



Impacto Psicológico frente al Consumo de Contenidos Relacionados con la Psicología Positiva por medio de las Redes Sociales en Estudiantes de la Institución Educativa San Luis, Sede San Vicente del Municipio de Yarumal, Antioquia, Colombia.

Jhoana Patricia Areiza Pérez
Yaritza Andrea Blanquicett Barrientos

Trabajo de grado presentado para optar al título de Psicólogas

Asesora
Alejandra Quintero González, Magíster (MSc) Psicología Social

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Psicología
Yarumal, Antioquia, Colombia
2024

Cita

(Areiza Pérez y Blanquicett Barrientos, 2024)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Areiza Pérez, J. P., y Blanquicett Barrientos, Y. A. (2024). *Impacto Psicológico frente al Consumo de Contenidos Relacionados con la Psicología Positiva por medio de las Redes Sociales en Estudiantes de la Institución Educativa San Luis, Sede San Vicente del Municipio de Yarumal, Antioquia, Colombia* [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Yarumal, Colombia.



Biblioteca Sede Universitaria del Norte (Yarumal)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A nuestras familias y amigos más cercanos, que de una u otra forma hicieron parte de este proceso.

Agradecimientos

En primer lugar, queremos expresar nuestra más profunda gratitud a Dios, quien nos permite estar en este mundo con un propósito claro: enriquecer nuestra alma y mente a través de nuestra carrera e investigación. A lo largo de este camino, hemos aprendido que la felicidad, aunque parece una palabra sencilla, encierra significados profundos y variados. Comprenderla, aceptarla y vivirla ha sido un desafío constante. Nuestra investigación giró en torno a esta compleja palabra, "felicidad", pero también nos llevó a enfrentar emociones opuestas como el dolor, la desesperación y la frustración. Sin embargo, estas experiencias, lejos de detenernos, nos impulsaron hacia el éxito y la victoria.

Queremos destacar que en este recorrido no estuvimos solas. La amistad se convirtió en el pilar fundamental de nuestro trabajo, permitiéndonos crecer no solo en conocimiento, sino también en humanidad. En este sentido, agradecemos profundamente a nuestra asesora, profesora y colega Alejandra, quien con su sonrisa, carisma y paciencia nos devolvía el ánimo cuando las cosas no salían como esperábamos. Su apoyo incondicional, incluso en los momentos en que merecíamos un llamado de atención, fue siempre dado con ternura y bondad.

De igual manera, extendemos nuestro agradecimiento a la **Institución Educativa San Luis, Sede San Vicente**, por abrirnos sus puertas, brindarnos los espacios necesarios y valorar nuestro esfuerzo y dedicación.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar a los jóvenes que participaron en este proyecto, quienes con su energía, ocurrencias, chistes y, a veces, hasta con sus enojos, se convirtieron en el alma de este trabajo. Entre risas, lágrimas y relatos de vida, nos llevamos tanto lo bello como lo desafiante que puede ser la vida. Gracias a ellos, este proyecto no solo es un resultado académico, sino también un aprendizaje de vida que atesoraremos siempre.

A todos, gracias por ser parte de este sueño hecho realidad.

Tabla de contenido

Resumen.....	8
Abstract	9
Introducción	10
1 Planteamiento del Problema.....	11
2 Justificación.....	15
3 Objetivos.....	19
3.1 Objetivo General.....	19
3.2 Objetivos Específicos.....	19
4 Marco Teórico.....	20
4.1 Psicología Positiva.....	20
4.1.1 Búsqueda de la Felicidad.....	22
4.1.2 Positividad Tóxica.....	24
4.1.3 Psicologización de la Vida Cotidiana.....	25
4.1.4 Neoliberalismo.....	25
4.2 Salud Mental.....	26
4.2.1 Calidad de Vida.....	28
4.3 Redes Sociales.....	28
5 Metodología.....	31
5.1 Tipo de Investigación.....	31
5.2 Método.....	31
5.3 Participantes.....	32
5.4 Técnicas de Recolección.....	33
5.4.1 Entrevistas Semiestructuradas en profundidad.....	33
5.4.2 Talleres Reflexivos – Participativos – Creativos.....	34
5.5 Procedimiento.....	34
5.6 Análisis de la Información.....	35
5.7 Consideraciones Éticas.....	36
6 Resultados.....	38
6.1 Significado de la Felicidad.....	38
6.2 Influencia de las Redes Sociales.....	41

7 Discusión.....45

8 Conclusiones.....49

Referencias.....50

Anexos.....53

Lista de Figuras

Figura 1: Significado de la felicidad.....	39
Figura 2: Significado de la felicidad.....	39
Figura 3: Actividad (Muro de la Felicidad)	40
Figura 4: Actividad (Muro de la Felicidad).....	40
Figura 5: Actividad (Muro de la Felicidad).....	40
Figura 6: ¿Qué es la felicidad?.....	41
Figura 7: ¿Qué es la felicidad?.....	41
Figura 8: ¿Qué es la felicidad?.....	41
Figura 9: Actividad (Nuestras habilidades).....	42
Figura 10: Actividad (Nuestras habilidades).....	42
Figura 11: Actividad (Creando un mundo nuevo).....	44
Figura 12: Actividad (Creando un mundo nuevo).....	44

Siglas, acrónimos y abreviaturas

UdeA	Universidad de Antioquia
APA	Psychological Association
PERMA:	P (Emoción positiva), E (Compromiso), R (Relaciones positivas), M (Propósito y significado), A (Éxito y sentido del logro)
OMS:	La Organización Mundial de la Salud
E:	Estudiantes
P:	Participantes
CC:	Cédula de ciudadanía
TI:	Tarjeta de identidad

Resumen

La presente investigación explora el impacto psicológico del consumo de contenido relacionado con la psicología positiva en redes sociales, específicamente en estudiantes adolescentes de la Institución Educativa San Luis, sede San Vicente en el municipio de Yarumal, Antioquia. El estudio, parte del análisis de cómo la psicología positiva, orientada al bienestar individual, ha sido transformada en una herramienta de mercado que promueve ideales de felicidad y éxito bajo paradigmas neoliberales. Este fenómeno lleva a la psicologización de la vida cotidiana, donde el individuo asume la responsabilidad absoluta de su bienestar, desvinculándose de factores estructurales como las desigualdades sociales.

Se analiza la positividad tóxica, definida como la imposición de optimismo excesivo que minimiza emociones genuinas, y cómo las redes sociales exacerban esta tendencia mediante la promoción de vidas idealizadas. Los participantes del estudio evidenciaron un vínculo entre su percepción de felicidad y factores económicos, junto con la influencia significativa de las redes sociales en sus valores, comportamientos y autoestima.

El enfoque cualitativo del estudio mediante técnicas de recolección de información como talleres, observación y entrevistas semiestructuradas, permitió profundizar en las experiencias y percepciones de los adolescentes, destacando cómo la exposición constante a contenidos de desarrollo personal y autoayuda puede crear expectativas inalcanzables y afectar negativamente el bienestar emocional. Este trabajo concluye que, aunque las redes sociales pueden ofrecer beneficios, es crucial promover un consumo consciente y crítico de estos contenidos para evitar riesgos psicológicos y sociales.

Palabras clave: psicología positiva, positividad tóxica, redes sociales, felicidad, bienestar, salud mental, neoliberalismo, psicologización, adolescentes.

Abstract

The study explores the psychological impact of consuming content related to positive psychology on social media, particularly among adolescents from the San Vicente educational institution. It begins by analyzing how positive psychology, initially aimed at individual well-being, has been transformed into a market tool that promotes ideals of happiness and success under neoliberal paradigms. This phenomenon leads to the psychologization of everyday life, where individuals take on absolute responsibility for their well-being, detaching themselves from structural factors such as social inequalities.

The study examines toxic positivity, defined as the imposition of excessive optimism that minimizes genuine emotions, and how social media exacerbates this trend by promoting idealized lives. The participants in the study evidenced a link between their perception of happiness and economic factors, along with the significant influence of social media on their values, behaviors, and self-esteem.

The qualitative approach of the study allowed for a deeper exploration of the experiences and perceptions of adolescents, highlighting how constant exposure to self-help and personal development content can create unattainable expectations and negatively affect emotional well-being. The study concludes that, while social media can offer benefits, it is crucial to promote conscious and critical consumption of this content to avoid psychological risks.

Keywords: Positive psychology, toxic positivity, social networks, happiness, well-being, mental health, neoliberalism, psychologization, adolescents.

Introducción

En un mundo cada vez más conectado, las redes sociales han transformado no solo la manera en que interactuamos, sino también cómo percibimos y gestionamos nuestra felicidad y bienestar. Este trabajo investigativo aborda una problemática contemporánea y significativa: el impacto psicológico del consumo de contenidos relacionados con la psicología positiva en adolescentes, un grupo especialmente vulnerable a las dinámicas de las plataformas digitales.

A través de un enfoque cualitativo, se explora cómo conceptos como la positividad tóxica, la psicologización de la vida cotidiana y la comercialización de la felicidad influyen en las emociones, pensamientos y comportamientos de los adolescentes. Este análisis parte del marco teórico de la psicología positiva, originalmente concebida como un enfoque centrado en el bienestar humano, pero que en las redes sociales ha evolucionado hacia un mercado que vende felicidad como un producto.

El estudio examina la tensión entre la búsqueda genuina de felicidad y las expectativas irreales promovidas en línea, así como el impacto del neoliberalismo en la percepción del bienestar como una responsabilidad exclusivamente individual. Al considerar la complejidad de estos fenómenos, este trabajo invita al lector/a a reflexionar sobre el uso crítico de las redes sociales y a cuestionar los estándares de felicidad y éxito impuestos por la cultura digital.

Con esta introducción, se abre una puerta hacia una comprensión más profunda del bienestar en la era digital, buscando aportar herramientas para el desarrollo de un consumo consciente y equilibrado, invita a la exploración de emociones más reales y espontáneas, aquellas que merecen ser experimentadas y vividas plenamente sin la necesidad de reprimirlas o sustituirlas por una fachada de felicidad constante. Busca alejarse de la tendencia de mostrar al mundo una imagen inerte, donde solo prima la alegría como estado permanente, olvidando lo auténtico y especial que reside en la diversidad de las emociones humanas, especialmente entre los jóvenes; resulta crucial reconocer que cada emoción, incluso aquellas consideradas negativas como la tristeza, el enojo o la frustración, tienen un propósito y valor en la construcción de una experiencia vital significativa. Este enfoque no sólo valida la riqueza emocional de cada individuo, sino que también promueve una visión más saludable y equilibrada del bienestar, donde la autenticidad es prioritaria frente a las imposiciones sociales o digitales que dictan cómo debemos sentirnos o mostrarnos.

1 Planteamiento del Problema

La psicología positiva es la búsqueda del bienestar humano que permite que los individuos, las comunidades y las sociedades prosperen y sean productivos tanto para sí mismos como para la sociedad. La valoración que hace el sujeto de su vida se basa en una mirada Hedónica centrada en el presente por la búsqueda del placer o la realización de su ser y virtud, o dándole un enfoque a una mirada más Eudaimónica basada en la búsqueda del desarrollo personal, mejorando así dentro de sí mismo, sus experiencias en cuanto al amor, trabajo, productividad y diversión (Mesurado, 2017).

En este orden de ideas en el año 1998, Martin Silegman se convierte en el presidente de la American Psychological Association, en la conferencia inaugural, reafirma que la psicología del siglo 20 tenía una gran deuda con el estudio del potencial, fortalezas y la felicidad del individuo, por ende resaltó la necesidad de darle un giro a la psicología lo que denominó psicología positiva, entendiéndose como una ciencia que enfatiza la construcción de cualidades positivas como el optimismo, el coraje, la ética, las habilidades interpersonales, y la capacidad de experimentar placer y las preocupaciones de la vida social (Mesurado, 2017).

Mesurado (2017) nos habla acerca de aquellos conceptos de la psicología positiva, sobre la teoría humanista según Carls Rogers, quien menciona como concepto central, la persona plenamente funcional. Desde la postura de Carls Rogers, se abarca el concepto de autorrealización el cual consistiría en el impulso que se aprecia en todas las formas de vida orgánica y humana: expandirse, extenderse, adquirir autonomía, desarrollarse, madurar; y es la tendencia a expresar y activar todas las capacidades del organismo, en la medida en que enriquezca al organismo o al self (Rogers, 1961, como se citó en Mesurado, 2017, p. 3).

Para Maslow (1970, como se citó en Mesurado, 2017) las personas autorrealizadas son aquellas que se satisfacen a sí mismas y realizan lo mejor de lo que son capaces de hacer. “Se puede llegar a la autorrealización sólo cuando las necesidades previas están satisfechas, estas necesidades serían fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y amor y de autoestima. Estando la autorrealización en la cumbre de esta pirámide de necesidades” (p. 3).

No obstante, la psicología positiva se ha visto envuelta en diferentes críticas, la autora Prieto (2006) menciona la perspectiva que tienen otros autores acerca de la psicología positiva considerándose ésta un nuevo paradigma, se tocan temas del poco consenso conceptual que existe

dentro de dicha orientación y sobre diferentes cuestionamientos. Por tanto, dicho enfoque recibe reproches en cuanto a su validez metodológica y su posición reduccionista que plantea sobre la felicidad, llegando a ser la felicidad estrategias neoliberales, ya que proporcionan discursos que incrementan la venta de la felicidad como un producto que la ciencia avala, siendo influenciada directamente por la psicologización de la vida cotidiana.

La psicologización permite que el sujeto elabore un discurso propio sobre su bienestar quitándole la carga a la sociedad y su sistema, además se interioriza el discurso de normalidad-anormalidad, contribuyendo a que se patologicen aspectos normales como la tristeza y se perciba el sufrimiento y la felicidad como dos polos opuestos que no pueden fluir mutuamente en la vida del individuo (Tobar, 2023).

Según Martínez y Medina (2016) existen muchas referencias con respecto a la felicidad en la actualidad. La cual la podemos encontrar en distintas manifestaciones desde la música hasta en el cine, también en otros medios como lo es la televisión la cual nos muestra la felicidad como un aspecto de gran interés para la audiencia.

Por ende, la felicidad se vuelve tópico central en campos tan disímiles como la economía, la formación académica, la cultura organizacional, las políticas públicas y la creciente industria de la autoayuda y el desarrollo personal. La televisión y el cine, las revistas comerciales, la publicidad y la cultura de consumo parecen encontrar en la felicidad una sugerente figura para interpelar a sus audiencias. (Martínez y Medina, 2016, p. 3)

En este orden de ideas la búsqueda de la felicidad del individuo se basa en el bienestar lo que le permite al sujeto tener una experiencia más subjetiva, individual, social y ambiental, ya que el malestar parte de una ruptura significativa del sujeto consigo mismo, con los otros o con algún aspecto de su vida laboral, familiar, social, ambiental, que le genera sufrimiento. Dado que la salud mental hace referencia al bienestar como la valoración que el sujeto hace de su vida y productividad.

De esta manera, se presenta algo nombrado como “el mercado del bienestar” que está compuesto por incontables métodos que pretenden venderles a las personas el poder de cambiar su vida, autonomía emocional, y su productividad para aprender a gestionar sus emociones, por medio de cursos de coaching, manuales, libros de autoayuda, podcast, entre otros, que hacen parte de una “cultura terapéutica” (Tobar, 2023).

La psicología positiva parece ser entonces, una psicología pensada para el mercado, y de esto se da su popularidad, ya que surge en un contexto donde se articulan las exigencias del capitalismo que continúan originando métodos para el mercado, como la autoayuda, basados en discursos del bienestar propio, y a su vez, con las prácticas del neoliberalismo, para que no haya nada más importante que el cuidado propio, para así seguir bajo la implementación de prácticas del autogobierno que permita la producción de sujetos más felices, productivos y rendidores (Tobar, 2023).

El neoliberalismo se convierte en una nueva modulación de la gubernamentalidad que desplaza funciones públicas y las vuelve objeto de acciones privadas, enfatizan la capacidad del sujeto para resolver, con sus recursos personales, las múltiples circunstancias que se le presentan, como la seguridad, como el éxito, el empleo, la felicidad, la estabilidad, condiciones de vida dignas, la salud, son asuntos que atañen al sujeto, puesto que éste es el responsable de resolverlos. “Se trata de un conjunto de cualidades que se le asignan, creyendo poder transformarlo todo y, por lo tanto, se vuelve garante de todo” (Papalini, 2013, p. 10).

En este orden de ideas, el neoliberalismo puede entenderse como una forma de gubernamentalidad, esto es, una forma de introducir la producción de sujetos autónomos, emprendedores, siendo una racionalidad que “libera” a los individuos demandándoles gobernarse a sí mismos bajo la lógica del potenciamiento, tratándose de una forma de gobierno que promueve un sujeto llamado “empresario de sí mismo” (Du gay, 2003, como se citó en Papalini, 2013).

También se ha mencionado acerca de algunos rasgos de personalidad que tienen que ver con la dependencia a las redes sociales; además también se han asociado aspectos personales en los cuales sobresalen los cambios de ánimo, las búsqueda de impulsos que generan placer y emociones fuertes (Echeburúa, 2012 como se citó en Portillo, V., Ávila, J., y W. Capps, J, 2021), es por ello que la psicología positiva, hace que el sujeto haga una valoración de su vida sobre sus habilidades interpersonales, la capacidad de experimentar placer y preocupaciones de la vida social y su productividad, para considerarse una persona funcional en la sociedad; a su vez las personas se emergen en la búsqueda de la autorrealización y la felicidad, llegando a ser la felicidad estrategias neoliberales que favorecen a la industria, ya que incitan a las personas a que busquen en la comercialización, productos que avalen y potencialicen la felicidad, siendo influenciado por la psicologización de la vida cotidiana, permitiendo que el sujeto elabore un discurso personal sobre su bienestar, quitándole la carga al Estado o a las entidades responsables de garantizar calidad de

vida y salud mental, y volviéndose así, responsable de los resultados de sus propias conductas, dándose una cabida de sí mismos en el mundo.

Por esto se ha formalizado patologizar aspectos normales, como la tristeza y el sufrimiento, percibiendo la felicidad con relación con estos, como polos opuestos que no pueden fluir en la vida del individuo, por ende la felicidad se vuelve aliada para la economía, la formación académica, la cultura, el desarrollo personal y para la industria, teniendo como objetivo la ruptura del malestar de las personas consigo mismas y con otros, para llevar una vida mejor en aspectos laborales, familiares y sociales, debido a que la salud mental hace referencia al bienestar, de cómo el sujeto hace su vida más óptima y productiva; en este orden de ideas, se da la cultura terapéutica, compuesta por métodos comerciales que venden al individuo el poder de cambiar su vida, su autonomía emocional por medio de manuales, libros de autoayuda, entre otros.

En esta cultura basada en la popularidad de la psicología, se articulan exigencias del capitalismo, incluso como método del mismo, para que no haya algo más importante que el cuidado propio, permitiendo la producción de sujetos más felices, productivos y rendidores. Cabe resaltar la influencia y apogeo de esta comercialización por medio de las redes sociales, generando dependencia y un consumo mayor en la búsqueda de la felicidad y la realización propia, generando rasgos de personalidad que llevan a la dependencia donde sobresalen los cambios de ánimo, la búsqueda de impulsos que generan placer y emociones fuertes. De manera que se propone la siguiente pregunta que orienta el presente trabajo investigativo: ¿Cuál es el impacto psicológico del consumo de contenido relacionado con la psicología positiva en las redes sociales en adolescentes de la Institución Educativa San Luis?

2 Justificación

A lo largo de la historia, los seres humanos han experimentado cambios y evoluciones constantes, explorando nuevas facetas de sí mismos y del mundo que los rodea. En esta búsqueda perpetua, se han planteado preguntas fundamentales sobre la felicidad y su consecución, enfrentando dilemas sobre cómo alcanzarla en un entorno que parece promoverla como objetivo supremo de la existencia.

Esta búsqueda de la felicidad se ha convertido en un imperativo social, impulsado por una cultura que exalta el bienestar como medida de éxito y realización personal. Sin embargo, esta obsesión por alcanzar la felicidad puede generar una fractura en el individuo consigo mismo, llevándolo a sentirse agotado e insatisfecho en su búsqueda constante.

La sociedad contemporánea, influida por una cultura psicológica popularizada por extremistas, a menudo impone exigencias poco realistas sobre el individuo. Entre estas demandas se encuentran la búsqueda de una felicidad perpetua, la medición de la salud mental en función de la productividad comercial, la expectativa de una salud mental exenta de cualquier alteración o emoción negativa, y la erradicación del estrés y la monotonía en la vida cotidiana. Estas presiones pueden generar un estándar inalcanzable de calidad de vida, donde las demandas de la sociedad pueden resultar abrumadoras y desproporcionadas para el individuo.

En este contexto, ha surgido lo que podríamos llamar el "mercado del bienestar", donde se promueven diversas prácticas y productos destinados a mejorar el bienestar emocional y mental de las personas. La psicología positiva y la tendencia a psicologizar diversos aspectos de la vida se han integrado en este paradigma, alimentando una cultura que busca maximizar el bienestar a cualquier costo.

Sin embargo, esta búsqueda desmedida de la felicidad puede tener consecuencias negativas, especialmente cuando se ve exacerbada por la influencia de las redes sociales y la sobreabundancia de información. Si bien las redes sociales pueden tener aspectos positivos, como la conexión con otros y la difusión de información relevante, también pueden contribuir a una comparación constante y a una sensación de insuficiencia en relación con los estándares de felicidad promovidos en línea.

La psicología positiva, refiere a la experiencia subjetiva, del bienestar, alegría y satisfacción en el futuro; fluir y adquirir felicidad en el presente. A un nivel individual se evidencia con la

capacidad de amar, perdonar, tener una visión del futuro, espiritualidad, talento y sabiduría. A nivel grupal refiere virtudes cívicas: responsabilidad, altruismo, moderación, tolerancia ética (Seligman y Csikszentmihalyi, 2000 como se citó en Lupano y Castro, 2010, p.4)

Desde el punto de vista de Held (2002 como se citó en Savchak, 2019), nos propone la posibilidad de que la presión hacia la actitud positiva está contribuyendo hacia la infelicidad: algunas personas se sienten culpables, defectuosas o ambas cosas cuando no logran sentirse bien. En muchas ocasiones nos hemos visto incapaces de aceptar que a veces es saludable y correcto sentirnos mal como respuesta a las diferentes circunstancias que se tornan negativas en nuestras vidas, y llegamos a pretender que el sentirse mal es algo patológico bajo cualquier circunstancia. A medida que va creciendo la intención de sentirse bien nos vamos dando cuenta de que sentirse mal no sólo es patológico, si no que a nivel social es algo inaceptable.

En este orden de ideas, la constante búsqueda de la actitud positiva puede llegar a contribuir significativamente a reducir el bienestar subjetivo. Es decir, que la creciente intención de ser felices, risueños, y el intento de mirar siempre el lado positivo de la vida puede ocasionar más daño que traer beneficios. Si te sientes mal por algún motivo y no logras poner una cara de felicidad, aunque lo intentes, puedes llegar a sentirte aún más peor; debido que no sólo te sientes mal por lo que te está afectando en primer lugar, sino que adicionalmente te sentirás culpable por no lograr sentirte bien (Held, 2002 como se citó en Savchak, 2019).

“Entre otras cosas, de las investigaciones de esos caricaturizados “hapiólogos” proceden precisamente algunos de los mejores estudios sobre el hecho de que las emociones “positivas” pueden ocasionar y contextualmente tener efectos negativos y viceversa” (Cohen, 2006; Fredrickzson, 2004, como se citó en Vásquez, 2013, p. 93).

A partir de lo anterior, no se afirma que al menos en el aspecto académico los componentes positivos sean militantemente beneficiosos. La felicidad subjetiva: más optimismo, mayor autoestima, más sentido del humor, más creencias de autosuficiencia, o elucidación por la conducta y valores, no siempre se asocia a mejores resultados o mayor bienestar psicológico, lo que al principio puede ser deseable, puede incluso, llevar a bloqueos psicológicos y a un incremento del malestar (Schwartz, 2004, 2009, como se citó en Vásquez, 2013).

Citando el texto llamado "Happycracia" de Cabanas e Illouz (2019) nos encontramos con la comercialización del bienestar asociada a la psicología positiva. Donde nos menciona y argumenta que esta disciplina ha sido utilizada por la industria del bienestar y la autoayuda,

convirtiéndose en un producto de consumo más que en una disciplina científica legítima. Esto puede llevar a una simplificación excesiva de los conceptos psicológicos y a la promoción de soluciones rápidas y superficiales para problemas complejos de salud mental y bienestar. En este contexto de comercialización, es común encontrar coachees, escritores e influencers dedicados a la autoayuda y el crecimiento personal, lo que puede contribuir a una visión distorsionada y simplificada de la psicología positiva.

Sin embargo, son precisamente estos beneficios los que aumentan el riesgo de adicción a dichas redes, pues el nivel de recompensa es tan elevado que se abandonan las actividades cotidianas. De manera que el uso elevado de la Internet se convierte en un escape ante situaciones desagradables para el individuo, en especial los adolescentes, en quienes se observa un deterioro en la vida social y sus lazos afectivos, así como el reemplazo de actividades antes gratificantes y la constante preocupación cuando no están conectados a Internet (Hernández et al., 2019, como se citó en Portillo, V., Ávila, J., y W. Capps, J., 2021).

También se ha mencionado acerca de algunos rasgos de personalidad que tienen que ver con la dependencia a las redes sociales; además también se han asociado aspectos personales en los cuales sobresalen los cambios de ánimo, la búsqueda de impulsos que generan placer y de emociones fuertes y la búsqueda de una felicidad absoluta (Echeburúa, 2012, como se citó en Portillo, V., Ávila, J., y W. Capps, J., 2021).

No obstante, se menciona “las tecno-tristeza” convertidas en un estado normal y continuo, diseñado para que el sujeto por medio de industrias monopólicas tales como Facebook, Google y Twitter alimenten la conformidad y rigidez social, mientras que un bucle constante de aburrimiento, ansiedad y desesperación, hace que se permanezca en un estado frágil en el cual el control es ajeno a los sujetos (Francischini, 2020).

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el impacto psicológico en individuos que consumen contenido de psicología positiva en redes sociales. Este estudio pretende contribuir a una reflexión sobre si dichos contenidos realmente benefician la salud mental y la calidad de vida, teniendo en cuenta los factores sociopolíticos que intervienen en este proceso. Se reconoce la importancia de no considerar el bienestar únicamente como responsabilidad del individuo, sino también como resultado de interacciones complejas entre el individuo y su entorno.

Este estudio aporta al campo de la psicología al fomentar un enfoque crítico entre los profesionales de la salud mental. Se busca sensibilizar a estos profesionales sobre la necesidad de

examinar con cuidado la influencia del exceso de consumo de contenido relacionado con el bienestar en redes sociales. Se reconoce que, si bien la psicología positiva puede ofrecer herramientas útiles para promover el bienestar, su consumo excesivo y desinformado puede ser contraproducente. Es crucial que los profesionales sean conscientes de no fomentar un "mercado del bienestar" que pueda generar expectativas poco realistas o presiones innecesarias sobre los individuos.

En resumen, esta investigación busca proporcionar una base para que los profesionales de la salud mental sean más críticos y sensibles en sus intervenciones, evitando incentivar un consumo excesivo de contenido superficial o poco documentado relacionado con el bienestar. Se promueve un enfoque equilibrado que reconozca tanto los beneficios potenciales como los riesgos asociados con el consumo de este tipo de contenido en las redes sociales.

3 Objetivos

3.1 Objetivo General

Comprender el impacto psicológico que se da por el consumo de contenidos relacionados con la psicología positiva por medio de la utilización de las redes sociales en estudiantes de la Institución Educativa San Luis.

3.2 Objetivos Específicos

- Identificar emociones, pensamientos y comportamientos de las y los participantes, derivados de la comercialización de la felicidad a través de las redes sociales, como medio de realización y productividad individual.
- Conocer los significados dados a la cultura terapéutica por parte de las y los participantes.
- Reconocer si el consumo de contenido en redes sociales relacionado con la cultura terapéutica genera cambios en la cotidianidad individual y social de las y los participantes.

4 Marco Teórico

4.1 Psicología Positiva

La Psicología positiva tiene una larga historia. Su interés es estudiar el bienestar y la vida satisfactoria. Se remonta a la época de la Grecia clásica e incluso antes. Aristóteles, escribió en profundidad sobre la eudaimonia (felicidad y plenitud), y sobre cómo la vida virtuosa podría ser la vida para alcanzar la felicidad y plenitud (Hervás, 2009).

En este orden de ideas, entre las teorías más influyentes se encuentra la que presenta Aristóteles en la *Ética a Nicómaco*. La teoría aristotélica sitúa la felicidad, la virtud, la razón y las emociones en la explicación de qué consiste una buena vida. Siendo una línea importante en el pensamiento de la psicología contemporánea, la llamada Psicología Positiva, parte de esos supuestos aristotélicos para la elaboración de la teoría del bienestar (Gustems y Sánchez, 2015).

La psicología positiva se apoya en un modelo estadounidense denominado “individualismo positivo” que difunde desde finales del siglo XVII, contenidos de la psicología, la medicina y la economía, a través de cientos de manuales de autoayuda (Gustems y Sánchez, 2015).

Dentro de la historia de la propia psicología también hay grandes antecedentes de la psicología positiva. El más claro es el movimiento Humanista que con Abraham Maslow y Carl Rogers a la cabeza, recuperaron una visión positiva del ser humano, lo que en esta época sólo predominaba el conductismo y el psicoanálisis (Hervás, 2009).

La psicología positiva ha emergido como un enfoque revolucionario dentro del campo de la psicología, su principal fundador es Martin Seligman con el fin de desviarse de la tradicional atención centrada en los trastornos y las disfunciones, para explorar y fomentar aspectos positivos del ser humano, como el bienestar, la satisfacción y la realización personal, dando una crítica a las diferentes corrientes psicológicas, debido a que siempre la psicología se ha centrado en combatir lo patológico y los problemas, dejando de lado lo positivo de las personas como las habilidades que cada una puede llegar a desarrollar como su bienestar, calidad de vida, valores, y productividad, teniendo como fundamentos principales el estudio de las fortalezas y virtudes humanas, así como en la promoción de emociones positivas y relaciones saludables (Cabanas e Illouz, 2018).

En concordancia con estas ideas, la psicología positiva sostiene que somos los artífices de nuestra propia experiencia emocional y que tenemos el poder de decidir cómo interpretamos y respondemos a los eventos en nuestras vidas. En otras palabras, tenemos la capacidad de elegir

entre quedarnos estancados en una emoción negativa o buscar activamente formas de crecimiento y desarrollo personal, incluso en situaciones difíciles como la quiebra financiera (Cabanas e Illouz, 2018)

Dado que el propósito de la psicología positiva ha sido contribuir al estudio de las condiciones y procesos relacionados con el desarrollo óptimo de los individuos, grupos e instituciones (Gable & Haidt, 2005), sus aportes han tenido impacto en distintos campos de intervención de la psicología, principalmente en las áreas clínica, de la salud y educativa, en las que se observa un mayor énfasis. (Contreras y Esguerra, 2006, p. 5)

En el nivel clínico, uno de los objetivos de la psicología positiva, es cambiar el marco de intervención hacia el desarrollo de estrategias terapéuticas que fomenten la experiencia emocional positiva, lo cual está orientado hacia la prevención de problemas derivados a la presencia de emociones negativas, como la ansiedad, la depresión, el estrés, entre otros, dichas emociones tienen la capacidad de afectar procesos de pensamiento y acción (Gustems Sánchez, 2015).

Aristóteles sostiene que la felicidad es vivir una buena vida, es lo que los seres humanos persiguen. La felicidad sería el principio básico de acción moral, en la teoría aristotélica, la felicidad no debe entenderse en términos de un estado de placer; sino como una acción de vivir bien. La felicidad no ocurre en nosotros, no se da por casualidad, ni suerte, es algo que debemos perseguir, realizar y ejercitar (Gustems y Sánchez, 2015).

Considerando lo anterior, Martin Seligman plantea un modelo para generar bienestar, el cual lo nombra como PERMA cuyas siglas significan: P (Emoción positiva), E (Compromiso), R (Relaciones positivas), M (Propósito y significado), A (Éxito y sentido del logro). Es importante señalar que ninguno de los cinco elementos constituye el bienestar, sino que cada uno de ellos contribuye a lograrlo (Instituto Europeo de Psicología Positiva, 2024).

Los elementos que contribuyen a alcanzar el bienestar según el Instituto Europeo de Psicología Positiva (2024), significan:

Positive Emotions: Emociones positivas, supone aumentar la calidad de vida, teniendo herramientas para lidiar con las emociones negativas, permitiendo el bienestar en la vida del individuo, siendo fundamental la gratitud, la satisfacción, el placer, la inspiración, la esperanza y el amor.

Engagement: Compromiso, representa un pacto interno que establecemos con nuestras propias fortalezas y valores, con el objetivo de alcanzar una armonía y fluidez que nos sumerja en un estado de plenitud y conexión con nosotros mismos.

Relationships: Relaciones positivas, ser seres sociales para la consecución de nuestro bienestar, planteando relaciones significativas con los demás, favoreciendo la búsqueda de la felicidad, lo que también implica mejorar nuestras habilidades culturales y personales con sigo mismo y el entorno.

Meaning and purpose: Propósito y significado, se refiere a la búsqueda de la pertenencia a algo más grande que uno mismo, de este modo cada objeto alcanzado, cada meta obtenida, subyace un significado relevante que le dé un sentido significativo a nuestras vidas para tener un sentido del bienestar.

Accomplishment: Éxito y sentido del logro, implica establecer metas, las cuales, una vez alcanzadas servirán para sentirnos autónomos, realizados y felices.

4.1.1 Búsqueda de la Felicidad

Aristóteles sostiene que la felicidad es vivir una buena vida, lo cual es lo que los seres humanos persiguen. La felicidad sería el principio básico de acción moral, en la teoría aristotélica; la felicidad no debe entenderse en término de un estado de placer, sino como una acción de vivir bien. La felicidad no ocurre en nosotros, no se da por casualidad, ni suerte, es algo que debemos perseguir, realizar y ejercitar (Palomares, 2024).

Aristóteles nos presenta un concepto reflexivo sobre la felicidad, conocido como Eudaimonia. Esta idea trasciende la noción de bienestar emocional o placer, abarcando el cumplimiento esencial del ser humano. Según Aristóteles, todas nuestras acciones y elecciones persiguen algún bien, siendo la eudaimonia el bien supremo al que aspira el individuo (Palomares, 2024).

En este orden de ideas, Aristóteles establece una diferenciación entre el placer y la eudaimonia, siendo el placer para él, un elemento para una vida feliz. Argumenta que los placeres sensoriales y las gratificaciones inmediatas son efímeros y no pueden sustentar una vida auténticamente feliz y significativa. A diferencia de ello, la auténtica felicidad está en la “actividad del alma que se alinea con la virtud” (Palomares, 2024, p. 3).

La psicología positiva se interesó vivamente, desde el primer momento, por la investigación científica de la felicidad, desde siglos atrás, antes de Cristo, los filósofos griegos reflexionaron en torno a ella, lo cual Epicuro desarrolló el Hedonismo, una doctrina sobre la felicidad que sostiene que el hombre busca la vida placentera y que huye de todo lo que le causa dolor, pena y sufrimientos emocionales. El placer que busca el Hedonismo no es solo lo que ofrecen los sentidos o placer material es también de orden espiritual, como el placer afectivo, anulando estados de desasosiego que conducen al placer sereno y duradero, material y espiritual (Alarcón, 2015).

Los filósofos que siguieron su doctrina sobre la felicidad, habían olvidado un principio esencial de la felicidad: el cuerpo humano y la mente que lo habita. La salud del cuerpo y la serenidad del alma es la culminación de la vida feliz; en razón a esto, se evita tener dolor en el cuerpo y confusiones en el alma (Alarcón, 2015).

En la literatura psicológica actual, se utiliza con frecuencia el término bienestar subjetivo, como sinónimo de felicidad. Para Diener, el bienestar subjetivo se refiere a la evolución que hace la gente de su vida, esta evolución es afectiva y cognitiva. Trayendo componentes como: la virtud y satisfacción con la vida (Alarcón, 2015).

El bienestar subjetivo señala lo que es bueno y lo que es deseable, como por ejemplo la calidad de vida, realizando una evaluación que cada individuo hace de su propia vida, según sus experiencias, y cómo las afronta. Más adelante Diener, Oishi y Lucas, amplían la definición, haciendo un análisis científico donde las personas evalúan sus vidas en el presente y futuro, incluyendo reacciones emocionales de eventos y juicios formados en su vida, como la satisfacción que experimentan en áreas como el trabajo, la vida social y el compromiso, siendo el bienestar subjetivo el que estudia la búsqueda de la felicidad de los individuos por medio sus vivencias (Alarcón, 2015).

En el libro "Happycracia" de Cabanas e Illouz (2019), se resalta que la obsesión moderna por la felicidad impulsada por la cultura del pensamiento positivo y el consumismo, puede conducir a una búsqueda implacable e insatisfactoria de la misma, generando incluso sentimientos de ansiedad y malestar en lugar de bienestar genuino.

Siendo uno de los aspectos que aborda la "Happycracia", la obsesión por la felicidad, se argumenta que la psicología positiva ha contribuido a una obsesión cultural por la felicidad, promoviendo la idea de que debemos buscar la felicidad constante y evitar cualquier forma de malestar emocional. Esta obsesión puede generar presión y ansiedad en las personas al hacerlas

sentir que deben ser felices todo el tiempo, lo que puede ser contraproducente para su bienestar emocional (Cabanas e Illouz, 2019).

4.1.2 Positividad Tóxica

La positividad tóxica, hace referencia a la exigencia de tener un pensamiento positivo como la única forma de solución a los problemas y dificultades a las cuales está expuesto el ser humano, imponiendo que las personas eviten o nieguen pensamientos negativos y acudir a no mostrar aquellas emociones negativas que para bien o para mal también hacen parte de nuestra cotidianidad. Asimismo, hace referencia a la creencia de que las personas deben darle un giro positivo a todas las experiencias, incluyendo aquellas que puedan ser dolorosas y trágicas (Rivera, 2021).

Según las psicólogas estadounidenses Samara Quintero y Jamie Long, la positividad tóxica se define como la “la sobregeneralización excesiva e ineficaz de un estado feliz y optimista en todas las situaciones”. El proceso de positividad tóxica resulta en la negación, minimización e invalidación de la auténtica experiencia emocional humana” (Ferrero, 2022, párr. 2). Indican que ser constantemente positivo puede tener un impacto negativo cuando se utiliza para reprimir emociones genuinas como el resentimiento, la tristeza o el enojo. El psicólogo Konstantin Lukin ahonda en este concepto al señalar que, al negar las emociones negativas, estas tienden a intensificarse y acumularse, generando un ciclo que persiste hasta que la situación se vuelve insostenible debido a la falta de procesamiento emocional adecuado (Ferrero, 2022).

La positividad tóxica es caracterizada por: la constante búsqueda de placeres artificiales. Los sujetos que optan por esa búsqueda quedan contaminados de una positividad psicológica que en ningún sentido es edificante, quedando atrapado en la constante de gozar de los mismos placeres que le destruyen (Ferrero, 2022).

Por otro lado, el hecho de ser positivos no es algo que sea malo, es bueno el intentar ver el lado positivo de las situaciones a las cuales estamos expuestos como seres humanos, pero así mismo es importante tener la capacidad de escuchar qué es aquello que nos quiere transmitir nuestras emociones y saber reconocerlas, incluso si son negativas. “Dejar de intentar ser siempre positivos y aprender a procesar los sentimientos nos ayudará a comprendernos mejor a uno mismo y a los demás” (Delgado, 2020, párr. 13).

4.1.3 Psicologización de la Vida Cotidiana

La psicologización de la vida cotidiana implica procesos mediante los cuales hay una tendencia a categorizar de manera psicológica el comportamiento y la intervención en cada una de las áreas de la vida de las personas. Esta colonización del mundo se extiende en nuestra subjetividad y en la manera en que nos percibimos a nosotros mismos, a otros y a la causa y solución de problemas tanto individuales como sociales (Pons, 2008).

La psicologización y su expansión es severa, tanto desde una perspectiva individual como una perspectiva política; para el individuo, la psicologización puede mostrarlo como un sujeto vulnerable, con la necesidad de ayuda profesional y crear en él dependencia a autoridades externas. La psicologización puede hacer también que los individuos se adapten a sus dificultades en lugar de superarlas de una manera resiliente y propia, siendo esta utilizada para desviar el foco de las estructuras de poder y de las inequidades sistémicas, haciendo que los problemas sociales se interpreten y aborden exclusivamente desde una perspectiva individual y patológica (Kenneth, 2012).

Nikolas Rose, señala la fabricación de un sujeto autorresponsable, capaz de tomar decisiones por sí mismo y obtener rendimiento de sus recursos personales para la producción de un estilo de vida próspero convirtiéndose en empresario de sí mismo, dicha circunstancia se convierte en modelo de racionalidad para estructurar la propia vida y las diversas formas del mercado (Rodrigo, 2014).

En este orden de ideas, los individuos se convierten en “expertos de sí mismos”, establecen una relación de auto-cuidado con respeto a sus cuerpos, sus mentes, sus conductas y relaciones con el otro, la cual incorpora todo un arsenal de conceptos terapéuticos que resultan indispensables para el aumento de ofertas de consumo y mercado del “sí mismo” siendo parte del proceso de la psicologización de la vida cotidiana directamente reforzado con el gobierno neoliberal (Rodrigo, 2014).

4.1.4 Neoliberalismo

El neoliberalismo es una teoría de prácticas políticas económicas que proponen que el bienestar humano puede ser logrado mediante la maximización de las libertades empresariales,

caracterizados por derechos de propiedad privada, libertad individual, mercados sin trabas y libre comercio (Hervey, 2008).

El surgimiento del sistema neoliberal ha involucrado mucha destrucción, no sólo de poderes institucionales, tales como la soberanía del Estado sobre los asuntos políticos-económicos, sino también de divisiones laborales, relaciones sociales, mezclas tecnológicas, modo de vida, apego a las tierras, costumbres sentimentales, y formas de pensar (Hervey, 2008).

La existencia del sujeto Neoliberal se caracteriza por su relación con los excesos que están fuera de sus límites económicos, emocionales y sociales, lo que genera estrés, depresión, toxicomanías, suicidios, ataques de pánico y otros síntomas típicos de esta época. Es así como el neoliberalismo tiende a deteriorar la salud mental y todo lo demás que pueda explotarse, y tenga una valorización económica y comercial (Pavón, 2017).

El sufrimiento del sujeto neoliberal, surge de una hiperidentificación con la norma de la conducta neoliberal en la que el sujeto se define como empresa de sí mismo, en constante proceso de autovaloración, movido por el goce constante del mercado, sometiénndose al peso de la obligación de reinventarse continuamente (De la Mata, 2017).

Los defensores del neoliberalismo promueven una ideología centrada en la libertad, especialmente en lo que respecta a la circulación de mercancías y el proceso de compra-venta. Este enfoque busca fomentar una mayor competencia y expansión del comercio, así como el crecimiento de las empresas, el flujo de dinero y las inversiones financieras, todo en aras del desarrollo del capital y del sistema capitalista, sin embargo, esta perspectiva a menudo relega lo humano a un segundo plano. Al priorizar el éxito económico y la eficiencia del mercado, puede ignorar o minimizar las preocupaciones sociales, dejando de lado aspectos fundamentales de la libertad humana. Esto puede conducir a una situación en la que los individuos se convierten en esclavos de la producción y el consumo, tanto para beneficio de otros como para sí mismos (Pavón, 2017).

4.2 Salud Mental

Citando el texto de Miranda (2018), nos encontramos con que, desde la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad, la salud mental ha adquirido más fuerza en varios ámbitos, como por ejemplo: en lo académico, lo político y en la vida cotidiana. Luego en 1946, se creó la Mental

Health Association en Londres y, dos años más tarde, fue realizado en la misma ciudad, el Primer Congreso Internacional de Salud Mental.

Desde hace décadas se ha visto reflejado el interés por el tema de la Salud Mental, el cual está lejos de disminuir, ya que crece cada día. No es desmesurado afirmar que vivimos un verdadero boom de salud mental, aunque en su mayoría no sepamos de qué estamos hablando (Hiriart, 2018).

En cuanto a su denominación, la salud mental, hace alusión a un estado o condición del ser humano, a un campo tanto conceptual como práctico dentro de la salud pública, asimismo a una serie de patologías y problemas psicosociales.

Por otro lado, Lopera (2015) manifiesta que, a pesar de la falta de estudios históricos sobre el significado de la Salud Mental, la Organización Mundial de la Salud (OMS) sigue utilizando el concepto de salud mental en sus documentos oficiales de manera paradójica. En ocasiones, no se da una definición clara de lo que es la salud mental, incluso cuando este es el tema principal del documento; otras veces, se acude a la definición original de 1950, dada por la OMS; y en la mayoría de los casos, se define en términos de trastornos mentales, haciendo alusión a esta, como la ausencia de los mismos. En última instancia, la OMS se acerca a la salud mental de manera que destaca la importancia de las condiciones de vida, el enfoque de derechos a los cuales como seres humanos tenemos y el tratamiento y prevención de los trastornos mentales. Sin embargo, la promoción de la salud mental y la consideración positiva de esta pasan a un segundo plano, ocultas por un enfoque predominantemente centrado en la prevención de enfermedades, lo que genera contradicciones en los programas de promoción de la salud mental.

La salud mental se define como un estado dinámico que se expresa en la vida cotidiana a través del comportamiento y la interacción de manera tal que permite a los sujetos individuales y colectivos desplegar sus recursos emocionales, cognitivos y mentales para transitar por la vida cotidiana, para trabajar, para establecer relaciones significativas y para contribuir a la comunidad (Congreso de Colombia, ley 1616 2013, p. 1)

La Salud Mental es de interés y prioridad nacional para la República de Colombia, es un derecho fundamental, es tema prioritario de salud pública, es un bien de interés público y es componente esencial del bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de colombianos y colombianas. (Congreso de Colombia, ley 1616 2013, p. 1)

4.2.1 Calidad de Vida

Schalock y Verdugo (2007, como se citó en Verdugo et al., 2013) nos propone la siguiente definición sobre qué es calidad de vida:

Un estado deseado de bienestar personal compuesto por varias dimensiones centrales que están influenciadas por factores personales y ambientales. Estas dimensiones centrales son iguales para todas las personas, pero pueden variar individualmente en la importancia y valor que se les atribuye. La evaluación de las dimensiones está basada en indicadores que son sensibles a la cultura y al contexto en que se aplica. (p. 4).

Una persona puede lograr tener calidad de vida cuando siente que sus necesidades personales están satisfechas y logra tener la oportunidad de enriquecer su vida en las principales áreas de actividades que son vitales para cualquier persona.

La calidad de vida tiene componentes subjetivos y objetivos que se pueden medir, y se entiende hoy, avalado por múltiples investigaciones, desde un enfoque multidimensional de las ocho dimensiones siguientes: bienestar emocional, relaciones interpersonales, bienestar material, desarrollo personal, bienestar físico, autodeterminación, inclusión social y derechos. (Schalock y Verdugo, 2002, 2012, como se citó en Verdugo et al., 2013, pp. 4-5)

Por otro lado, debemos tener en cuenta la importancia de conocer y familiarizarnos de manera apropiada con cada uno de los conceptos que usamos, teniendo en cuenta la relevancia y el alcance que cada uno de estos puede llegar a tener, esto debido que, según Verdugo et al. (2013), calidad de vida ha sido un concepto comúnmente usado, pero habitualmente mal definido, especialmente por algunas entidades como por ejemplo, campañas publicitarias, políticos y aquellos que hacen parte y son expertos en el área del marketing, ya que asocian y venden al público este término, a través de la comercialización de diferentes tipos de productos.

4.3 Redes Sociales

Santamaria y Meana (2017), mencionan que la historia de la internet es breve pero intensa. Desde su nacimiento hace menos de setenta años ha alcanzado billones de usuarios y en la actualidad este número no sólo ha crecido, sino que sus funciones y servicios también está evolucionando continuamente y cada día la digitalidad se vuelve más indispensable para la

sociedad en todas sus dimensiones. La enorme revolución que ha supuesto, ha tenido impacto psicosocial puesto que, desde sus inicios, la internet ha sido fundamental, la comunicación interpersonal aumenta los niveles de apoyo social de los individuos y con ello su autoestima, su sentido vital, su compromiso con la normal social y la comunidad y, por tanto, su bienestar físico y psicológico (Kraut et al., 2002 como se citó en Santamaría y Meana, 2017).

El ser humano es un animal social (Aronson, 2016, como se citó en Santamaria y Meana, 2017), necesita personas y cultura para ser individuo. En la era pre-internet la manera de establecer comunicación consistía en la interacción directa y recíproca, sin embargo, el desarrollo de las nuevas tecnologías se ha convertido en un medio principal de comunicación e interacción, permitiendo la creación de perfiles personales y visibles para otros, compartiendo contenido, exhibiendo vivencias, y momentos con otros sin necesidad de una interacción directa y personal. Todo parece indicar que herramientas como Facebook, Twitter, Instagram o WhatsApp, entre muchas otras, tienen gran poder. Logrando la apariencia de reemplazar la integración humana, encerrando a la persona en sí misma, esclavizándola a la dependencia de recibir cualquier señal de estar en contacto con otro, dándole sentido a su vida virtual y digitalizada (Santamaria y Meana, 2017).

Las redes sociales no sólo han favorecido la interacción social, si no que han impactado diversos ámbitos, por ejemplo, en la educación, donde se han convertido en espacios de aprendizaje en los que se fomenta el trabajo en equipo y la interacción entre los usuarios (Hermann et al., 2019, como se citó en Portillo et al., 2021). Agregando, Buxirrais (2016, como se citó en Portillo et al., 2021) señala que las redes sociales comercializan bienes y servicios, ya que las empresas las utilizan como una vía para acceder con mayor eficacia y rapidez a las personas consumidoras de las redes (Portillo et al., 2021).

Sin embargo, son los beneficios de las redes sociales que aumentan el riesgo de adicción a dicha tecnología, pues el nivel de recompensa es tan elevado que se abandonan paulatinamente las actividades. De manera que el uso elevado de la internet se convierte en un escape de situaciones desagradables para los usuarios, en especial los adolescentes, en quienes se ha observado un deterioro en la vida social y sus lazos afectivos, como el remplazo de actividades antes gratificantes y la constante preocupación de estar conectados al mundo virtual (Portillo et al., 2021).

En el apogeo del internet el término más utilizado por las empresas medianas, pequeñas y microempresas fue el Social marketing, que dio el paso hacia la transformación digital de sus

actividades comerciales ante la pandemia del COVID-19, no quedó otra alternativa que potenciar el comercio electrónico (Sampedro et al., 2021).

El social Marketing es la utilización de las redes sociales, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, etc., para comunicar información que les resulte interesante a millones de usuarios que utilicen la red. El Marketing puede resultar beneficioso para cualquier negocio ya que suma potenciales clientes, amplía proveedores y garantiza alianzas y consumo de sus productos. La digitalización ha transformado nuestra adaptación a un mundo más ágil, conveniente y conectado. Ha permitido a las organizaciones obtener información en tiempo real, evaluar datos de manera eficiente, captar y retener clientes, y mantener una comunicación constante sin necesidad de presencialidad. Además, ha incrementado el consumo de productos en línea, ofreciendo a los usuarios una mayor facilidad para acceder a cualquier información y producto. Esta evolución digital ha simplificado y mejorado la experiencia de los usuarios, facilitando su interacción con el entorno digital (Sampedro et al., 2021).

En conclusión, las redes sociales ofrecen múltiples beneficios para los seres humanos, incluyendo el comercio, la comunicación, la interacción, el entretenimiento y el consumo de contenido de nuestro agrado. Nos permiten dar a conocer nuestro trabajo y el de otros, facilitando así la difusión y promoción de diversas actividades y talentos. Sin embargo, junto con estos beneficios y diversiones, el acceso a las redes sociales también ha generado problemas psicológicos. La adicción a las redes y el control de algunos contenidos pueden deteriorar y limitar la percepción del ser humano, idealizando una vida perfecta y productiva. Esta idealización puede afectar negativamente la salud mental y el bienestar de las personas, creando expectativas poco realistas y fomentando sentimientos de insuficiencia.

5 Metodología

5.1 Tipo de Investigación

Para la realización del presente estudio, se optó por la utilización de un enfoque de investigación cualitativa, dado que en este tipo de investigación según Hernández Sampieri et al. (2010), se encuentran algunas características, las cuales consideramos, fueron adecuadas para abordarlo, como cuando afirma que la base para la recolección de datos es el investigador, teniendo como intención llegar a revisarlos a profundidad, ya que los datos están llenos de riqueza interpretativa, lo cual es lo que busca lograr este tipo de estudios, y finalmente no se prueban hipótesis, si no que a medida que se va avanzado en la investigación se van generando.

Con el fin de poder interpretar la realidad que viven los adolescentes en los entornos digitales con respecto a la psicología positiva, y cómo la digitalidad ayuda al desarrollo de su identidad, expresión de sentimientos, interacción con el otro y toma decisiones, en la presente investigación se aplicaron instrumentos como entrevistas semiestructuradas y talleres, siendo necesario la definición de la situación/problema que abarca la exploración, el diseño y preparación del trabajo de campo que previamente corresponde al periodo de recolección y organización de los datos.

En resumen, este trabajo investigativo, emplea el método cualitativo debido a que permite el acercamiento a los fenómenos estudiados desde el punto de vista de los participantes, contextualizando sus experiencias, creencias, hábitos y consumo de la internet. En este marco se propone la recolección de información, basada en los temas problemáticos y de interés del grupo estudiado.

5.2 Método

En este estudio se implementó un enfoque fenomenológico-hermenéutico, el cual es descrito por Fuster (2019):

Este enfoque está orientado a la descripción e interpretación de las estructuras fundamentales de la experiencia vivida, al reconocimiento del significado del valor pedagógico de esta experiencia. Este método compone un acercamiento coherente y estricto al análisis de las dimensiones éticas, relacionales y prácticas propias de la pedagogía

cotidiana, dificultosamente accesible, a través de los habituales enfoques de investigación. En esta contribución, se exhibe la potencialidad y aporte particular del método para la indagación educativa y se presentan ciertas nociones metodológicas y actividades básicas para la práctica investigativa. (p. 7)

Al aplicar esta metodología, se pretende explorar cómo los estudiantes perciben y experimentan la positividad tóxica en las redes sociales, y cómo ésta afecta sus emociones y relaciones. La investigación se enmarca en un contexto educativo, considerando las vivencias subjetivas de los estudiantes para formar interpretaciones generales sobre el impacto de la positividad tóxica en su bienestar emocional y social. Esto permitió identificar patrones y significados en las dinámicas de las redes sociales, proporcionando una comprensión integral de este fenómeno en el contexto educativo.

5.3 Participantes

La población elegida fueron estudiantes de la Institución Educativa San Luis, Escuela San Vicente del municipio de Yarumal/Antioquia, entre edades de 15 y 18 años que se encontraban cursando el grado noveno, décimo y undécimo de bachillerato. Debido a que, la era digital, ha redefinido la vida de los adolescentes, especialmente desde el comienzo de la pandemia de COVID-19. Mientras que esta inmersión digital ha proporcionado numerosas oportunidades y ha facilitado la continuidad de la educación y las relaciones sociales, también ha planteado desafíos que requieren atención y gestión. Es esencial que se promueva un equilibrio saludable en el uso de la tecnología y se aborden los riesgos asociados para su salud mental y trastornos surgidos y aumentados con base en la digitalidad.

Se contó con el consentimiento informado de los acudientes de los adolescentes que estudiaban en la Institución Educativa de San Luis, escuela San Vicente, que utilizaban redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook y Tik Tok, como medio para obtener o conocer contenido de psicología y su cultura terapéutica durante estos últimos 4 meses, utilizando las redes sociales entre 2 y 3 días a la semana. La información fue recopilada a través de entrevistas semiestructuradas: 1 entrevista en el grado noveno, 2 en el grado décimo, y, por último, 2 en el grado undécimo. También se realizaron 2 talleres interactivos con cada grado, sumando 6 en total,

abordando las temáticas del trabajo investigativo para recolectar conocimientos, perspectivas, vivencias y experiencias de los participantes referente a sus vidas en las redes sociales.

5.4 Técnicas de Recolección

5.4.1 Entrevistas Semiestructuradas en Profundidad

La entrevista se define como “una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar”. Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos” (Díaz et al., 2013, p. 1).

La entrevista es una técnica de recogida de información que se utiliza en procesos de investigación. El principal objeto de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias y opiniones (Folgueiras, 2016).

En las entrevistas el número de personas establece una tipología de entrevista, también marca el grado de estructuración: entrevista estructurada, semiestructurada y la entrevista no estructurada o en profundidad, implicando otro criterio de clasificación que conduce a hablar de entrevistas iniciales o exploratorias, también llamadas diagnósticas, de seguimiento o desarrollo (Folgueiras, 2016).

La entrevista semiestructurada: Se decide de antemano qué tipo de información se requiere, de igual forma se establece un guion de preguntas. No obstante, las preguntas se elaboran de forma abierta lo que permite recoger información más rica y con más matices que en la entrevista estructurada. En la entrevista semiestructurada es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible, para poder ir saltando preguntas según las respuestas que vaya dando o, inclusive, incorporando alguna nueva a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada (Folgueiras, 2016)

Cuando se utiliza la técnica de la entrevista, los datos son de carácter confidencial, lo cual implica que la persona entrevistadora, conocerá los datos personales de la persona entrevistada, pero debe solo utilizarlos para el objetivo del trabajo. Además, deberá preguntar al entrevistado si quiere que sus nombres aparezcan anónimos en los informes o, si, por el contrario, quieren que aparezcan. En el caso de que elija permanecer en anonimato, se debe utilizar un seudónimo cuando se hace referencia en los informes de las personas cuya identidad no debe aparecer. También, garantizar la confidencialidad para que lo firme la persona entrevistada (Folgueiras, 2016).

5.4.2 Talleres Reflexivos - Participativos - Creativos

Un taller se define como un “espacio de relación entre los conocimientos escolares y la vida cotidiana de los estudiantes, en la perspectiva de promover habilidades para la vida” (Rodríguez, 2012, p.1); en este espacio se pretende realizar una variedad de talleres diseñados para que cada encuentro sea ameno, didáctico y plenamente agradable para los participantes, asimismo estos talleres estarán estructurados de manera que no solo ofrezcan un aprendizaje significativo, sino que también promuevan la interacción y el disfrute entre los asistentes; esta dinámica de los talleres, también es pensada para facilitar el diálogo constructivo y permeado por la cooperación, con la intención de que los asistentes puedan alcanzar nuevas comprensiones y perspectivas.

A través de estas interacciones, cada persona pudo reflexionar profundamente sobre los temas tratados y a su vez llegaron a aplicar los conocimientos adquiridos en su vida cotidiana.

5.5 Procedimiento

Para el desarrollo del trabajo de campo de la presente investigación, se realizó una serie de procedimientos. Los pasos por seguir orientaron la recolección de información, análisis y estudio de la información relevante. Se presenta una breve descripción de cada proceso:

1. Diseño de la entrevista semiestructurada para los adolescentes de la Institución Educativa San Luis: se realizó una guía de preguntas que dirigieron las entrevistas, las cuales permitieron abordar temas acerca de la positividad tóxica, el manejo adecuado de las redes sociales entorno a la salud mental, búsqueda de la felicidad y la comercialización de está.

2. Aplicación de las técnicas de recolección de información: Entrevistas semiestructuradas: Las entrevistas se realizaron de manera individual, orientadas por la guía de preguntas elaboradas previamente. Al ser entrevista semiestructurada, se obtuvo un diálogo fluido a la vez simple, se realizaron 1 entrevista en el grado noveno y 2 entrevistas en el grado décimo y 2 en el grado once, sumando 5 en total.

3. Transcripción de la información recopilada: se realizó las respectivas transcripciones de las entrevistas y de la información recopilada en los talleres, para tener el material de trabajo para la sistematización.

4. Análisis de la información: se hizo un análisis detallado de los datos que se asocian con los objetivos de la investigación.

5. Interpretación de los resultados: esto se llevó a cabo por medio de la relación entre los datos analizados para llegar a resultados más amplios.

6. Construcción de la discusión y conclusiones.

7. Envío del informe final de la investigación a las y los participantes.

5.6 Análisis de la Información

Como afirma Sandín (2003, como se citó en Simão, 2010, p. 1), “el análisis de la información, es un proceso cíclico de selección, categorización, comparación, validación e interpretación inserto en todas las fases de la investigación que nos permite mejorar la comprensión de un fenómeno de singular interés”.

El análisis y la elaboración de la información de los datos obtenidos son clave en la investigación cualitativa, tiene como objetivo contestar, triangular y validar todo el estudio obtenido, analizando la información y estableciendo categorías, modelos y unidades descriptivas, además de interpretar la información y explicar las categorías, buscando relaciones entre las dimensiones descriptivas (Simão, 2010).

En este orden de ideas, el énfasis del análisis de información es la recolecta y abundancia de datos e informes, el analista debe ser un administrador de recursos de información que maneja herramientas para encontrar materia prima destinada a la producción de información útil. Todas las investigaciones cuentan con un fundamento teórico que guía su desarrollo, sustentado en los métodos de investigación cuantitativos o cualitativos (Cubana, 2007).

Los métodos de investigación cuantitativos se caracterizan por la recolección y el análisis de datos numéricos, lo que permite la aplicación de técnicas estadísticas para la generación de resultados precisos y generalizables. Este enfoque es valorado por su objetividad y capacidad para identificar patrones y relaciones entre variables. Por otro lado, los métodos de investigación cualitativos se centran en la comprensión de fenómenos a través del análisis de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y documentos. Este enfoque permite una exploración profunda y detallada de las experiencias, percepciones y contextos, proporcionando una comprensión más rica y matizada de los fenómenos estudiados (Cubana, 2007).

El análisis no es la última fase del proceso de investigación, es importante saber que el proceso es sistemático y comprensivo, pero no rígido. Se trabaja los datos incluyendo una actividad reflexiva que resulta de un grupo de notas analíticas que guían el proceso, segmentando los datos

por unidades relevantes, los datos segmentados son categorizados de acuerdo con un sistema organizativo que suele ser derivado de los propios datos. El resultado del análisis es algún tipo de síntesis de nivel superior, realizando una descripción de patrones y temas, identificando la estructura fundamental del fenómeno estudiado (Simão, 2010).

5.7 Consideraciones Éticas

Las consideraciones éticas son aquellas acciones y responsabilidades que tienen los investigadores e investigadoras, en las cuales asumen un compromiso para con las personas implicadas en dicha investigación, para lo cual se tienen en cuenta algunas consideraciones éticas, que se encuentran enmarcadas en la Ley 1090 de 2006 “Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones” (El Congreso de Colombia, 2006):

Confidencialidad: Aquí se da a conocer que los psicólogos tienen la obligación de ser confidenciales en cuanto a la información que haya sido suministrada por las personas que participen en el desarrollo de nuestro papel como psicólogos y que solo será revelada tal información a los demás, siempre y cuando se tenga el consentimiento de la persona o del representante legal de la persona, exceptuando aquellas circunstancias particulares en que no hacerlo llevaría a un evidente daño a la persona u a otros.

Bienestar del usuario. Los psicólogos mantendrán informados a los usuarios tanto del propósito como de la naturaleza de las valoraciones, de las intervenciones educativas o de los procedimientos y reconocerán la libertad en cuanto a la libre participación que tienen los usuarios, estudiantes de una investigación.

Investigación con participantes humanos: La decisión de acometer una investigación descansa sobre el juicio que hace cada psicólogo sobre cómo contribuir mejor al desarrollo de la Psicología y al bienestar humano. Tomada la decisión, para desarrollar la investigación el psicólogo considera las diferentes alternativas hacia las cuales puede dirigir los esfuerzos y los recursos. Sobre la base de esta consideración, el psicólogo aborda la investigación respetando la dignidad y el bienestar de las personas que participan y con pleno conocimiento de las normas legales y de los estándares profesionales que regulan la conducta de la investigación con participantes humanos. (El Congreso de Colombia, 2006, p. 2)

Además de las consideraciones anteriores, la presente investigación considera lo expresado en el código de ética de la Universidad de Antioquia (s.f.), donde se encuentran algunas responsabilidades éticas que se deben tener en cuenta a la hora de realizar una investigación con personas y la responsabilidad que se debe de tener al manejar información personal; por ello se asumen los siguientes preceptos para la buena y responsable elaboración del presente trabajo investigativo:

- 1) Respetar los derechos humanos y el valor de los demás seres vivos.
- 2) Referenciar correctamente el trabajo de otras personas, entidades u organizaciones. El investigador se compromete a no plagiar, copiar o usurpar otras investigaciones y publicaciones.
- 3) Gestionar el proceso investigativo -desde el protocolo hasta la obtención de los datos y los resultados- como la evaluación ético – científica, con responsabilidad, seguridad, transparencia y veracidad.
- 4) Cumplir a cabalidad su papel en la investigación sin abrogarse logros que no se correspondan con las responsabilidades asumidas, ni incurrir en prácticas de suplantación o encubrimiento con el fin de obtener un beneficio para sí o para un tercero. (Universidad de Antioquia, s.f., p. 2)

6 Resultados

El presente análisis tiene como objetivo examinar los resultados obtenidos en el trabajo investigativo, cuyo enfoque central es el impacto del consumo de contenido relacionado con la cultura terapéutica y positividad tóxica en las redes sociales sobre la percepción de la felicidad y el bienestar de los individuos. En un mundo cada vez más conectado digitalmente, las redes sociales se han consolidado como una plataforma clave para la difusión de contenidos que abordan temas de desarrollo personal, salud mental y bienestar emocional. Sin embargo, el efecto de este tipo de contenido sobre los usuarios no es preciso ni completamente positivo.

El estudio aborda cómo el consumo de mensajes motivacionales y terapéuticos puede generar expectativas poco realistas sobre la felicidad y la vida idealizada, lo que en ocasiones produce un desajuste entre la percepción virtual de la felicidad y las realidades emocionales y sociales de los participantes. A lo largo de este análisis, se explorarán las complejas dinámicas que configuran las respuestas emocionales de los individuos frente al contenido motivacional y terapéutico en las redes sociales, y cómo estas influencias afectan la cotidianidad, las relaciones sociales y la visión personal de bienestar.

Este trabajo se basa en la recopilación de testimonios y reflexiones de adolescentes que interactúan con este tipo de contenido en redes sociales, con el fin de comprender mejor los efectos que tiene sobre su sentido de felicidad y autorrealización. A partir de los resultados, se pretende ofrecer una reflexión crítica sobre las limitaciones del bienestar digital promovido por plataformas como Instagram, Facebook o Tik Tok, así como sugerir pautas para un consumo más saludable y consciente de contenido en estas plataformas.

6.1 Significado de la Felicidad

La felicidad está en gran medida determinada por la capacidad de las personas para encontrar soluciones a los diferentes aspectos que conforman su vida, tales como las relaciones personales, el trabajo, la salud o el sentido del propósito. Sin embargo, este estado de bienestar no es constante ni absoluto. Dado que los seres humanos estamos condicionados para experimentar toda clase de emociones, la felicidad coexiste con otros sentimientos como el dolor, el miedo, la frustración o la tristeza, los cuales también forman parte de nuestra experiencia emocional “Veó a

personas felices en redes y siento que a veces yo no debería mostrarme triste o cansado; todos parecen felices todo el tiempo” (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, E2).

El significado y la vivencia de la felicidad varían considerablemente entre individuos, ya que dependen de una serie de factores que incluyen la cultura, el entorno social, las experiencias previas y la percepción personal de lo que constituye una vida satisfactoria. Además, la economía juega un papel crucial en la realización y percepción de la felicidad, ya que el acceso a recursos materiales y la estabilidad financiera influyen directamente en la capacidad de las personas para satisfacer sus necesidades básicas, alcanzar sus metas y vivir sin preocupaciones inmediatas sobre su bienestar económico.

Pues sí, en sí el dinero influye mucho en uno, pero tener un estilo de vida así con mucha plata, aparentar, no. Uno como tener lo suyo exactico, que no le falte nada a uno. Para ellos alcanzable porque tienen todo, pero pues para uno falso, pues por el momento. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P4)

El significado del dinero y su cultura influyen de manera significativa en la concepción de la felicidad, ya que las condiciones sociales, a menudo precarias, generan una perspectiva en la que la falta de recursos, servicios y oportunidades distorsiona esta idea. En muchos casos, la felicidad se ha vinculado estrechamente con la prosperidad económica y la acumulación de bienes materiales, lo que puede corromper su verdadero significado. Así, la búsqueda de la felicidad a través de la posesión de bienes materiales puede llevar a olvidar su esencia más profunda. Sin embargo, la felicidad no tiene un único significado universal, ya que es una construcción social que varía según la experiencia y el contexto de cada individuo. Cada persona otorga su propio valor y sentido a lo que considera ser la felicidad, lo que hace que su definición sea única y personal.

Para mí, es que yo pienso diferente no sé, a mí me hace feliz la plata, la felicidad es tener dinero, yo soy feliz así, considero que una persona feliz debe de tener dinero- pues no es que lo vaya a hacer más feliz, pero si es gran parte de la felicidad. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P1)



Figura 1 y 2: Significado de la felicidad.

Las redes sociales pueden consumir mucho tiempo y energía mental, afectando nuestro bienestar. Desconectarse de ellas puede tener un impacto positivo, y para lograr establecer límites claros en cuanto al tiempo que pasamos en ellas, se debe de buscar espacios para compartir con nuestros seres queridos, realizar actividades físicas, planear viajes a lugares de nuestro interés y leer temas de nuestro gusto. Replantear el uso de las redes sociales para el aprendizaje, también es una excelente estrategia para practicar el autocuidado, dedicando tiempo a nuestra salud física y mental, lo cual contribuirá a un equilibrio más saludable en nuestra vida.

Que los pequeños placeres te pueden dar la felicidad, por ejemplo, a mí me da placer viajar y un viaje es algo que uno puede comprar, entonces si yo compro viajes y voy a ese lugar, en ese lugar me siento bien. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P2)

“Cuando entreno estoy bien, entonces yo diría que la felicidad son pequeños placeres que te hacen sentir bien”. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P2)

La felicidad para mí es estar tranquilo, escuchar música, estar relajado, hacer deporte, salir con los amigos, jugar billar, todas esas cosas así me dan felicidad y me relajan mucho, si tengo que describir una persona feliz diría que sea una persona con una salud mental muy estable, que tenga una mascota que escuche música y que le guste el fútbol y que esté enfocado en su futuro. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P5)



Figura 3, 4 y 5: Actividad (*Muro de la felicidad*).

Se puede concluir que los participantes tienen una percepción de la felicidad fundamentada en diversos aspectos, como los lazos familiares, las conexiones humanas, los momentos de ocio y los gustos personales. Además, presentan una visión marcada sobre la relación entre la felicidad, el consumo y la economía, considerando que esta se puede alcanzar a través de bienes materiales, prosperidad y éxito, la mayoría de estos pensamientos influenciados por las redes sociales, sus expresiones y respuestas reflejan la influencia de la cultura, sus creencias personales y las enseñanzas adquiridas en sus hogares, donde se enfatiza la idea de que la felicidad está relacionada con el dinero y las posesiones. Sin embargo, también destaca la relevancia de los vínculos familiares, los cuales aportan una dimensión más profunda y genuina al concepto de felicidad, resaltando valores como la esperanza, el amor y la solidaridad. Esto sugiere que, a pesar del enfoque materialista de algunos, persisten significados puros y trascendentales asociados a la felicidad.



Figura 6, 7 y 8: *¿Qué es la felicidad?*

6.2 Influencia de las Redes Sociales

El consumo de contenido en redes sociales relacionado con la cultura terapéutica genera cambios en la cotidianidad individual y social de las y los participantes, creando expectativas irreales sobre la vida perfecta y el bienestar constante, alimentando la presión por cumplir con estándares de felicidad idealizados que circulan en las redes. Las redes sociales tienen una influencia poderosa sobre los gustos y la personalidad, y aunque en muchos casos permiten expresarse y conectar con otros, también pueden tener efectos negativos al moldear nuestras creencias, emociones y aspiraciones.

Si, las he cambiado en la forma de vestir, yo antes vestía ancho, pero no era porque me gustara, era porque veía a los demás y en redes sociales este tipo de prendas y ya después busqué como mi propio estilo, ya no me dejo influenciar tanto por las redes, ya que antes quería encajar con la sociedad, pero no, a medida que uno va creciendo va uno cambiando esa mentalidad. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P1)

Las redes sociales tienen una influencia constante y significativa en nuestra vida, moldeando nuestros gustos, personalidad y cultura, además de generar una fuerte dependencia hacia ellas. Si analizamos sus aspectos negativos, estas plataformas pueden tener un impacto psicológico considerable, generando una disminución en el bienestar, la autoestima y la autoimagen de los usuarios. Las redes sociales suelen promover expectativas inalcanzables o recompensas de reconocimiento inmediato, lo que puede derivar en frustración, insatisfacción y comparación constante. Esto, a su vez, afecta la salud mental, disminuye la productividad y puede interferir con los sueños y metas personales de quienes las utilizan de manera desmedida.

Sí, principalmente la procrastinación, porque yo veo y me levanto y veo alguna red social y cuando veo ya son las 8, 9, no he hecho nada, no me he levantado de la cama, después ya como que me motivo hago algo, soy productivo 2 horas y vuelvo a caer en la procrastinación y eso sería como lo que he sentido ahí. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P2)



Figura 9 y 10: *Actividad (Nuestras habilidades)*

Las redes sociales, cuando se manejan de manera adecuada, pueden promover el bienestar. El secreto está en saber qué tipo de contenido consumimos. Aunque las redes pueden ser negativas en ciertos momentos, también tienen aspectos muy positivos, como el acceso al aprendizaje en línea, la motivación para cambiar nuestros estilos de vida y el descubrimiento de contenido que fomenta el bienestar. Pueden ser una fuente de inspiración, enseñándonos diferentes modelos de vida y brindándonos herramientas para crecer. Lo fundamental es aprender a discernir qué contenido nos beneficia y nos aporta valor, y qué tipo de contenido nos afecta de manera negativa. Al hacerlo, las redes sociales pueden convertirse en un recurso positivo y enriquecedor.

Intenté tomar el hábito de la lectura, en un momento lo quise mantener, no fui capaz, estoy retomando con él y son cosas que han influenciado y han cambiado mi rutina, por ejemplo, yo intento cada vez que voy a entrenar ser más efectivo en el entrenamiento, hacerlo más seguido y más fuerte y sí. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P2)

Pues si al principio estaba viendo mucho ese contenido porque sentía que tenía una vida no muy saludable, porque era muy sedentario, pero comencé a ver esos videos y vi un buen camino donde ponía iniciar y aún estoy como en eso. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P5)

El consumo de contenido relacionado con la cultura terapéutica en las redes sociales adquiere un papel significativo. En muchos casos, los mensajes sobre bienestar emocional, auto comprensión se presentan como soluciones rápidas para alcanzar la felicidad o superar dificultades. Si bien este tipo de contenido puede ofrecer herramientas valiosas para mejorar la salud mental y emocional de los usuarios, también puede contribuir a un enfoque superficial del bienestar, que se aleja de las experiencias reales, complejas y profundas de las personas. La promesa de una vida sin estrés, llena de plenitud y armonía, puede generar una presión adicional para quienes, en su

cotidianidad, enfrentan luchas reales (económicas, sociales, familiares, políticas y de género) que no se ajustan a esas expectativas.

Es que uno puede ver que las personas son muy felices y que compran lujos y todo eso, pero es que hasta pueden estar más vacíos que uno, tienen más problemas que uno, la felicidad en redes sociales es falsa. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P1)

Las redes sociales y la prosperidad tienen una influencia significativa en la vida de las personas, ya que interactúan con factores como la cultura, la condición socioeconómica y las oportunidades disponibles en su entorno, región y contexto cultural. Estos elementos determinan, en gran medida, el acceso a recursos económicos, educativos y sociales, moldeando las aspiraciones y posibilidades de desarrollo personal y colectivo. Por un lado, las redes sociales actúan como un escaparate que amplifica los contrastes entre diferentes realidades, exponiendo a las personas a estilos de vida idealizados que no siempre reflejan su contexto. Esto puede generar presión social, comparación constante e incluso sentimientos de exclusión o inferioridad en quienes no cuentan con las mismas oportunidades.

Uno casi siempre se visualiza viviendo la vida y experiencias de personas que muestran contenido como influencer, uno quiere la vida de ellos, pero hay otros videos que si lo pueden poner a uno como triste y te centran en la realidad que tienes. Yo describo este tipo de contenido en redes a veces alcanzable porque lo pueden motivar a uno, o depende mucho también de la perspectiva de cada persona y lo que consume en redes. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, P3)

Por otro lado, las redes también pueden ser herramientas poderosas para fomentar la prosperidad, permitiendo el acceso a información, educación en línea, emprendimientos digitales y conexiones globales que abren puertas a nuevas posibilidades económicas y profesionales. Sin embargo, su impacto positivo depende en gran medida de cómo se utilicen y de la capacidad del entorno para brindar las herramientas necesarias para aprovecharlas.

La prosperidad, a su vez, no solo está influenciada por el esfuerzo individual, sino también por las oportunidades estructurales que ofrece cada sociedad, como el acceso a educación de calidad, empleo digno y redes de apoyo. Es en la interacción entre estos factores donde las redes sociales y la prosperidad se convierten en un reflejo del contexto cultural y socioeconómico en el que cada persona vive. “Estoy estudiando mucho porque quiero pasar a la Universidad de

Antioquia, yo sé que puedo lograrlo esa universidad me dará un futuro” (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, E16)

Es que trabajar es muy duro, mis papás se han matado toda la vida en el campo y no tenemos nada, yo estudio y eso pero: ¡ahh! Yo quiero una vida más relajada no matarme tanto, pero también quiero dinero para sacar adelante a mis papás pero no con trabajos tan duros, como Bless salió adelante sin necesidad de estudiar, solo con la música, yo quiero eso. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, E8)

Yo quería ser médica y sé que no es imposible, pero no puedo exigirle esa carrera a mis papás y pasar es muy duro, pero quiero estudiar entonces enfermería, que le queda más fácil a mis papás de manera económica y no me tengo que ir del pueblo, porque no tendría donde vivir en Medellín para estudiar medicina. (Comunicación, personal, 17 de noviembre 2024, E13)



Figura 11 y 12: Actividad (Creando un mundo nuevo)

7 Discusión

Las redes sociales han transformado radicalmente la forma en que las personas experimentan y conceptualizan la felicidad y el bienestar. Este estudio muestra que estas plataformas, al promover una narrativa superficial de bienestar emocional, afectan profundamente la percepción que los usuarios tienen de sus propias vidas. Los hallazgos indican que las redes actúan como un espacio que fragmenta la experiencia emocional auténtica, generando una tensión constante entre las expectativas irreales y las realidades cotidianas.

Una de las principales problemáticas identificadas es la imposición de estándares de felicidad constante, que invisibilizan las emociones negativas y refuerzan la idea de que mostrar vulnerabilidad es inadecuado. Testimonios como “ver personas felices en redes y sentir que no debería mostrarme triste” (E2), reflejan cómo estas plataformas ejercen una presión constante para proyectar una imagen idealizada. Este fenómeno, descrito también por Anzaldo Ortega (2023) en "El pequeño caos entre la familia y las redes", señala que las redes sociales distorsionan la percepción emocional, promoviendo ideales inalcanzables de bienestar.

Este desajuste entre las narrativas virtuales y las realidades emocionales no solo genera frustración, sino que también afecta la autoestima de los usuarios. En línea con esto, López Ponce y Loranca (2023), en "La felicidad basada en lo virtual", argumentan que esta cultura digital ha exacerbado una desconexión entre lo idealizado y lo real, especialmente en adolescentes, quienes son particularmente vulnerables a las comparaciones constantes y a la validación externa.

La relación entre felicidad y bienes materiales emerge como otro eje central en los testimonios analizados. Para algunos participantes, el dinero se percibe como un facilitador de estabilidad emocional y acceso a pequeños placeres, como viajar o practicar deportes. Declaraciones como “tener lo suficiente y que no falte nada” (P4), resaltan la importancia del bienestar económico como un componente de la felicidad. Sin embargo, otros participantes critican la excesiva influencia del materialismo en la búsqueda de bienestar, señalando que las redes sociales refuerzan esta idea al promover estilos de vida idealizados que son, en muchos casos, inalcanzables.

Este fenómeno es consistente con las ideas expuestas en "¿Ser feliz en redes, es real?" de Bernal Copca (2023), donde se advierte que el consumismo extremo promovido en redes desvía la atención de valores más profundos, como la conexión emocional y el autocuidado. La constante

exposición a estos mensajes crea un entorno en el que las comparaciones y la insatisfacción se vuelven inevitables. Avelino Reyes (2023), en "¿Soy los likes y seguidores que tengo?", destaca que estas dinámicas pueden reforzar desigualdades sociales, generando sentimientos de exclusión y descontento (p. 183). Esto se refleja claramente en las experiencias de participantes que afirman que "uno visualiza la vida de los influencers, pero a veces se siente triste porque no es tu realidad" (P3).

No obstante, es importante señalar que algunos participantes reconocen beneficios en enfocarse en pequeños placeres, como compartir momentos con seres queridos o practicar deportes. Estas actividades les permiten encontrar una felicidad más auténtica, alejándose de la obsesión por los lujos promovidos en las plataformas digitales. Este contraste resalta la posibilidad de replantear el uso de las redes sociales hacia un enfoque más equilibrado y consciente.

El consumo de contenido motivacional y terapéutico también tiene un impacto significativo en la autoimagen de los usuarios y en sus dinámicas emocionales. Mientras algunos encuentran inspiración en estos mensajes, otros experimentan sentimientos de insuficiencia al compararse con estilos de vida idealizados. Un participante, por ejemplo, señala que "la felicidad en redes es falsa; hay gente con lujos que está más vacía que uno" (P1). Estas declaraciones reflejan cómo las redes perpetúan narrativas simplistas que no consideran la complejidad de las experiencias humanas.

En este contexto, Gutierrez Bautz (2023), en "Redes sociales: ¿vínculos reales o virtuales?", resalta que estas plataformas dificultan la construcción de una identidad auténtica, al priorizar la validación externa sobre el autoconocimiento y el bienestar integral. Sin embargo, algunos usuarios logran identificar aspectos positivos, como la mejora de hábitos de ejercicio o la reflexión sobre el uso del tiempo, mostrando que las redes pueden tener un impacto positivo si se utilizan de manera consciente. Esto coincide con las ideas presentadas en "¿Ser feliz o encajar en la sociedad?" de Vidal Catalán (2023), donde se destaca que estas plataformas pueden inspirar crecimiento personal y hábitos más saludables si se emplean con un propósito claro.

Un aspecto crucial identificado en los testimonios de esta investigación, es la interacción entre las aspiraciones moldeadas por las redes sociales y las limitaciones estructurales del entorno socioeconómico de los usuarios. Las redes sociales amplifican las desigualdades al actuar como un escaparate que expone estilos de vida deseables pero, en muchos casos, inalcanzables. Declaraciones como "quiero estudiar medicina, pero no puedo exigirle eso a mis papás" (E13),

ilustran cómo las condiciones socioeconómicas limitan el acceso a ciertas metas, generando frustración y resignación.

Al mismo tiempo, algunos participantes reconocen que las redes sociales ofrecen herramientas valiosas para el aprendizaje y el emprendimiento. Walker Portilla (2023), en "Los riesgos y beneficios de tener una red social", argumenta que estas plataformas pueden abrir oportunidades significativas para el desarrollo personal y profesional si se usan de manera estratégica. Estas experiencias resaltan la necesidad de educar a los usuarios sobre cómo maximizar los beneficios de las redes sociales mientras se minimizan sus impactos negativos.

Este estudio también enfatiza la importancia de un uso consciente de las redes sociales. Estrategias como establecer límites claros en el tiempo de uso, priorizar contenido educativo y fomentar conexiones auténticas en entornos reales son fundamentales para mitigar los efectos perjudiciales de estas plataformas. López Ponce y Loranca (2023), en "La felicidad basada en lo virtual", sugieren que una actitud crítica hacia el contenido consumido puede ayudar a los usuarios a recuperar el equilibrio emocional, permitiéndoles transformar las redes en herramientas para el desarrollo personal y colectivo.

En conclusión, el impacto de las redes sociales en la percepción de la felicidad y el bienestar de los individuos es profundo y complejo. Las plataformas digitales, aunque ofrecen oportunidades para la conexión y el desarrollo personal, también presentan desafíos significativos relacionados con la positividad tóxica, las expectativas irreales y la validación externa. Tal como señala Sarmiento Rojas (2020), estas dinámicas se intensifican en los adolescentes debido a su vulnerabilidad y a la etapa crítica de formación de identidad en la que se encuentran. La búsqueda de aceptación social y la construcción de una imagen idealizada en redes sociales pueden desviar la atención de experiencias más auténticas y significativas, generando desconexión emocional y dependencia de estas plataformas.

El consumo de contenido motivacional y terapéutico, en particular, refuerza narrativas simplistas que invalidan las emociones negativas y promueven estándares de bienestar inalcanzables. Los hallazgos de este estudio coinciden con investigaciones previas que destacan cómo estas narrativas afectan la autoimagen y la autoestima de los adolescentes, especialmente aquellos con personalidades vulnerables o contextos familiares disfuncionales (Gómez y Marín, 2017, como se citó en Sarmiento Rojas, 2020). La tendencia a comparar sus propias vidas con las

representaciones idealizadas de influencers y otros usuarios incrementa la insatisfacción personal, exacerbando sentimientos de exclusión y ansiedad.

Sin embargo, las redes sociales también ofrecen posibilidades positivas. El acceso a contenido educativo, el fortalecimiento de hábitos saludables y la oportunidad de interactuar con comunidades de interés son ejemplos de cómo estas plataformas pueden contribuir al crecimiento personal. Sarmiento Rojas (2020) subraya la importancia de un uso moderado y consciente de estas herramientas, así como la necesidad de establecer límites claros para equilibrar el tiempo en línea con las responsabilidades y las relaciones interpersonales presenciales.

Este análisis resalta la importancia de abordar el fenómeno de las redes sociales desde una perspectiva crítica y reflexiva. Es necesario promover la alfabetización digital y emocional para que los usuarios desarrollen habilidades que les permitan discernir entre contenido enriquecedor y aquel que perpetúa expectativas poco realistas. Del mismo modo, fomentar la conexión con valores profundos, como la solidaridad, el amor y la esperanza, puede contrarrestar las narrativas superficiales que dominan las plataformas digitales.

En última instancia, el equilibrio entre el consumo digital y la construcción de relaciones auténticas es esencial para mitigar los impactos negativos de las redes sociales. Si bien estas plataformas son una parte integral de la vida moderna, es fundamental que los individuos, especialmente los adolescentes, aprendan a utilizarlas de manera que promuevan su bienestar integral y contribuyan a su desarrollo como personas autónomas y resilientes.

8 Conclusiones

El acceso a redes sociales tiene un impacto significativo en la percepción que los estudiantes tienen de la salud mental y de sí mismos. La exposición constante a mensajes de "positividad tóxica" hace que algunos estudiantes minimicen sus problemas y emociones, sintiendo que deben aparentar estar siempre bien. A partir del taller, los estudiantes pudieron reconocer el valor de aceptar y expresar sus sentimientos reales, promoviendo un espacio de reflexión y aceptación personal dentro del aula. La escuela San Vicente, al estar ubicada en una zona accesible para estudiantes de diversas condiciones socioeconómicas y recién remodelada, también facilita un entorno seguro donde los estudiantes pueden explorar temas de salud mental y relacionarse fuera de los ideales de las redes sociales.

La percepción idealizada de la vida que se presenta en redes sociales parece influir en el desarrollo de una visión poco realista del futuro entre los estudiantes. Al no estar habituados a considerar el fracaso como parte del proceso de crecimiento, estos jóvenes pueden enfrentar mayores dificultades en su transición a la adultez, especialmente en términos de resiliencia y de habilidades para sobreponerse a situaciones adversas. La carencia de planificación y cuestionamiento sobre sus metas, junto a una baja capacidad para aceptar el fracaso, puede generar obstáculos en su vida personal y profesional.

Los talleres ofrecieron una oportunidad significativa para que los estudiantes reflexionaran sobre su futuro y la importancia de visualizar tanto sus metas como los pasos necesarios para alcanzarlas. Este espacio también les permitió comprender que el fracaso es un componente esencial en el camino hacia el éxito y la superación personal, lo cual podría ser determinante para el fortalecimiento de su resiliencia.

Las redes sociales tienen un impacto ambivalente en la percepción de la felicidad y el bienestar. Por un lado, generan presión social, desconexión emocional y narrativas idealizadas que dificultan la autoaceptación, y, por otro lado, ofrecen oportunidades para el aprendizaje y el crecimiento personal cuando se utilizan de manera consciente. Este análisis subraya la necesidad de fomentar un equilibrio entre el consumo digital y el desarrollo de valores más profundos y auténticos que trasciendan las narrativas superficiales promovidas por las plataformas digitales.

Referencias

- Alarcón, R. (2015). La idea de la felicidad. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 5(1), 6-9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5168773>
- Anzaldo Ortega, A. (2023). EL PEQUEÑO CAOS ENTRE LA FAMILIA Y LAS REDES. En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *‘Οράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 145-146). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>
- Avelino Reyes, D. M. (2023). ¿SOY LOS LIKES Y SEGUIDORES QUE TENGO? En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *‘Οράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 183-186). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>
- Bernal Copca, A. V. (2023). ¿SER FELIZ EN REDES, ES REAL? En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *‘Οράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 141-143). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>
- Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Paidós.
- Castro, R. (2014). Psicologización de la vida. *LOGOS. Anales del Seminario de Metafísica*, 47, 55-79. <https://core.ac.uk/download/pdf/38838822.pdf>
- Congreso de Colombia. (21 de Enero de 2013). Ley 1616 de 2013 – Salud Mental. Así vamos en salud. <https://www.asivamosensalud.org/politicas-publicas/normatividad-leyes/salud-publica/ley-1616-de-2013-salud-mental>
- Contreras, F., y Esguerra, G. (2006). Psicología positiva: Una nueva perspectiva en psicología. *REVISTA DIVERSITAS – PERSPECTIVAS EN PSICOLOGÍA*, 2(2), 311-319. <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/diver/v2n2/v2n2a11.pdf>
- De La Mata, I. (28 de Junio de 2017). *Salud mental y neoliberalismo. Asociación madrileña de salud mental*. <https://amsm.es/2017/06/28/salud-mental-y-neoliberalismo-ivan-de-la-mata-ruiz/>
- Delgado, P. (9 de Mayo de 2020). ¿Qué es el positivismo tóxico? *Instituto para el futuro de la educación tecnológico de Monterrey*. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/positivismo-toxico/>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Inv Ed Med*, 2(7), 162-167. <https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Dominguez, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Rev Cubana Salud pública*, 33(2), 1-11. <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v33n3/spu20307.pdf>
- El Congreso de Colombia. (2006). Ley 1090 de 2006. https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Investigacion/Docs_Comite_Etica/Ley_1090_2006_-_Psicologia_unisabana.pdf

- Ferrero, A. (2022). El carácter destructivo de Walter Benjamin: la violencia de la creación. *Hastapenak. Revista de Historia Contemporánea y Tiempo Presente. Gaurko Historiaren Aldizkari*, (3), 90-102.
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista* [Archivo PDF]. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Francischini, T. (2020). Geert Lovink. Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología. Bilbao: Consoni, 2019, 253 pp. *Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales*, 23(02), 059-061. <https://www.scielo.org.ar/pdf/spilquen/v23n2/v23n2a05.pdf>
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Gustems, J., y Sánchez L. (2015). Aportaciones de la psicología positiva aplicadas a la formación del profesorado. *ESTUDIOS SOBRE EDUCACIÓN*, 29, 9-28. <https://dadun.unav.edu/server/api/core/bitstreams/718aba8a-0bb8-4d60-a5f7-1872b786516d/content>
- Gutierrez Bautz, F. (2023). REDES SOCIALES: ¿VÍNCULOS REALES O VIRTUALES? En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *Όράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 157-159). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación. Quinta edición*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hervás, G. (2009). Psicología positiva: Una introducción. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23(3), 23-41. <https://www.redalyc.org/journal/3475/347568498005/347568498005.pdf>
- Hervey, D. (2008). El neoliberalismo como destrucción creativa. *Apuntes del Cenes*, 27(45). <https://www.redalyc.org/pdf/4795/479548752002.pdf>
- Instituto Europeo de Psicología Positiva. (21 de junio de 2024). Modelo PERMA. *Instituto Europeo de Psicología Positiva*. <https://www.iepp.es/modelo-perma/>
- Kenneth, M. (2012). La psicologización y la construcción del sujeto político como un objeto vulnerable. *Teoría y crítica de la psicología*, (2), 3-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5895474>
- Lopera, J. (2015). Concepto de salud mental, sus implicaciones en las políticas y servicios. *Revistas UdeA*, 32(1), 1-10. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/fnsp/article/view/19792/18466>
- López Ponce, M., y Loranca. (2023). LA FELICIDAD BASADA EN LO VIRTUAL. En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *Όράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 91-93). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>

- Martínez, A., y Medina, O. (2016). La felicidad como tecnología de gobierno en el contexto neoliberal: una exploración de los discursos felicitarios en tres ámbitos. *Revista SOMEPSO*, 1(2), 1-31. <https://revistasomepso.org/index.php/revistasomepso/article/view/71/140>
- Mesurado, B. (2017). "Psicología positiva". En C. E. Vanney, I. Silva, y J. F. Franck (Eds.), *Diccionario Interdisciplinar Austral* (pp. 1-15). https://dia.austral.edu.ar/Psicología_positiva
- Miranda, G. (2018). ¿De qué hablamos cuando hablamos de salud mental? *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 23(83), 86-95. <https://www.redalyc.org/journal/279/27957772009/27957772009.pdf>
- Palomares, J. (2024). *La búsqueda de la felicidad en ética Aristotélica*. Antología de Ética. <https://www.anahuac.mx/mexico/biblioteca/sites/default/files/2023-12/Lectura%202.pdf>
- Papilini, V. (2013). "Tecnologías del yo": entre la gubernamentalidad y la autonomía. En R. Rodríguez Freire (Ed.), *El gobierno del presente. Materiales críticos. Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
- Pavón, D. (2017). Subjetividad y psicología en el capitalismo neoliberal. *Revista Psicología Política*, 17(40), 589-607. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7436946>
- Pons, I. (2008). Psicologización de la vida cotidiana. *Átopos*, 48-53. https://www.atopos.es/pdf_07/psicologizacion-vida-cotidiana.pdf
- Portillo, V., Ávila, J., y W. Capps, J. (2021). Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3(1), 139-149. <https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116/113>
- Prieto-Ursúa, M. (2006). Psicología Positiva: una moda polémica. *Clínica y Salud*, 17(3), 319-338. <https://scielo.isciii.es/pdf/clinsa/v17n3/v17n3a07.pdf>
- Rivera, I. (25 de Agosto de 2021). *Positividad tóxica: Una trampa para nuestra salud mental. Así vamos en salud*. <https://www.asivamosensalud.org/publicaciones/noticias-de-interes/positividad-toxica-una-trampa-para-nuestra-salud-mental#:~:text=Precisamente%2C%20la%20positividad%20t%C3%B3xica%20se,y%20no%20expresen%20emociones%20negativas>.
- Rodríguez, M. (2012). *El taller: una estrategia para aprender, enseñar e investigar* [Archivo PDF]. https://die.udistrital.edu.co/sites/default/files/doctorado_ud/publicaciones/taller_una_estrategia_para_aprender_ensenar_e_investigar_0.pdf
- Sampedro Guamán, C. R., Palma Rivera, D. P., Machuca Vivar, S. A., & Arrobo Lapo, E. (2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 484-490. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-484.pdf>
- Santamaría, E., y Meana, R. (2017). Redes sociales y "fenómeno influencer". Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Miscelánea Comillas*, 75(147), 443-469. <https://revistas.comillas.edu/index.php/miscelaneacomillas/article/view/8433>

- Sarmiento, E. (2020). *Influencia de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes* [Trabajo de grado, UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/fd308ff7-fd9d-453d-a023-a996e2f11525/content>
- Simao, V. (2010). *Análisis y tratamiento de la información* [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona]. https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/41493/6/05.VLS_ANALISIS_Y_TRATAMIENTO_INFORMACION.pdf
- Tobar, L. (2023). Psicología positiva. Un discurso seductor y riesgoso. *Kogoró*, (12), 31-44. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/kogoro/article/view/353284>
- Vásquez, C. (2013). La psicología positiva y sus enemigos: una réplica en base a la evidencia científica. *Papeles del Psicólogo*, 34(2), 91-115. <https://www.redalyc.org/pdf/778/77827025002.pdf>
- Verdugo, M. A., Schalock, R. L., Arias, B., Gómez, L. E, y Jordán de Urríes, B. (2013). CAPÍTULO 19. CALIDAD DE VIDA. En M. A. Verdugo y R. L. Schalock (Eds.), *Discapacidad e Inclusión* (pp. 443-461). Amarú. https://www.researchgate.net/publication/283211086_Calidad_de_Vida
- Vicerrectoría de investigación (s.f.). *Código de ética de investigación de la universidad de Antioquia* [Archivo PDF]. <https://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/e79da6b4-1402-496b-88bc-0dc0321ba827/codigo-etica-udea.pdf?MOD=AJPERES>
- Vidal Catalán, M. (2023). ¿SER FELIZ O ENCAJAR EN LA SOCIEDAD? En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *‘Οράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 187-189). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>
- Walker Portilla, R. (2023). LOS RIESGOS Y BENEFICIOS DE TENER UNA RED SOCIAL. En C. C. Robles Luján, J. C. Ortiz Muggenburg, y L. F. Roldán (Eds.), *‘Οράματα IV. FAMILIA Y REDES SOCIALES* (pp. 95-97). Lambda Editorial. <https://lambdaeditorial.com/wp-content/uploads/2024/01/Oramata-IV.-Familia-y-redes-sociales2.pdf>

Anexos

Anexo 1. Consentimiento Informado

Consentimiento Informado

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa: Psicología

INVESTIGACIÓN TITULADA

Impacto Psicológico frente al Consumo de Contenidos Relacionados con la Psicología

Positiva por medio de las Redes Sociales en Estudiantes de la Institución Educativa San

Luis, Sede San Vicente del Municipio de Yarumal, Antioquia, Colombia

Yo _____, identificado con número de cédula _____, en calidad de representante y acudiente del estudiante _____ de la institución educativa _____, manifiesto que estoy informado acerca de la propuesta presentada por las estudiantes de psicología, Jhoana Areiza Pérez y Yaritza Blanquicett Barrientos. Esta propuesta incluye la realización de varios talleres y entrevistas destinadas a la comunidad estudiantil; es importante destacar que la participación en estas actividades es completamente voluntaria y gratuita, permitiendo que los estudiantes decidan libremente su involucramiento en las mismas.

Además, se asegura que todos los datos recopilados durante estos talleres y entrevistas serán manejados con el más alto grado de confidencialidad; al igual que la identidad de los participantes y cualquier información personal proporcionada, estarán protegidas y se utilizarán únicamente con fines académicos y de investigación, respetando en todo momento la privacidad de los involucrados, puesto que sus nombres no aparecerán en la publicación del trabajo de grado, se utilizarán códigos para nombrarlos.

Con el objetivo de recopilar de manera exacta las entrevistas, se solicita el permiso para grabarlas en audio, para luego transcribirlas y generar resultados. Los audios se utilizarán exclusivamente para la presente investigación y no serán publicados.

De esta manera, expreso mi conformidad y respaldo a esta iniciativa, confiando en que contribuirá positivamente al campo de conocimientos de la psicología.

Firmas:

Acudiente: _____ Investigadoras: _____

CC: _____ CC: _____

CC: _____

Estudiante: _____

ID: _____

Anexo 2. Preguntas Entrevista Semiestructurada

1. ¿Qué redes sociales utiliza con mayor frecuencia? (Selección múltiple)
 - Instagram
 - Facebook
 - WhatsApp
 - Twitter (X)
 - Tik Tok
 - Otras, cuál: _____

2. ¿Cuántos días a la semana utiliza las redes sociales?
 - De 1 a 2 días
 - De 2 a 3 días
 - 3 días en adelante

3. ¿Cuántas horas al día aproximadamente dedicas a las redes sociales?
 - De 2 a 4 horas
 - De 5 a 8 horas
 - De 10 a 12 horas

4. ¿Sueles ver contenido relacionado con la psicología positiva en tus redes sociales?
(Ejemplos: frases motivacionales, vídeos sobre crecimiento personal, etc.)
 - Sí. ¿Qué sueles ver con más frecuencia: videos, imágenes, fotos, frases motivacionales?

- No

5. ¿Has notado algún cambio en tu estado de ánimo o en tu forma de pensar desde que comenzaste a ver este tipo de contenido?

- Sí: ¿Qué cambio has notado?
- No: ¿A qué se debe que no hayas tenido cambios?

6. ¿Alguna vez has aplicado alguna enseñanza o consejo que hayas visto en redes sociales sobre Psicología positiva? ¿Cómo fue la experiencia? ¿Tuvo un impacto en tu vida? Psicología positiva

7. ¿Qué es la felicidad para ti? ¿Cómo es una persona feliz para ti?

8. ¿De qué manera crees que las redes sociales influyen en lo que sabes de felicidad y realización personal? ¿Cómo describirías este tipo de contenido en redes sociales?

9. ¿Alguna vez has sentido presión por cumplir con los estándares de bienestar, éxito o felicidad que se promueven en estos contenidos en redes sociales? ¿Por qué?

10. ¿Alguna vez te has sentido presionado/a para cambiar algo en tu vida debido a lo que ves en redes sociales sobre la felicidad? ¿De qué manera?

11. ¿Has cambiado alguna vez tu rutina diaria o comportamiento para alinearte con lo que ves en redes sociales sobre cómo ser más feliz o productivo/a? ¿Cómo la has cambiado?

12. ¿Qué opinas sobre la idea de que la felicidad puede ser "vendida" o "comprada" a través de productos y servicios promovidos en redes sociales?

13. ¿Qué efectos a largo plazo crees que tiene la exposición constante a mensajes de felicidad y éxito en redes sociales sobre tu bienestar mental?

14. ¿Qué cambios has notado en la forma en que te relacionas con los demás (familia, amigos, pareja) desde que ves contenido sobre felicidad y éxito en redes sociales? ¿Cuáles?