómodos y seguros al expresar sus opiniones y participar en debates. Como resultado, estos jóvenes son más propensos a compartir sus puntos de vista de manera abierta y activa, lo que contribuye a una mayor variedad de opiniones y a una participación más amplia en los espacios digitales. Su mayor disposición a participar y a compartir ideas puede enriquecer el diálogo en línea y asegurar que una gama más amplia de perspectivas sea visible y escuchada en las plataformas digitales.

5. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

La investigación tenía como objetivo analizar en profundidad el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre adoles-

centes chiapanecos y su relación con el Poder de la Comunicación en Redes Sociales. Buscando identificar patrones de uso y comportamientos en redes sociales, así como exponer las consecuencias sociales y personales que estas interacciones pueden generar.

La variabilidad de los resultados sugiere que, aunque muchos jóvenes se sienten seguros al expresar sus opiniones en las plataformas digitales, hay un número notable que todavía enfrenta dificultades y reservas al hacerlo. La teoría de la espiral del silencio puede ayudar a explicar este fenómeno: aquellos que perciben sus opiniones como minoritarias o impopulares pueden optar por guardar silencio para evitar aislamiento o represalias, reforzando así la percepción de que esas opiniones son menos comunes de lo que realmente son.

Además, el tema de la presión para seguir las tendencias en línea también se destaca como una preocupación entre los jóvenes. Aunque una mayoría no se siente presionada por las tendencias, una porción significativa de los encuestados sí experimenta esta presión, ya sea frecuentemente o de vez en cuando. Esto refleja el impacto que las expectativas sociales y las modas digitales pueden tener en la conducta y el bienestar de los jóvenes, quienes a menudo sienten la necesidad de conformarse con las normas y estándares de sus pares en las redes sociales. La teoría de la persuasión puede arrojar luz sobre este aspecto, ya que sugiere que la exposición constante a mensajes y comportamientos de figuras influyentes y pares puede moldear las actitudes y comportamientos de los individuos, llevándolos a adoptar tendencias para sentirse aceptados o admirados.

En conjunto, estos hallazgos ponen de manifiesto la complejidad de las experiencias juveniles en el entorno digital. Aunque muchos jóvenes navegan este espacio con confianza y sin mayores presiones, existe una fracción considerable que se enfrenta a desafíos emocionales relacionados con la expresión de sus opiniones y la presión de seguir tendencias.

Por otro lado, el análisis de las encuestas revela que una parte significativa de los jóvenes experimenta incomodidad e inseguridad al compartir sus opiniones en línea. Aunque un grupo considerable de jóvenes no presenta estas sensaciones, muchos expresan que se sienten incómodos o inseguros con regularidad. Este patrón es consistente tanto en la percepción de incomodidad al compartir opiniones como en la sensación de vulnerabilidad general al interactuar en plataformas digitales.

Las sensaciones de incomodidad e inseguridad forman parte de las sanciones sociales en adolescentes, que pueden llegar a normalizarse o pasar desapercibidas. La presión de adaptarse a las normas sociales de las plataformas digitales puede hacer que los jóvenes internalicen estas sensaciones como parte de su experiencia cotidiana, sin cuestionar su impacto negativo.

La normalización de estas sanciones puede resultar en una menor participación y autoexpresión, perpetuando un ciclo de inseguridad y conformidad que es difícil de romper. Sin mencionar que el constante monitoreo y comparación con otros puede llevar a problemas de salud mental como ansiedad y depresión. La percepción de que otros llevan vidas más exitosas o felices, basada en publicaciones cuidadosamente seleccionadas, puede intensificar sentimientos de insuficiencia y malestar.

Para mitigar las consecuencias sociales negativas como el aislamiento y la comparación entre los jóvenes debido al poder de la comunicación en redes sociales, es fundamental implementar varias estrategias tanto a nivel individual como colectivo.

Primero, se recomienda fomentar una educación digital integral que enseñe a los jóvenes a usar las redes sociales de manera responsable y consciente. Esto incluye enseñarles a reconocer y manejar la presión social y las tendencias en línea, así como a desarrollar una autoestima saludable que no dependa de la validación en redes. Es importante que los adolescentes comprendan que

las imágenes y publicaciones en redes sociales a menudo no reflejan la realidad completa y que la comparación constante puede ser perjudicial.

Además, es crucial promover el diálogo abierto sobre las experiencias en redes sociales. Los jóvenes deben sentirse apoyados y tener espacios seguros donde puedan expresar sus sentimientos y preocupaciones sin miedo a ser juzgados. Esto puede incluir la implementación de programas de apoyo en escuelas, donde los estudiantes puedan discutir el impacto de las redes sociales en su bienestar emocional.

También se deben establecer límites saludables para el uso de redes sociales. Los padres y educadores pueden colaborar con los jóvenes para crear horarios y reglas que limiten el tiempo que pasan en estas plataformas, fomentando actividades offline que fortalezcan las relaciones personales y el bienestar físico y mental. El equilibrio entre el mundo digital y el real es esencial para reducir el riesgo de aislamiento y promover una vida social más equilibrada.

Finalmente, es vital que las plataformas de redes sociales asuman una mayor responsabilidad en la protección de sus usuarios jóvenes. Esto puede incluir la implementación de algoritmos que detecten y minimicen el contenido dañino, así como ofrecer herramientas que permitan a los usuarios controlar su exposición a determinadas publicaciones y tendencias. Las plataformas también pueden desarrollar campañas educativas que promuevan el uso saludable y consciente de las redes sociales.

En conclusión, la comunicación sigue siendo una herramienta clave para influir y conectar a las personas. Desde la transmisión oral de mensajes hasta la difusión a través de escritos y medios impresos, ha tenido un papel fundamental en la formación de sociedades, culturas y pensamientos tanto individuales como colectivos. El verdadero poder de la comunicación está en su habilidad para transmitir ideas, compartir experiencias y construir relaciones, lo que ayuda a crear un tejido social cohesivo y dinámico.

Aunque la comunicación se adapta a diferentes medios y plataformas, es crucial no subestimarla y mantener un análisis constante de su impacto y evolución. La naturaleza cambiante de los medios y las tecnologías requiere una vigilancia continua para entender cómo se desarrollan las dinámicas comunicativas y asegurar que su influencia siga siendo positiva y constructiva en un entorno en constante cambio.

6. Bibliografía

Avendaño, V. (2024). Taxonomía de aprendizaje conectivo IA-Net: propuesta para la enseñanza basada en inteligencia artificial y red. (2024). *Revista Varela*, 24(67), 73-82.

Arab, L. E., Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.

Barnes, J. A. (1954): "Class and Commitment in a Norwegian Island Parish". *Human Relations*, vol. 7, Pp. 39—58.

Bartolomé, A. (2008). *E-Learning 2.0-Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior*. Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. Siglo XXI Editores México.

Curso E-Learning 2.0. Consultado el 29 de enero de 2008, a partir de: <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>

Global social media statistics — DataReportal – global digital insights. (s/f). DataReportal – Global Digital Insights. Recuperado el 18 de julio de 2024, de <https://datareportal.com/social-media-users>

Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. Recuperado de: <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf>

Lazarsfeld, P. F.; Berelson, B.; Gaudet, H. (1944). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Columbia University Press.

Mitchell, J. C. (1969): "The Concept and Use of Social Networks". En J. C. Mitchell (ed.): *Social Networks in Urban Situations*, Pp. 1—50. Manchester, Manchester University Press.

Noelle-Neumann, E., Calderón, F. J. R. (2019). *La espiral del silencio*. Ediciones Paidós.

Reardon, K. K. (1983). *La persuasión en la comunicación: teoría y contexto*. Argentina: Paidós.