



**Relación entre positividad tóxica y salud mental: Un estudio de las representaciones y experiencias de los jóvenes a través de Instagram en Yarumal**

Aura María Berrío Chavarría  
Sandra Natalia Betancur Hincapié

Trabajo de grado presentado para optar al título de Psicólogas

Asesor  
Mauricio Alexander Arango Tobón, Doctor en Ciencias Humanas y Sociales

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

---

**Referencia**

**Estilo APA 7 (2020)**

Berrío Chavarría, A. M., & Betancur Hincapié, S.N. (2024). *Relación entre positividad tóxica y salud mental: Un estudio de las representaciones y experiencias de los jóvenes a través de Instagram en Yarumal* [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](http://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**

Dedicado a quienes recorren el mundo con una máscara de felicidad, ocultando su verdad más profunda.

A esas almas valientes que, en silencio, anhelan ser vistas y escuchadas por lo que realmente son. A quienes llevan el peso de sonrisas impostadas mientras sus corazones claman por la libertad de ser auténticos, recordándoles que la vulnerabilidad también es un acto de coraje y que la belleza de la vida reside en aceptar todas las emociones que nos hacen humanos.

### **Agradecimientos**

A Ti, Dios, por guiarnos con tu sabiduría a lo largo de este camino. Por ser el faro en los momentos de duda y el refugio en nuestras noches más largas, gracias por sostenernos con Tu amor incondicional y darnos la fuerza para continuar.

A nuestras familias, quienes han sido el cimiento y la brújula de este viaje. Por su apoyo incansable, por estar presentes en cada paso, y por creer en nosotras aun cuando el horizonte parecía incierto. Gracias por ser el puerto seguro al que siempre pudimos regresar y la fuerza que nos impulsó hacia adelante.

A nuestra querida alma mater, el lugar donde crecimos no solo como profesionales, sino como personas. Gracias por enseñarnos a cuestionar, a mirar el mundo con ojos críticos y a valorar la riqueza de la diversidad y el pensamiento reflexivo. Este espacio nos transformó, nos desafió y nos entregó herramientas para forjar nuevos caminos.

A Mauricio, nuestro mentor y guía en este proceso. Gracias por tu paciencia, por compartirnos tu vasto conocimiento y por transmitirnos serenidad en los momentos de mayor tensión. Tus palabras nos animaron a mirar más allá, a desafiar los límites y a continuar aun cuando el trayecto se tornaba difícil.

A nosotras mismas, porque no solo soñamos, sino que caminamos, paso a paso, hacia la meta. Porque tuvimos el coraje de enfrentar el vacío, de sostenernos en los momentos inciertos, y de creer que podíamos lograrlo incluso cuando el camino parecía escarpado. Este logro es el fruto de nuestra resiliencia y determinación.

A todos y cada uno, gracias por ser parte de este sueño hecho realidad. Sus huellas han quedado marcadas en cada página de este trabajo, y su amor y apoyo nos acompañarán siempre en el siguiente capítulo de nuestras vidas.

---

## Tabla de contenido

Resumen .....	8
Abstract .....	9
Introducción .....	10
1. Planteamiento del problema .....	13
2. Justificación.....	18
3. Marco Teórico .....	20
3.1 La Psicología Positiva y la Positividad Tóxica .....	20
3.1.1 Genealogía de lo tóxico en el mundo contemporáneo .....	24
3.1.2 Caracterización de la Positividad tóxica.....	27
3.1.3 Otras perspectivas sobre la positividad en el mundo contemporáneo .....	30
3.1.3.1 Los sesgos cognitivos.....	31
3.1.3.1.1 Ilusiones cognitivas .....	32
3.1.3.1.2 Falso consenso.....	32
3.1.3.1.3 La ilusión de control.....	32
3.1.3.1.4 El optimismo ilusorio .....	33
3.1.3.1.5 Optimismo no auténtico .....	34
3.1.3.1.6 "Positividad" o "enaltecimiento del yo.....	34
3.1.3.1.7 Falsa unicidad.....	35
3.2 La salud mental y la positividad tóxica.....	35
3.2.1. Las emociones y la positividad tóxica .....	44
3.3 Las redes sociales y la positividad tóxica.....	47
3.3.1. La Positividad tóxica y la red social Instagram .....	51
3.4 Positividad tóxica y COVID-19 .....	53
4. Objetivos .....	56

---

5. Metodología .....	57
5.1 Tipo de investigación .....	57
5.2 Método .....	59
5.3 Técnica de recolección de información: entrevista semiestructurada .....	60
5.4 Muestra /participantes .....	62
5.5 Unidad de trabajo .....	63
5.6 Unidad de análisis .....	63
5.7 Plan de recolección de la información .....	63
5.8 Plan de análisis de la información .....	65
5.8.1 Transcripción .....	65
5.8.2 Codificación .....	66
5.8.3 Construcción de categorías .....	67
5.8.4 Escritura .....	68
5.9 Consideraciones Éticas .....	68
6. Resultados y discusión .....	72
6.1 Redes sociales y comportamiento digital .....	75
6.1.1 El consumo de contenido en redes sociales y la presentación del yo digital .....	76
6.1.1.1 Patrones de consumo y personalización del contenido digital .....	76
6.1.1.2 La gestión de la identidad digital .....	82
6.1.2 La telaraña de la influencia: redes sociales y su impacto en la vida cotidiana .....	90
6.1.2.1 La asincronía emocional: cuando el “estar bien” se impone .....	93
6.1.2.2 Cuando lo digital moldea lo cotidiano .....	95
6.1.3 Comparación social y construcción de la identidad en línea .....	101
6.1.3.1 Distorsión de los ideales de belleza .....	103
6.1.3.1 Resistiendo la uniformidad en el Mundo Virtual .....	112

---

6.2 Percepción, Manifestación y Factores de Influencia de la Positividad Tóxica.....	116
6.2.1 Propósitos de los mensajes positivos .....	117
6.2.1.1 Fachada de bienestar y censura emocional .....	120
6.2.1.2 Pensamiento Positivo como Estrategia Emocional .....	124
6.2.1.3 La función social de la positividad: ¿consuelo o cumplimiento social? .....	128
6.2.2 Conceptualización y percepción de la positividad.....	134
6.2.2.1 Crítica a la exigencia de mantener una actitud positiva constante .....	139
6.2.2.1.1 Reclamando la libertad de sentir sin juicio .....	145
6.2.2.2 Positividad en perspectiva: impacto del contexto y la intención en su recepción	148
6.2.3 Factores que influyen en la percepción de la positividad .....	162
6.2.3.1 Privilegio y recursos: el papel del entorno socioeconómico .....	162
6.2.3.2 El peso social de la gratitud.....	166
6.2.3.3 Positividad como escudo.....	168
6.2.3.3 La ilusión de aceptación.....	172
6.2.3.3 Crianza y experiencias personales.....	174
6.3 Impacto de la positividad tóxica en la salud mental y el Bienestar.....	178
6.3.1 Efectos de la positividad tóxica en la salud mental .....	178
6.3.2 Distorsión de la percepción del bienestar y expectativas sociales .....	183
6.3.3 Expresión y gestión de emociones .....	191
6.4 Alternativas a la positividad tóxica .....	202
6.4.1 Equilibrio emocional y aceptación de la realidad .....	202
6.4.2 Enfoque práctico y pensamiento crítico.....	210
7. Discusión.....	217
8. Conclusiones .....	225
9. Recomendaciones.....	229

Referencias .....231

Anexos.....246

## Resumen

En el presente trabajo de grado se investigan las representaciones que construyen los jóvenes entre 18 y 25 años del municipio de Yarumal, Antioquia, sobre la positividad tóxica y su relación con la salud mental en el contexto de la red social Instagram. Se busca comprender cómo este fenómeno influye en su bienestar emocional y las formas en que lo experimentan en su cotidianidad digital. Para abordar este objetivo, se realizó un estudio cualitativo con diseño fenomenológico, centrado en las vivencias subjetivas de los participantes. Se emplearon entrevistas semiestructuradas para captar sus percepciones, explorando la presión social por mantener una imagen de felicidad constante, los efectos emocionales derivados de esta dinámica y los recursos personales que utilizan para resistir dichas imposiciones. Los hallazgos evidencian que la positividad tóxica, al imponer una narrativa de optimismo excesivo, genera sentimientos de inadecuación, ansiedad y autoexigencia entre los jóvenes, quienes a menudo reprimen emociones consideradas "negativas". Sin embargo, también emergen recursos como el pensamiento crítico y el cuestionamiento de los mandatos sociales, los cuales funcionan como factores protectores frente al impacto de este fenómeno. Estos resultados permiten concluir que las redes sociales y la publicidad actúan como principales difusores de la positividad tóxica, perpetuando un ideal consumista que refuerza expectativas irreales de bienestar. Asimismo, se subraya la necesidad de aceptar y gestionar de manera equilibrada las emociones para contrarrestar los efectos adversos de esta tendencia. Finalmente, se propone continuar investigando las implicaciones culturales y psicológicas de la positividad tóxica en la juventud.

*Palabras clave:* positividad tóxica, salud mental, Instagram, jóvenes, representaciones sociales, emociones.



---

### Abstract

This thesis investigates the representations constructed by young people aged 18 to 25 in the municipality of Yarumal, Antioquia, regarding toxic positivity and its relationship with mental health within the context of the social network Instagram. It seeks to understand how this phenomenon influences their emotional well-being and the ways they experience it in their digital daily lives. To address this objective, a qualitative study with a phenomenological design was conducted, focusing on the subjective experiences of the participants. Semi-structured interviews were employed to capture their perceptions, exploring the social pressure to maintain a constant image of happiness, the emotional effects derived from this dynamic, and the personal resources they use to resist these impositions. The findings reveal that toxic positivity, by imposing a narrative of excessive optimism, generates feelings of inadequacy, anxiety, and self-demand among young people, who often suppress emotions deemed "negative." However, resources such as critical thinking and questioning of social mandates also emerge, acting as protective factors against this phenomenon's impact. These results suggest that social media and advertising play a central role as key disseminators of toxic positivity, perpetuating a consumerist ideal that reinforces unrealistic expectations of well-being. Furthermore, the need to accept and manage emotions in a balanced way is highlighted as a countermeasure to mitigate this trend's adverse effects. Finally, it is proposed to continue exploring the cultural and psychological implications of toxic positivity in youth.

*Keywords:* toxic positivity, mental health, Instagram, youth, social representations, emotions.

## Introducción

En la actualidad, las redes sociales ocupan un papel central en la vida cotidiana de las personas, especialmente en los jóvenes, quienes las utilizan no solo como un medio de comunicación, sino también como un espacio para construir y proyectar su identidad. Entre estas plataformas, Instagram destaca como un entorno visualmente dominante donde las narrativas de éxito, felicidad y perfección suelen ocupar un lugar preponderante. Este contexto ha dado origen a fenómenos complejos como la positividad tóxica, término que alude a la imposición de una visión excesivamente optimista, la cual invalida emociones consideradas "negativas" y fomenta la supresión emocional.

La positividad tóxica, a pesar de su apariencia de bienestar, puede generar efectos adversos en la salud mental, dificultando el manejo adecuado de las emociones y contribuyendo a la creación de expectativas irreales sobre la vida. Frases como "todo pasa por una razón" o "sé positivo, no te quejes" minimizan experiencias legítimas de dolor, tristeza o frustración, lo que podría derivar en sentimientos de culpa, aislamiento emocional e incluso ansiedad o depresión. Este fenómeno es especialmente relevante en los jóvenes de 18 a 25 años, ya que esta etapa de la vida está asociada con el desarrollo de la identidad y el manejo emocional. La investigación sugiere que este grupo etario es particularmente vulnerable a los efectos de las redes sociales debido a su uso intensivo y a la influencia de estas plataformas en la construcción de la identidad y la autoestima (ver, por ejemplo, estudios de Twenge y Campbell, 2018). Por tanto, la exposición constante a mensajes de positividad puede tener un impacto significativo en su percepción de sí mismos y del mundo que los rodea.

El presente trabajo de grado tiene como propósito principal comprender las representaciones que construyen los jóvenes de Yarumal, Antioquia, sobre la positividad tóxica y su relación con la salud mental en Instagram. A partir de este objetivo, se busca responder a la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las representaciones y experiencias que tienen los jóvenes sobre la positividad tóxica y cómo se relaciona este fenómeno con su bienestar emocional en el contexto de Instagram? Este análisis se enmarca en un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas semiestructuradas como herramienta principal para captar las vivencias y percepciones de los participantes.

El interés por abordar este tema surge de la creciente influencia de las redes sociales en las dinámicas emocionales y sociales de los jóvenes. Aunque se han realizado investigaciones sobre el impacto general de las redes en la salud mental, el concepto de positividad tóxica sigue siendo un área poco explorada, particularmente en contextos locales como el de Yarumal. Este vacío académico representa una oportunidad para aportar conocimiento que permita entender cómo los jóvenes navegan entre la presión de proyectar imágenes de felicidad constante y la necesidad de gestionar sus emociones auténticas.

Desde un punto de vista teórico, este estudio se fundamenta en conceptos de la psicología positiva, el manejo de emociones, y las distorsiones cognitivas asociadas a las interacciones en redes sociales. Además, se analiza cómo la cultura digital refuerza narrativas de éxito y optimismo excesivo, promoviendo la invisibilización de las emociones negativas y estableciendo mandatos emocionales que pueden ser perjudiciales para el desarrollo emocional y social de los jóvenes.

La relevancia de esta investigación no radica únicamente en su contribución al ámbito académico, sino también en su potencial impacto práctico. Identificar los efectos de la positividad tóxica podría permitir diseñar estrategias de intervención que promuevan una gestión emocional más equilibrada, tanto a nivel individual como comunitario. Esto incluye fomentar una mayor conciencia sobre la importancia de aceptar y expresar todas las emociones, desmitificar la necesidad de aparentar bienestar constante y generar espacios de diálogo donde los jóvenes puedan sentirse auténticos y valorados por su complejidad emocional.

En síntesis, este trabajo está estructurado de manera que, tras la introducción, se presenta un planteamiento detallado del problema y la justificación de la investigación. Luego, se desarrollan los objetivos y preguntas de investigación, seguidos por el marco teórico, que establece las bases conceptuales para el análisis.

En cuanto a las cuestiones metodológicas, este estudio adopta un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico, el cual se centra en comprender las experiencias y significados atribuidos por los jóvenes de Yarumal, Antioquia, al fenómeno de la positividad tóxica. Se emplearon entrevistas semiestructuradas como principal herramienta de recolección de datos, permitiendo capturar narrativas ricas y subjetivas sobre la interacción con mensajes optimistas en Instagram y

su impacto en la salud mental. El análisis se llevó a cabo mediante la codificación de las entrevistas, lo que permitió identificar patrones, categorías y temas emergentes relacionados con las vivencias de los participantes, asegurando un rigor interpretativo respaldado por la literatura existente.

En términos de los principales hallazgos, el estudio revela que la positividad tóxica, al imponer una narrativa de optimismo constante, genera sentimientos de ansiedad, culpa y autoexigencia en los jóvenes, quienes tienden a reprimir emociones consideradas negativas. Asimismo, se identificó que las redes sociales, especialmente Instagram, funcionan como plataformas que amplifican estas dinámicas a través de la promoción de ideales de felicidad y perfección. Sin embargo, también emergen recursos protectores, como el pensamiento crítico y la capacidad de cuestionar los mandatos sociales, los cuales permiten a algunos participantes resistir los efectos nocivos de este fenómeno. Estos hallazgos subrayan la necesidad de fomentar una gestión emocional más equilibrada y reflexiva en la juventud, que valore la autenticidad emocional frente a la presión social.

Finalmente, se describen los resultados obtenidos y se discuten a la luz de la literatura existente. El trabajo concluye con reflexiones críticas, conclusiones y recomendaciones orientadas a promover estrategias prácticas y culturales que permitan abordar de manera integral el fenómeno de la positividad tóxica en la juventud.

## 1. Planteamiento del problema

En la era digital y de la conectividad en la que vivimos, las redes sociales han adquirido un papel fundamental en la forma en que nos comunicamos, interactuamos y percibimos el mundo que nos rodea. Estas plataformas se han convertido en espacios donde se comparten experiencias, se expresan opiniones y se buscan conexiones con otros, entre ellas centraremos nuestra atención en Instagram, la cual ha emergido como un espacio que fomenta la presentación visual de la vida cotidiana y la construcción de identidades digitales. En ese contexto emerge un fenómeno de particular interés que es el positivismo tóxico.

El optimismo, entendido como pensamiento positivo, ha sido investigado por numerosos autores bajo diversos nombres, el optimismo disposicional, propuesto por Carver y Sheier (1981); el estilo explicativo descrito por Peterson y Seligman (1984) y la esperanza defendida por Snyder (2000), desde estas investigaciones se asocia el optimismo con un mejor estado de ánimo, mayor satisfacción con la vida; el éxito en la escuela, el trabajo y los deportes; buena salud; y una vida más prolongada (Peterson, 2000). De esta manera, las personas que piensan positivamente también son menos propensas a experimentar “accidentes” traumáticos (Peterson et al., 2001). También se ha demostrado que una visión positiva está asociada con el bienestar social, físico y psicológico (Peterson, 2000), las emociones positivas se relacionan con la recuperación cardiovascular y el adecuado afrontamiento al estrés y a la adversidad (Fredrickson & Levenson, 1998).

Dentro de la psicología ha sido la psicología positiva la que ha realizado grandes aportes al campo del optimismo y las emociones positivas, la cual se plantea como el estudio científico de las experiencias positivas, los rasgos individuales positivos, las instituciones que facilitan su desarrollo y los programas que ayudan a mejorar la calidad de vida de los individuos, mientras previene o reduce la incidencia de la psicopatología (Seligman, 2005). Sin embargo, la positividad se vuelve tóxica cuando se trata de imponer tanto a uno mismo como a los demás (Fisher, 2019), utilizando como mecanismo la evitación a toda costa de la expresión de emociones consideradas negativas y sentir incomodidad. Desde el punto de vista de Rivera (2021), el positivismo tóxico se refiere a vivir en una ilusión de perfección, donde no hay problemas ni desafíos y todo funciona de manera ideal. Esta actitud, implica negar cualquier tipo

de dificultad, lo que puede causar desequilibrios emocionales al confrontar lo deseado con la realidad. Quintero y Long definen el positivismo tóxico como “la sobregeneralización excesiva e ineficaz de un estado feliz y optimista en todas las situaciones” (2019, párr. 6). Argumentan que esta tendencia puede ser perjudicial cuando se utiliza para reprimir, minimizar o invalidar la experiencia de las emociones legítimas humanas como el resentimiento, la tristeza o el enojo, quedando sumergidos en un estado de negación y represión emocional.

Celebrado (2002) observó que la presión para ser feliz y optimista en circunstancias difíciles puede, de hecho, reducir la felicidad. También lleva a las personas a ignorar o negar emociones negativas como la tristeza o la ira, dificultando así su capacidad de evaluar las circunstancias de la vida de manera realista. Cuando la positividad se vuelve tóxica no permite el desarrollo de herramientas de afrontamiento, reflexión profunda sobre los hechos ni la adecuada gestión de emociones, a su vez no permite el crecimiento personal. Es decir, el hecho de reprimir los pensamientos negativos no los elimina, evitar las emociones o pensamientos negativos no hacen que desaparezcan solo hace que se acumulen en nuestro interior y generan mayor sufrimiento, debido al efecto de supresión cognitiva. Wegner et al. (1987) señalaron que el intento de suprimir pensamientos o emociones puede dar como resultado un rebote posterior de la absorción en esos temas. Es decir, cuando ciertos pensamientos son reprimidos, retornan a la mente con la menor provocación y pueden transformarse en preocupaciones obsesivas, de esta manera lo único que se logra es estar todo el tiempo inmerso en un bucle que puede producir preocupación y angustia más que bienestar.

Por su parte, Lukin (como se citó en Callejo, 2022) profundiza en esta temática al enfatizar que, al rechazar las emociones negativas, existe la posibilidad de que estas adquieran una magnitud mayor, lo que inicia un ciclo en el cual tienden a aumentar y acumularse, ya que no se les da el espacio para su procesamiento, y si este patrón continúa, la situación puede volverse insostenible. Lukin aclara que las emociones en realidad actúan como una fuente de información que nos alerta acerca de lo que está ocurriendo en ese momento, aunque no necesariamente nos proporcionan la dirección exacta para nuestras acciones o reacciones.

Uno de los rangos etarios idóneo para el estudio de la positividad tóxica es la adolescencia debido a que es una etapa llena de oportunidades para desarrollarse y fortalecer la identidad personal. La importancia de las interacciones sociales y la satisfacción que estas proporcionan

---

son fundamentales en la vida de los jóvenes. En la actualidad, los dispositivos electrónicos son la opción preferida para uno de los aspectos más significativos de la adolescencia: la interacción social (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF], 2021). Para los jóvenes, las redes sociales son un medio por el cual crean vínculos y desarrollan su libertad y autonomía, creando redes de amigos y grupos virtuales.

Los adolescentes están acostumbrados a las tecnologías, ya que estas han sido parte integral de su entorno desde siempre. Esta familiaridad con la tecnología y el Internet les permite desenvolverse con facilidad y naturalidad, como si no conocieran otro entorno recibiendo el nombre de “nativos digitales”. En esta misma línea no se puede comprender a los adolescentes sin tener en cuenta su contexto y su identidad en el mundo digital (UNICEF, 2021).

Nuestro foco de investigación es la población entre los 18 y los 25 años, la cual atraviesa una de las etapas más importantes de su desarrollo, la juventud, según la UNESCO los jóvenes comprenden la edad entre los 15 y los 24 años, edad en la que pasan por procesos del curso de la vida donde se consolidan aspectos físicos, mentales, emocionales y relacionales que permiten el desarrollo de capacidades y los aprendizajes necesarios para lograr la autonomía. Uno de los escenarios donde se puede evidenciar de manera más contundente la positividad tóxica es en las redes sociales, que han impactado de manera más clara a aquellos que han crecido de la mano del proceso de digitalización y aparición de distintas aplicaciones.

El uso de las redes sociales y el internet se ha convertido en algo rutinario, incluso en muchas de las actividades que se realizan hoy en día están presentes los recursos digitales, así mismo es importante analizar el tipo de contenido que consumen los jóvenes y cómo afecta su desarrollo, de qué manera está moldeando su vida a nivel físico y mental y si las redes sociales tienen un papel importante en su percepción de la realidad. Masciantonio y Bourguignon (2024) analizaron la expresión emocional en Twitter e Instagram demostrando que los mensajes positivos y negativos como el aburrimiento y la lasitud eran más apropiados de publicar en Instagram y los negativos como la ira y la angustia en Twitter, apoyando nuestra postura inicial de que Instagram tiende a reflejar emociones y pensamientos positivos mediante sus publicaciones.

La interacción social se ha reducido a entornos virtuales, situación que se vio reflejada durante la emergencia sanitaria por COVID-19 donde tuvieron un papel protagónico las redes sociales y el Internet (Navarro et al., 2020). Este contexto obligó a las personas a buscar otras formas de comunicación, el confinamiento y el aislamiento social llevó a que el consumo de redes sociales se incrementara y fuera la principal fuente de información en el día a día. En una situación tan compleja como el COVID-19 donde el número de personas fallecidas ascendía y el sistema de salud se paralizó el contenido de lo que se expresaba en las redes sociales mudó a mensajes de motivación y ánimo (Vela, 2021). El escuchar expresiones como “todo está bien”, “siempre sé positivo”, “no te enfoques siempre en lo negativo”, empezaron a generar una forma de enfrentar los sucesos difíciles de la vida de una forma irreal, donde lo único válido era lo positivo y las emociones positivas, dejando de lado la expresión de emociones consideradas negativas como la tristeza o la ira, además de esto el mundo de las redes sociales está lleno de estímulos positivos que mantienen esa ilusión ficticia.

Las personas que tienen problemas de salud mental o que atraviesan un momento complejo hacen uso las redes sociales para encontrar comunidad, apoyo, consejos y mensajes alentadores (Gowen et al., 2012), asimismo, se encontró que casi todos (94%) los participantes con enfermedades mentales utilizan actualmente sitios de redes sociales. Las personas que viven con una enfermedad mental tienen más probabilidades de participar en diversas actividades de redes sociales que promueven la conectividad y la creación de vínculos con personas en línea, así mismo obtienen recursos sobre habilidades para una vida independiente y cómo superar el aislamiento social. Sin embargo, aquí es importante hacer la diferencia entre mensajes que lleven al individuo a afrontar las situaciones y seguir adelante y los mensajes que parecen positivos, pero esconden un mandato o inclinación a la presión y evitación de emociones y causan un gran daño en la recuperación a largo plazo de las emociones negativas. La aceptación y la superación de las propias emociones es la mejor opción al lidiar con las emociones negativas (Campbell-Sills et al., 2006).

Poucke (2022) realizó un análisis crítico del discurso de la positividad tóxica como constructo discursivo en Facebook, analizaron dos corpus de publicaciones de organizaciones que promovían la concientización sobre la endometriosis (una enfermedad crónica invisible) utilizando lingüística funcional sistemática, pragma-dialéctica y teoría crítica. El estudio mostró



---

que los usuarios de las plataformas de redes sociales a menudo participan en movimientos discursivos inspirados por la ideología neoliberal del “pensamiento positivo”, lo que resulta en una plataforma menos inclusiva. Por otro lado, Upadhyay et al. (2022) crearon un conjunto de datos para la clasificación de positividad tóxica de Twitter y un sitio web de citas inspiradoras llamado BrainyQuote, seleccionaron 4250 frases, luego las anotaron y realizaron experimentos utilizando modelos basados en transformadores para la clasificación de texto, las frases se clasificaron en positivas no tóxicas y positivas tóxicas teniendo como resultado que solo el 12% del conjunto de datos se anotaron como positivos tóxicos, este sistema de clasificación marca un importante precedente en la clasificación de la positividad tóxica.

Cabe considerar cómo la presión para mantener una fachada constante de felicidad y optimismo podría incidir en la salud mental de una persona, al dificultar la expresión y el procesamiento de emociones auténticas. Davini et al. (1978) (como se citó en Carrazana, 2003), mencionan que, en el ámbito de la psicología, la salud mental se entiende como un estado de bienestar duradero en el cual una persona se adapta satisfactoriamente, experimenta placer en su vida y está en proceso de alcanzar su autorrealización. Se trata de un estado de bienestar que va más allá de la simple ausencia de trastornos mentales, ya que normalmente se entiende que por la carencia de problemas se experimenta un estado de felicidad, lo que no es necesariamente cierto puesto que como se explicó anteriormente la salud mental se construye en la convergencia de diversos factores y no simplemente la ausencia de situaciones difíciles.

En virtud de estas consideraciones, hemos optado por plantear la siguiente pregunta problematizadora: ¿cuáles son las representaciones que se forman los jóvenes entre los 18 y los 25 años del municipio de Yarumal acerca de la positividad tóxica y su relación con la salud mental en la red social Instagram?

## 2. Justificación

Aunque se ha investigado ampliamente el impacto de las redes sociales en la salud mental y el bienestar emocional de las personas (Martel, 2021), existe una necesidad apremiante de adentrarse en el estudio del fenómeno del "positivismo tóxico" y su manifestación en la popular plataforma de Instagram.

En un mundo virtual donde la imagen y las apariencias juegan un papel crucial, es fundamental analizar cómo las emociones se ven moldeadas y expresadas bajo la constante exposición a frases, actitudes y comportamientos enfocados en resaltar únicamente lo positivo. Esto nos permitirá comprender si la salud mental se ve alterada por las interacciones sociales de los jóvenes en los contextos digitales con relación al positivismo tóxico.

Dentro de la temática del positivismo tóxico en redes sociales, encontramos que en el Municipio de Yarumal hasta el momento no se han hallado trabajos en el contexto local con relación a esta problemática en jóvenes, quienes a menudo se han caracterizado por un mayor involucramiento en el consumo de contenido en redes sociales, dada su etapa de transición postescolar y posiblemente la ausencia de actividades de estudio o empleo. Es relevante subrayar que, a pesar de que la esfera de investigación en cuestión aún no ha sido objeto de un análisis exhaustivo y adolece de una base científica sólida que la respalde; esta misma limitación en sí misma se convierte en un motivador para llevar a cabo una exploración detallada del tema.

La escasez de investigación en esta área no solo refleja una falta de conocimiento consolidado, sino que también abre la puerta a un territorio fértil para el avance del entendimiento humano ya que, si logramos profundizar en las implicaciones y consecuencias del positivismo tóxico en la supresión de las emociones genuinas, podríamos brindar una perspectiva más completa sobre cómo este fenómeno impacta – si impacta - en la vida emocional y psicológica de individuo afectando su bienestar, y a su vez abrir puertas a la introspección y al análisis interno.

Para la psicología es de gran importancia estudiar el fenómeno del positivismo tóxico, debido al posible impacto que puede generar en la salud mental y el bienestar de la comunidad. Al investigar y comprender este fenómeno desde una perspectiva psicológica, se podría

identificar cómo el positivismo tóxico influye en la manera en que las personas procesan y expresan sus emociones. Del mismo modo contribuir al avance del conocimiento en psicología comunitaria y salud mental, proporcionando una comprensión más profunda de los factores que influyen en el bienestar emocional de la población. Además, los hallazgos de la investigación pueden servir como base para futuros programas o intervenciones que aborden el impacto del positivismo tóxico en la comunidad.

### 3. Marco Teórico

La positividad tóxica o el positivismo extremo se caracteriza por imponer una actitud falsamente positiva, generalizando excesivamente un estado de felicidad y optimismo independientemente de la situación, lo que resulta en la supresión de nuestras emociones negativas (Blasco, 2020). Para ahondar en la comprensión de este fenómeno, es crucial explorar los orígenes del movimiento de positividad, así como identificar el momento en que comenzó a ser considerado perjudicial y se le atribuyó el calificativo de "tóxico".

Dado que desde el inicio no ha existido un consenso sobre la terminología que describe este fenómeno, en este trabajo hemos optado por referirnos a él como "positividad tóxica". No obstante, reconocemos y respetamos los términos utilizados por otros autores para hacer referencia al mismo. Asimismo, suscribimos la definición de los profesionales de la salud de The Psychology Group (Quintero & Long, 2019) quienes describen la positividad tóxica como "la extensión exagerada de un estado de felicidad y optimismo que conduce a la negación, minimización e invalidación de la experiencia emocional genuina del ser humano". Long, argumenta que al igual que todo lo que se hace de forma exagerada, "cuando la positividad se utiliza para encubrir o silenciar la experiencia humana, se vuelve tóxica. Al rechazar la existencia de ciertos sentimientos, caemos en un estado de negación y emociones reprimidas".

#### 3.1 La Psicología Positiva y la Positividad Tóxica

Los antecedentes de la Psicología Positiva (PP) se remontan a figuras como William James, Allport y los psicólogos humanistas, así como a conceptos como la eudaimonía aristotélica. Además, muchos psicólogos ya estaban investigando temas relacionados con la PP antes de que se acuñara el término, como el apego, la inteligencia emocional y la creatividad. La PP representa un cambio de paradigma en la psicología al enfocarse en promover la salud, el bienestar y las fortalezas humanas en lugar de simplemente tratar las enfermedades mentales; surgió como una respuesta a la necesidad de equilibrar el enfoque en la enfermedad con el estudio del funcionamiento mental óptimo (Lupano & Castro, 2010).

En sus inicios, se atribuye el surgimiento de la PP al discurso inaugural de Martin Seligman como presidente de la American Psychological Association (APA) en 1998, donde expresó la necesidad de enfocarse en la fortaleza y la virtud, no solo en la debilidad y el daño (Seligman, 2003, p.1). Las definiciones de psicología positiva resaltan su enfoque en el estudio científico de las fortalezas y virtudes humanas, así como en las experiencias subjetivas de bienestar, alegría y satisfacción, en el pasado y presente, y la esperanza y optimismo en el futuro, tanto a nivel individual como grupal. No es un movimiento filosófico ni espiritual; no reposa en la autoridad de un fundador, sino que se basa en la comunidad científica internacional y la evidencia empírica de muchas investigaciones. Cabe resaltar que la PP no niega el sufrimiento humano, al contrario, busca complementar el enfoque tradicional de la psicología centrándose en promover el desarrollo óptimo humano y corrigiendo el desequilibrio hacia los aspectos patológicos (Lupano & Castro, 2010).

Dicho esto, se entiende que la psicología a lo largo de su historia ha ponderado el estudio de las enfermedades mentales y sus tratamientos, pero en la década de los 90, fue cuando se empezó el estudio y la creación de escuelas en el campo de la felicidad. Martín Seligman pionero de la psicología positiva, señaló la necesidad de investigar de manera científica todo lo que contribuye a la felicidad en las personas. A partir de investigaciones y teorías modernas, se concluyó que la felicidad se puede construir enfocándose en tres dimensiones clave: la vida placentera, que implica la promoción de emociones positivas sostenibles; la construcción de una vida buena, que se relaciona con la realización del potencial humano más elevado; y una vida significativa, que está vinculada al altruismo y al ejercicio de la bondad (Seligman, 2002).

Las implicaciones prácticas de la psicología positiva se centran en las intervenciones destinadas a promover el bienestar y la felicidad en individuos, grupos e instituciones. Estas intervenciones no solo se enfocan en describir los aspectos positivos de la experiencia humana, sino que también buscan activamente incrementarlos. La investigación en este campo se enfoca en métodos para incrementar la felicidad, para ello, se han diseñado programas que incluyen actividades como ejercicios de gratitud, escritura de experiencias positivas, establecimiento de metas y uso de fortalezas personales de manera efectiva. Estudios han demostrado que estas intervenciones tienen un impacto significativo en el bienestar psicológico, tanto a corto como a

largo plazo, así que no se trata simplemente de eliminar lo negativo, sino de cultivar activamente lo positivo en diferentes áreas de la vida (Lupano & Castro, 2010).

La positividad por sí misma no es mala; de hecho, la positividad usada de manera adecuada, tratando de identificar las perspectivas optimistas en las situaciones es una excelente herramienta para mejorar nuestro bienestar, muchos de los estudios han corroborado que tener sentimientos positivos como la gratitud, la autoconfianza o la esperanza puede prolongar la vida y mejorar el estado de salud (Carmona, 2021). Incluso, Seligman (2005) decía que cuando las personas experimentan sentimientos positivos se modifican sus formas de pensamiento y acción. No obstante, es igualmente vital desarrollar la habilidad de escuchar y comprender el mensaje que nuestras emociones desean transmitir, sin importar si estas son negativas.

La psicología positiva, cuando se emplea de manera apropiada, puede ser una herramienta muy efectiva; sin embargo, su uso indiscriminado puede generar una visión limitada de la realidad y una sensación de indefensión. Al negar las experiencias dolorosas y perjudiciales, se corre el riesgo de adoptar una visión unidimensional de la vida. Si bien dirigir la atención hacia los aspectos positivos de las diferentes circunstancias puede ser terapéutico y constructivo, llevar esta práctica al extremo podría resultar en una disminución de la capacidad para afrontar las situaciones adversas (Blasco, 2020).

En palabras de Rivera (2021, párr. 3), “la psicología positiva fue malinterpretada, convirtiéndose entonces en una positividad tóxica, la cual puede entenderse como el estado de vivir en una fantasía de un mundo perfecto donde nada produce daño, nada sale mal, todo funciona de forma ideal”. Aunque inicialmente muchos lo promovieron con buenas intenciones, reconociendo sus posibles beneficios para la salud mental, en años recientes, figuras destacadas, profesionales y algunas empresas han distorsionado su mensaje, generando resultados adversos en las personas y llevando a un extremo la positividad. Esto a su vez conduce a una negación de la adversidad, lo que provoca una alteración emocional al contrastar las expectativas con la realidad experimentada.

Barbara Ehrenreich, bióloga y autora del libro *Sonríe o muere: la trampa del pensamiento positivo* (2009), argumenta que el pensamiento excesivamente positivo puede ser engañoso. Ella señala que la sociedad a menudo nos presiona a mantener una actitud positiva como la única

perspectiva deseable. Ehrenreich, quien tuvo cáncer de mama, experimentó que los comentarios positivos eran tan abrumadores que parecían imponer un mensaje: "no tienes permitido sentirte mal". Señala que ignorar por completo lo negativo puede empeorar nuestra calidad de vida. En cambio, sugiere que la inteligencia emocional implica equilibrar el optimismo con una comprensión realista de la situación presente.

Al respecto Delgado (2020) comenta que resulta inviable mantener una actitud positiva todo el tiempo, dado que centrarse únicamente en aspectos positivos no es tan beneficioso como se piensa e incluso podría volverse "tóxico". Menciona que el exceso de una actitud positiva además de afectar las relaciones interpersonales también puede resultar dañino para la salud, por lo tanto, señala que es importante romper con la idea de perpetua positividad y adentrarse en la capacidad de procesar nuestros sentimientos, lo cual nos conduce a una senda de mayor autoconocimiento y una comprensión más profunda tanto de uno mismo como de los demás.

Para Mammoliti, (2023), psicóloga clínica y presentadora de *Psicología al desnudo* (podcast), menciona que este fenómeno del positivismo tóxico está arraigado en nuestra naturaleza; ya que a menudo nos obligamos a sonreír después de un día difícil e incluso podemos intentar transmitir esa actitud a los demás. Sin embargo, fingir que todo está bien puede invalidar nuestros verdaderos sentimientos, lo que puede causarnos malestar al no poder pensar de manera positiva. Mammoliti menciona que la positividad es cuando nos inclinamos a ver el lado favorable de las cosas, pero cuando nos referimos a la positividad tóxica, ya hablamos de una positividad sin base en la realidad, sería como vivir en un mundo de fantasía todo funciona bien y nada sale mal.

De igual forma, afirma que el positivismo tóxico es una actitud infantil, ya que los niños pueden vivir en un mundo de fantasía, pero, para los adultos, esta actitud los vuelve más vulnerables ante situaciones difíciles. Sugiere que para desenvolverse en el mundo adulto, es necesario encontrar un equilibrio entre el optimismo y el pesimismo, donde se combine las expectativas positivas con una dosis de realismo en el medio de ambos extremos, lo que representa la madurez emocional, para ser un poco más explicativa la presentadora presenta un ejemplo donde traza una línea horizontal imaginaria; en el extremo izquierdo se ubica el optimismo, en el derecho el pesimismo y en el medio el realismo, las personas con una positividad tóxica están rozando el borde izquierdo de la línea, y lo más saludable sería acercarse

lo más posible al medio de los dos extremos, es decir, a la realidad. La psicóloga hace referencia a la máxima del oráculo de Delfos, "Nada en exceso", para resaltar que la enfermedad radica en los excesos, mientras que la salud se encuentra en el equilibrio entre los extremos. La clave radica en evitar llevar el positivismo al extremo, entendiendo que para abordar en las emociones negativas no puedes simplemente pasarlas por alto, sino más bien aceptarlas como punto de partida (Blasco, 2020).

### **3.1.1 Genealogía de lo tóxico en el mundo contemporáneo**

La palabra "tóxico" proviene del latín *toxicum*, que a su vez tiene su origen en el griego *toxikon phármakon*, que significa "veneno para las flechas". El término griego *toxikon* se compone de *toxon* (arco) y *phármakon* (veneno). Originalmente, se refería al veneno que los arqueros griegos aplicaban en las flechas para atacar a sus enemigos. Con su adopción por parte del latín, la palabra pasó a denotar veneno en general. Con el tiempo, "tóxico" dejó de aplicarse únicamente al veneno y comenzó a abarcar varios aspectos y situaciones de la vida cotidiana. En este sentido, el uso actual de términos como "relaciones tóxicas" representa una metáfora que transfiere el significado de una esfera semántica a otra (Muro, 2020).

El término "tóxico" también puede ser empleado como un sustantivo, haciendo referencia al nivel de daño que puede causar a un individuo, un animal o una planta. La toxicidad de un tóxico se relaciona directamente con su eficacia: a mayor efectividad, mayor nivel de toxicidad. Los tóxicos, ya sean naturales o artificiales, son sustancias que poseen esta capacidad de causar daño, por lo tanto, cuando un organismo ingiere, toca o inhala un tóxico, puede experimentar una serie de problemas e incluso ponerse en peligro su vida. Es importante tener en cuenta que el efecto tóxico de una sustancia está ligado a la dosis, ya que todas las sustancias tienen cierto grado de toxicidad, siendo aquellas consideradas venenosas las que presentan niveles más altos de toxicidad en comparación con la mayoría (klaassen, 2018).

De acuerdo con la Universidad Nacional Costa Rica "La toxicidad es la capacidad inherente de una sustancia química de producir efectos adversos en los organismos vivos", estos efectos causan deterioro funcional y lesiones patológicas que afectan su funcionamiento y disminuyen su capacidad de respuesta ante factores de riesgo o estrés. Según el período de



exposición necesario para que se manifieste el efecto tóxico, o la duración de este, estos efectos se clasifican en dos grupos: agudos y crónicos.

Ellen K. Silbergeld (1998), quien parte de esta misma definición, en su capítulo sobre toxicología, identifica a los xenobióticos como sustancias extrañas al organismo, que incluyen fármacos, sustancias químicas industriales, venenos naturales y contaminantes ambientales, en contraste con los compuestos endógenos. Silbergeld también aborda el concepto de peligro, describiéndolo como la posibilidad de que la toxicidad se manifieste en un contexto o situación específica, mientras que el Riesgo, lo define como la probabilidad de que ocurra un efecto adverso particular. Este último, se suele expresar como un porcentaje de casos en una población durante un período de tiempo determinado, y su estimación puede basarse en casos reales o en proyecciones futuras a partir de extrapolaciones.

La toxicidad de una sustancia no solo está determinada por sus características químicas y la dosis ingerida, sino también por las particularidades del organismo que la recibe, ya que cada individuo reacciona de manera diferente ante los tóxicos. La exposición continuada a un agente tóxico se considera crónica, lo que puede generar problemas a largo plazo, mientras que una exposición única a una dosis elevada se clasifica como grave, pudiendo ser potencialmente mortal (Klaassen, 2018).

En el ámbito de la regulación, se emplean términos como "categorías de toxicidad" y "clasificación de la toxicidad" para describir dos aspectos importantes. Las categorías de toxicidad se refieren a una clasificación arbitraria de las dosis o niveles de exposición que provocan efectos tóxicos, como "sumamente tóxico", "muy tóxico", o "moderadamente tóxico", siendo más común su aplicación en la toxicidad aguda. Por otro lado, la clasificación de la toxicidad agrupa sustancias químicas según su efecto tóxico principal, como alergénicas, neurotóxicas o carcinógenas, y resulta útil para fines administrativos y de información (Silbergeld, 1998).

Klaassen (2018), por su parte, señala tres etapas del proceso tóxico: exposición, toxicocinética y toxicodinámica. En la fase inicial, la exposición, el tóxico se encuentra en el entorno del organismo vivo, con un riesgo potencial de ser absorbido. En cuanto a la etapa toxicocinética, ocurre cuando el tóxico se desplaza a través del organismo. Aunque la cantidad de

dosis puede ser un indicador de la toxicidad, la cinética, es decir, el movimiento, puede ser el factor determinante, lo que puede resultar en efectos diferentes incluso con dosis equivalentes en el mismo organismo. La toxicodinámica, por otro lado, se refiere a la interacción entre el tóxico y el órgano objetivo, donde se inician los efectos adversos. Esta fase se centra en el estudio de la primera lesión bioquímica que provoca las alteraciones posteriores tras esta interacción (Klaassen, 2018).

En contextos no científicos, se utiliza el término "tóxico" para describir principalmente relaciones interpersonales que causan daños psicológicos significativos a una de las partes involucradas. También se puede aplicar este adjetivo a la persona que es responsable de estos daños. Normalmente, la víctima de una relación tóxica suele tener una autoestima muy baja, lo que facilita que la otra persona ejerza control sobre ella según su voluntad (Pérez & Gardey, 2020).

Según el diccionario en línea de Oxford University Press, en 2018, "tóxico" se convirtió en un término dominante para describir los temas más discutidos del año. Esta palabra se ha aplicado a una amplia gama de situaciones, tanto en el ámbito privado como en el público, abarcando desde sustancias y desechos tóxicos hasta relaciones y comportamientos y ambientes laborales tóxicos (Muro, 2020).

En la sociedad actual, es habitual encontrarnos con individuos cuya presencia puede afectar negativamente nuestra salud mental. Estas personas, conocidas como tóxicas, pueden perturbar nuestra felicidad, estabilidad emocional y su influencia puede manifestarse en diversas relaciones, ya sea con amigos, colegas de trabajo, familiares o parejas. Reconocer y aprender a manejar estas actitudes perjudiciales es esencial para salvaguardar nuestra salud mental. El término "persona tóxica" se refiere a aquellos individuos cuya presencia tiene un impacto negativo en nuestra vida. Estos individuos provocan sentimientos de malestar, ansiedad o negatividad, y mantener una relación saludable con ellos requiere un esfuerzo considerable. Estas conductas tóxicas pueden tener repercusiones adversas significativas en nuestra salud mental, siendo una de las principales causas de estrés y trastornos psicológicos, como la ansiedad y la depresión (Colegio de Psicólogos, 2019).

### ***3.1.2 Caracterización de la Positividad tóxica***

La positividad tóxica se manifiesta cuando se minimizan los propios sentimientos negativos en lugar de reconocerlos, procesarlos y resolverlos. Ejemplos de positividad tóxica incluyen instar a alguien a centrarse únicamente en los aspectos positivos de una pérdida, promover la idea de que el pensamiento positivo resolverá todos los problemas, sugerir que las cosas podrían ser peores y avergonzar a alguien por expresar emociones negativas. Esta represión de las emociones no solo resulta inútil, sino que también dificulta una recuperación efectiva de los efectos negativos de dichas emociones (Campbell-Sills et al., 2006).

En un estudio realizado por Natural Language Processing for Social Media (2022), sobre la creación de conjuntos de datos y modelos de clasificación para la positividad tóxica, se encontraron las siguientes características sobre la positividad toxica:

Fomentar el ocultamiento o la supresión de emociones negativas, – Ejemplo: "Una mente negativa nunca te dará una vida positiva". Fomentar que se centren en la positividad en lugar de procesar las emociones negativas, – Ejemplo: "Cada vez que escucho algo negativo, lo reemplazaré con un pensamiento positivo". Minimizar los sentimientos negativos de alguien. – Ejemplo: "No puedes sentirte solo si te gusta la persona con la que estás a solas". (SocialNLP, 2022)

Este estudio sugiere que invalidar las experiencias podría dificultar un procesamiento saludable de las emociones, por lo cual es esencial reconocer la importancia de permitir y validar tanto las emociones positivas como las negativas para una salud emocional equilibrada.

Por su parte, Fernández (2022) señala que la positividad tóxica suele manifestarse de manera involuntaria después de un período intentando mantener una actitud positiva, ocultando las emociones verdaderas o tratando de evitar los pensamientos negativos. El autor menciona los siguientes indicadores de positividad tóxica que podemos observar en nuestra vida cotidiana: tendencia a desechar todos pensamientos negativos, sentirnos culpables por experimentar emociones genuinas, adoptar una actitud del tipo "podría ser peor", minimizar las emociones de los demás al decirles que miren el lado positivo cuando comparten sus problemas, desestimar las experiencias de otras personas con frases como "todo sucede por una razón", quedarse atrapado en entornos tóxicos al creer que al final todo funcionará. Asimismo, Fernández menciona algunas

frases en relación con la positividad tóxica, y explica que se distinguen por ser absolutistas al incluir conceptos como “siempre”, “sólo” o “todo”. Estos son algunos ejemplos:

Sólo buenas energías, mira el aspecto positivo, agradece siempre lo que tienes, no seas tan negativo, hay un resquicio de esperanza, sé optimista, deberías estar agradecido, siempre podría ser peor, las cosas siempre salen bien, hay muchos más peces en el mar, todo estaba predestinado, sólo mira el lado positivo. (Fernández, 2022)

Otra perspectiva la muestran Quintero y Long (2019), que aluden a la supresión o enmascaramiento de los verdaderos sentimientos, la tendencia a seguir adelante reprimiendo o descartando emociones una o varias emociones, así como el acto de fingir que todo está bien cuando en realidad puede que no lo esté.

Asimismo, se aborda la culpabilidad que puede surgir al experimentar emociones negativas, llevando al individuo a “sentirse culpable por sentir lo que siente”, así como la minimización de las experiencias de otras personas mediante frases como “todo estará bien”, “si yo puedo hacerlo, tú también”, “hay que ser positivos” o similares. Además, se observa la tendencia a intentar cambiar la perspectiva de alguien minimizando su experiencia emocional con frases como "podría ser peor", en lugar de validar sus sentimientos. También se evidencia la vergüenza o el castigo hacia quienes expresan emociones consideradas no positivas, como la frustración, la ansiedad o la tristeza. Frases como "el fracaso no es una opción", "es lo que es", “así pasa” o "no te preocupes, sé feliz" también se mencionan como ejemplos de esta dinámica de positividad tóxica.

Basándose en estas expresiones, Quintero y Long (2019), llegan a la conclusión de que la salud mental y emocional implica una profunda autoconciencia y una comprensión de cómo nuestras acciones y actitudes impactan en nuestro entorno. Si reconoces que promueves la positividad tóxica, es crucial detener este comportamiento. No solo te estás haciendo daño a ti mismo, sino que también estás afectando a las personas cercanas. En lugar de aferrarse a una mentalidad rígida y simplista, es fundamental buscar el equilibrio y aceptar la gama completa de emociones, reconociendo que la vida no es simplemente "todo o nada".

Mammoliti (2023) en uno de sus podcasts en *Psicología al desnudo*, menciona que se hace referencia al optimismo excesivo o lo que se conoce como positividad tóxica cuando se

adoptan comentarios del tipo: "sé positivo", "siempre sonreí", "solo emite buenas vibras" o "fuera pensamientos negativos". Estas expresiones son comunes tanto entre amigos, vecinos y familiares, como en el entorno de las redes sociales y en lugar de ayudar podrían estar causando aún malestar interno en la persona. A menudo escuchamos frases como: "No te preocupes, si te concentras en lo malo, solo atraerás más cosas malas", "No es para tanto", "Podría ser peor", "No estés triste, agradece lo bueno que tienes en la vida". Este tipo de comentarios que, aunque bien intencionados, pueden minimizar las emociones y la complejidad de las situaciones que enfrentamos. Además, las redes sociales refuerzan esta mentalidad con mensajes del estilo: "Ya lo vas a superar", "Hay cosas peores", "Todo sucede por alguna razón", "Mantén pensamientos positivos", "No te preocupes, solo sonríe", o "De todo se aprende".

Rivera (2021) también identifica algunas frases que podrían ser percibidas como tóxicas debido a su simplificación de las experiencias humanas. Por ejemplo, frases como "Mantén una actitud positiva" pueden ignorar la complejidad de las emociones humanas, sugiriendo que la negatividad es siempre indeseable. Del mismo modo, expresiones como "eleva tu vibración" y "good vibes only" pueden minimizar la legitimidad de sentir emociones negativas, promoviendo una falsa positividad. Además, frases como "no dejes espacio a los pensamientos negativos" pueden sugerir que es posible evitar por completo las emociones difíciles, lo cual es poco realista y potencialmente dañino.

Otras expresiones, como "no te preocupes, o atraerás a tu vida lo que más temes", pueden cargar a la persona con la culpa por sus propias emociones, sugiriendo que, si sienten preocupación, son responsables de atraer eventos negativos. Asimismo, la frase "piensa que las cosas podrían ser peores" puede invalidar los sentimientos legítimos de tristeza o enojo, sugiriendo que no tienen derecho a sentirse así si hay personas que están en situaciones peores. La idea de la frase "tienes que encontrarle el lado positivo", puede ser válida en ciertos contextos, pero no debe ignorarse la importancia de permitir y procesar también las emociones negativas. Por último, Rivera (2021) menciona la frase "todo sucede por una razón", sugiriendo que los eventos traumáticos o dolorosos tienen un propósito, lo cual puede ser invalidante para quienes están experimentando dificultades. Por lo anterior, es fundamental reconocer que no todas las experiencias tienen una razón clara y que es válido sentirse confundido o angustiado ante ciertas situaciones.

Según las diferentes perspectivas anteriores, se entiende que la positividad tóxica se manifiesta a través de diversas expresiones y actitudes que minimizan la legitimidad de las emociones negativas y dificultan un procesamiento saludable de estas. Desde la invalidación de las propias experiencias emocionales hasta la minimización de las emociones de los demás, se observa un patrón de negación de la complejidad de la experiencia humana. Asimismo, se encuentra un mensaje que busca reconocer la importancia de permitir y validar tanto las emociones positivas como las negativas para una salud emocional equilibrada, y alejarse de los mensajes absolutistas que promueven una visión simplista de la vida.

La complejidad de la experiencia humana no debería ser reducida a simples máximas positivas, ya que como hemos visto, es crucial permitir espacio para la gama completa de emociones humanas. Es importante reconocer que cada individuo tiene derecho a sus propias emociones, independientemente de la comparación con otras situaciones.

### ***3.1.3 Otras perspectivas sobre la positividad en el mundo contemporáneo***

Fernández (2022) establece una diferencia entre positividad y optimismo señalando que adoptar una mentalidad positiva puede contribuir a reducir los niveles de estrés y promover el bienestar general. Experimentar emociones positivas como la felicidad, la esperanza y la inspiración puede tener un impacto positivo en la salud emocional y cognitiva. El optimismo, por su parte, se basa en la realidad y no ignora las circunstancias, sino que las evalúa desde su perspectiva más favorable. Esto nos permite reconocer y aceptar que las cosas no van bien en un momento dado, pero también nos brinda la esperanza de que pueden mejorar en el futuro. A pesar de que el optimismo es una cualidad saludable, tener un exceso de optimismo frente a la adversidad puede resultar perjudicial y afectar negativamente el bienestar emocional. Si bien el pensamiento positivo puede mejorar los resultados en la vida y disminuir la tendencia a idealizar o tener comportamientos suicidas, el positivismo excesivo puede llevar a las personas a ignorar las emociones negativas.

Las investigaciones previas sobre el nivel de aspiración y la motivación de poder han demostrado que las expectativas influyen significativamente en el comportamiento presente de las personas. Recientemente, se ha observado que al hacer suposiciones sobre lo que puede

deparar el futuro, las personas tienden a adoptar un optimismo excesivo respecto a los eventos negativos y positivos que puedan ocurrir (Sánchez–Vallejo et al., 1998).

Teniendo en cuenta lo anterior, intentaremos abordar algunos sesgos relacionados con el exceso de positividad considerando la distorsión cognitiva.

### **3.1.3.1 Los sesgos cognitivos**

Los sesgos cognitivos se refieren a distorsiones en la percepción e interpretación de fenómenos sociales, el entorno y la propia conducta, que pueden provocar modelos de pensamiento que se alejan de la realidad objetiva (Haselton et al., 2015). Estos sesgos pueden influir en cómo las personas procesan la información y toman decisiones, llevándolas a adoptar perspectivas que no necesariamente reflejan la verdad o la realidad circundante.

Beck et al. (1983) describen las distorsiones cognitivas como patrones sistemáticos de errores que cometen las personas en el procesamiento de la información, los cuales cumplen una doble función. Por un lado, facilitan la percepción errónea de eventos ambiguos o inofensivos como negativos, lo que lleva a experimentarlos de manera desproporcionada. Por otro lado, estas distorsiones mantienen creencias negativas sobre uno mismo, el mundo o el futuro. Estos errores cognitivos resultan de la aplicación inflexible de esquemas mentales, lo que conduce a respuestas mal adaptativas que afectan el funcionamiento general de la persona. Beck sostiene que estas distorsiones están presentes en el procesamiento de información de personas con diversas psicopatologías, como la ansiedad, la depresión, los trastornos de la personalidad y las adicciones. Algunos sesgos cognitivos comunes incluyen el pensamiento dicotómico, la magnificación, la minimización, la externalización de la propia valía, la inferencia arbitraria, el filtro mental o abstracción selectiva, la sobregeneralización, la personalización y el razonamiento emocional. Según esto, cabe resaltar que, al interpretar diversas situaciones, se pueden activar esquemas cognitivos tanto negativos como positivos que conducen a errores o distorsiones en la percepción de la información. Sin embargo, considerando el objetivo del presente trabajo nos adentraremos un poco más en los sesgos cognitivos relacionados con el pensamiento positivo.

Desde la mirada de Concha et al. (2012), los sesgos cognitivos tienen la tendencia de promover conductas optimistas que están asociadas con el bienestar psicológico, sin embargo,

esta actitud conlleva un peligro latente conocido como "autoengaño", que se disfraza como un mecanismo de autoayuda destinado a mejorar el bienestar, pero en realidad genera un distanciamiento de la objetividad (Raude et al., 2020). Aunque el optimismo puede ser beneficioso en muchos aspectos, es importante reconocer cuando puede estar sesgado por percepciones erróneas o una negación de la realidad.

Un proceso cognitivo clave es la intención conductual, que se considera un predictor importante del comportamiento. Este proceso implica la participación de las actitudes de las personas hacia un comportamiento objetivo, las normas percibidas en torno a ese comportamiento y la percepción de qué tan eficaz será su ejecución (Kim & Niederdeppe, 2013). En otras palabras, la intención conductual refleja la disposición mental de una persona para llevar a cabo una acción específica, influenciada por sus creencias sobre la conducta, las normas sociales relacionadas y su confianza en su capacidad para realizarla con éxito.

#### ***3.1.3.1.1 Ilusiones cognitivas***

Las ilusiones cognitivas son un fenómeno psicológico que caracteriza la cognición humana y se refieren a distorsiones en la percepción e interpretación que los individuos hacen sobre sí mismos y su entorno social. Estos sesgos sistemáticos se manifiestan en una autoevaluación excesivamente positiva, una percepción exagerada de control personal o un optimismo ilusorio hacia el futuro (Sánchez et al., 1998).

#### ***3.1.3.1.2 Falso consenso***

El fenómeno del falso consenso implica que las personas proyectan sus opiniones, creencias y comportamientos personales en los demás, lo que lleva a los individuos a creer erróneamente que los demás comparten su misma visión de un hecho. Por lo tanto, se percibe una falsa unanimidad en las percepciones y actitudes, donde los individuos sobreestiman la prevalencia de sus propias opiniones entre el resto de las personas (Ubillos et al., 2003).

#### ***3.1.3.1.3 La ilusión de control***

La ilusión de control se refiere a una sobreestimación de la capacidad personal para controlar eventos negativos, las personas con esta ilusión tienden a creer erróneamente que tienen más control sobre situaciones adversas de lo que realmente tienen (Ubillos et al., 2003).



#### ***3.1.3.1.4 El optimismo ilusorio***

El optimismo ilusorio, como lo señalan Jefferson et al. (2016), se basa en cogniciones poco realistas que se convierten en creencias arraigadas, las cuales no deben ser confundidas con simples deseos o esperanzas. Este fenómeno se considera una estrategia adaptativa frente a situaciones amenazantes, ya que puede ayudar a reducir el estrés emocional asociado con eventos negativos o estresantes. Sin embargo, también puede operar como un mecanismo de negación de la realidad. Aunque proporciona alivio temporal al individuo, esta actitud puede disminuir la probabilidad de que tome medidas adecuadas para enfrentar riesgos reales asociados a situaciones peligrosas o enfermedades que dependen de hábitos conductuales específicos (Sánchez et al., 1998).

El fenómeno del optimismo ilusorio ha sido objeto de estudio desde perspectivas tanto motivacionales como cognitivas. En términos motivacionales, se ha sugerido que este sesgo surge como una forma de evitar experiencias emocionales negativas, mientras que desde una perspectiva cognitiva se argumenta que puede deberse a la falta de información o a las limitaciones cognitivas en el procesamiento de la información. Van der Pligt (1995) identifica seis factores que se han señalado como causas del optimismo ilusorio. Estos incluyen, el control personal percibido sobre los eventos evaluados, el sesgo egocéntrico derivado del mayor conocimiento de las propias acciones, la falta de experiencia personal con ciertos eventos que puede llevar a subestimar su probabilidad de ocurrencia, los estereotipos sobre qué personas son más propensas a experimentar ciertos eventos o enfermedades, el mantenimiento de la autoestima y el autoensalzamiento personal, que lleva a evaluar de manera más positiva la propia conducta y personalidad en comparación con la de los demás, así como las estrategias de afrontamiento utilizadas para protegerse de ansiedades y preocupaciones en situaciones amenazantes, tanto reales como imaginadas.

En un nivel práctico, el optimismo ilusorio conduce a juicios sesgados positivamente sobre el entorno circundante de las personas. Numerosos estudios revisados por Taylor y Brown (1988) han indicado que las respuestas optimistas pueden ser influenciadas por trastornos depresivos moderados o graves, así como por niveles bajos de autoestima y el estado de ánimo en general. Por ejemplo, el estado de ánimo inducido experimentalmente en entornos de laboratorio, como sentirse feliz o triste, tiene un impacto significativo en las estimaciones posteriores de la

probabilidad de que ocurran eventos positivos o negativos relacionados con la salud en el futuro. Aquellas personas que informan sentirse felices tienden a percibir como menos probables las enfermedades graves en el futuro, mientras que esta ilusión desaparece en individuos que informan sentirse tristes (Salovey & Birnbaum, 1989).

El optimismo ilusorio se manifiesta en dos formas: la ilusión de invulnerabilidad y el optimismo irreal. La primera es un fenómeno en el que las personas asumen que experimentarán menos eventos negativos que el resto de la población. Esta ilusión conlleva la creencia generalizada de que se tiene menos probabilidad que otros individuos de enfrentar situaciones adversas como accidentes de tráfico, ser víctima de un crimen o enfrentar dificultades laborales o de salud mental. Por consiguiente, la ilusión de invulnerabilidad ha sido identificada como el mecanismo emocional y cognitivo responsable de la baja percepción de riesgo que las personas tienen respecto a contraer diversas enfermedades importantes (Rothman et al., 1996; Ubbilos et al., 2003). Por otro lado, el optimismo irreal es un fenómeno en el cual las personas tienden a sobreestimar sus posibilidades de experimentar eventos positivos, como obtener un trabajo gratificante y bien remunerado, es decir, estas personas creen que tienen una probabilidad mayor que otras con las que se comparan de experimentar eventos positivos (Sánchez et al., 1998).

#### ***3.1.3.1.5 Optimismo no auténtico***

Álvarez (2021) hace referencia al concepto de optimismo no auténtico, señalando que, si bien varios estudios han demostrado los beneficios del pensamiento positivo, como un elemento que reduce la incidencia de estrés, una inmunidad más robusta y un aumento en la esperanza de vida, el problema surge cuando una actitud excesivamente positiva suprime o minimiza el dolor y el sufrimiento de las personas. Dado que las emociones reprimidas pueden generar un mayor estrés en el cuerpo y en el cerebro, sugiere que deberíamos enfocarnos en aceptar y validar las situaciones difíciles en lugar de evitarlas o negarlas.

#### ***3.1.3.1.6 "Positividad" o "enaltecimiento del yo"***

Se manifiesta cuando las personas atribuyen los resultados positivos de una tarea a sus propias características personales, mientras que los resultados negativos son atribuidos a causas externas (Ross & Fletcher, 1985). Diversas investigaciones han mostrado que este proceso de

atribución se basa en ciertas dimensiones de juicio, como internas-externas, estables-inestables, globales-específicas y controlables-incontrolables (Peterson et al., 1982). El sesgo de "enaltecimiento del yo" se caracteriza por atribuir los éxitos a causas internas, estables y globales, mientras que los fracasos se atribuyen a causas externas, inestables y específicas (Ross y Fletcher, 1985). Este estilo optimista de explicar los resultados personales se relaciona positivamente con el rendimiento académico, la confianza personal, una menor depresión y un mejor estado de salud general (Lee & Seligman, 1997). Por el contrario, cuando las personas explican sus éxitos de manera externa, inestable y específica, se habla de un estilo "pesimista" (Abramson et al., 1978).

Las atribuciones causales pueden verse influenciadas por creencias sobre la justicia en el mundo, donde la tendencia a atribuir los éxitos a factores internos es mayor cuando se cree que las personas obtienen lo que merecen y merecen lo que obtienen. Esto también lleva a que, frente al fracaso de otra persona, se asuma que se debe a sus características personales (Dalbert, 2002; Hafer & Bégue, 2005; Lipkus & Siegler, 1993).

#### ***3.1.3.1.7 Falsa unicidad***

Se refiere a cuando las personas se perciben a sí mismas como más competentes y superiores en atributos positivos y normativos en comparación con la mayoría (Concha et al., 2012). Por ejemplo, muchos conductores creen que son menos arriesgados y más hábiles que el promedio (Svenson, 1981), y las personas tienden a considerarse más inteligentes o habilidosas que la mayoría (Wylie, 1979; Campbell, 1986). Aunque este efecto se ha observado de manera consistente en diversas investigaciones (Alicke & Govorun, 2006), algunos estudios sugieren que puede variar según el criterio de comparación utilizado, ya sea una habilidad o una opinión (Campbell, 1986), o dependiendo de la cultura de los encuestados, siendo más pronunciado en muestras con tradiciones culturales occidentales en comparación con las orientales (Heine y Lehman, 1997).

### **3.2 La salud mental y la positividad tóxica**

Para abordar el concepto de salud mental, es necesario comenzar entendiendo la noción de salud en sí misma, que proviene del término latino *salus*, entendida como el estado en el cual un organismo ejerce todas sus funciones normalmente (Davini et al., 1978). Según Oblitas (2004, p.

3), la salud implica bienestar físico, psicológico y social, y trasciende el enfoque biomédico al considerar la esfera subjetiva y conductual del individuo. No se limita a la ausencia de enfermedades, sino que implica diferentes niveles de vitalidad y adaptación funcional. Por su parte, Dubos (1975) describe la salud como la capacidad de adaptarse al entorno y funcionar en óptimas condiciones dentro de él. Es un estado que también comprende un proceso dinámico y cambiante, ya que estamos constantemente sujetos a cambios en nuestro entorno físico, psicológico y social, lo que requiere ajustes continuos en nuestros esquemas internos.

Según esto, Mebarak et al, (2009), consideran que una persona es normal cuando tiene la capacidad de relacionarse de forma constructiva y adaptable con su entorno, manteniendo un equilibrio cognitivo-emocional y relaciones interpersonales saludables y estables. Sin embargo, no existe una distinción clara entre una persona mentalmente sana y una que no lo está, ya que la salud mental abarca una amplia gama de grados y no se puede identificar una sola característica que demuestre su presencia o ausencia. Además, nadie mantiene constantemente condiciones de salud mental óptima a lo largo de su vida. En relación con esto, De Castro (2000) (citado por Mebarak et al., 2009), señala que, si bien el DSM IV proporciona criterios detallados para el diagnóstico de enfermedades mentales basados en síntomas, evolución, estadísticas y diferenciación, no aborda la experiencia subyacente que subyace a estos síntomas y enfermedades, lo que dificulta la comprensión del significado de la enfermedad mental para quien la experimenta.

La definición y el alcance de la salud mental han sido objeto de debate y controversia en diversas áreas científicas, especialmente en medicina y psiquiatría, que históricamente se han centrado principalmente en criterios médicos para abordarla. Hasta hace poco, el enfoque se limitaba en gran medida a tratar los trastornos mentales, llegando incluso a equiparar la salud mental con la enfermedad mental en muchos escritos y en la atención clínica. La atención de la salud ha puesto mayor énfasis en la recuperación o rehabilitación de las enfermedades que en la prevención de los factores de riesgo y la promoción de conocimientos, hábitos y estilos de vida que fomenten un desarrollo más saludable en las personas (Carrazana, 2003).

Pacheco (2005), menciona algunas características que poseen las personas mentalmente saludables. Estas personas, se sienten satisfechas consigo mismas y son capaces de manejar sus emociones sin ser abrumadas por ellas. Asimismo, pueden enfrentar las decepciones de la vida

sin reacciones dramáticas, mostrando una actitud tolerante hacia sí mismas y hacia los demás. También mantienen relaciones personales satisfactorias, basadas en el amor, el respeto y la confianza, siendo capaces de considerar los intereses de los demás y respetar las diferencias individuales. Además, pueden hacer frente a las demandas de la vida, asumiendo responsabilidades y adaptándose a las circunstancias cambiantes. Planifican para el futuro y enfrentan los desafíos, incluso si sienten cierto temor.

La salud mental es definida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2022), como “un estado de bienestar mental que permite a las personas hacer frente a los momentos de estrés de la vida, desarrollar todas sus habilidades, poder aprender y trabajar adecuadamente y contribuir a la mejora de su comunidad”. Asimismo, argumenta que la salud mental, como componente esencial de nuestra calidad de vida, ejerce una influencia directa en nuestras capacidades individuales y colectivas para interactuar con el entorno que nos rodea. Además de ser un pilar fundamental para el bienestar personal, la salud mental constituye un derecho humano básico y un elemento esencial para el desarrollo tanto a nivel individual como comunitario y socioeconómico. Su alcance va más allá de la mera ausencia de trastornos mentales, manifestándose en un proceso complejo y único para cada individuo, con variados niveles de dificultad y angustia, así como una amplia gama de resultados sociales y clínicos.

Según Guinsberg (2001), desde la perspectiva biomédica, la salud mental se basa en un enfoque de monismo biologicista, donde lo mental se reduce a procesos biológicos. Bajo esta concepción, la personalidad, el comportamiento, los afectos, las emociones y los pensamientos son determinados por causas físicas.

Esto implica que la promoción de la salud, la prevención de problemas y trastornos mentales deben ir más allá de la convencional distinción de la salud mental como un dominio separado de la salud en su conjunto (Posada, 2013). Al respecto, Posada subraya que es imprescindible adoptar un enfoque de salud pública para fomentar la salud mental y prevenir los problemas y trastornos mentales, así como desarrollar estrategias que fomenten la resiliencia y el bienestar emocional en individuos, familias y comunidades. Para lograr la integración efectiva de la promoción de la salud mental en la agenda de la salud pública, es necesario impulsar la innovación, adaptación y evaluación de programas, respaldados por un sólido apoyo político. Esto requiere una colaboración multidisciplinaria entre médicos, psicólogos, epidemiólogos,

bioestadísticos, antropólogos, genetistas y otros profesionales, con el fin de profundizar en el entendimiento de los factores que contribuyen a los problemas y trastornos mentales, así como impulsar la investigación sobre sus causas y tratamientos.

Para Substance Abuse and Mental Health Services Administration (SAMHSA) (2023), la salud mental abarca nuestro bienestar emocional, psicológico y social, y tiene un profundo impacto en nuestra manera de pensar, sentir y comportarnos, así como en nuestra capacidad para manejar el estrés, relacionarnos con los demás y tomar decisiones. Es un aspecto fundamental en todas las etapas de la vida, desde la infancia hasta la edad adulta, dado que los problemas de salud mental pueden incidir de manera significativa en nuestro pensamiento, estado de ánimo y comportamiento. Las enfermedades mentales, que pueden variar en severidad, afectan el funcionamiento cognitivo, emocional o conductual de una persona. Según datos del Instituto Nacional de Salud Mental, aproximadamente uno de cada cinco adultos vive con alguna forma de enfermedad mental. Estos trastornos pueden ser influenciados por una variedad de factores, incluyendo aspectos genéticos, químicos cerebrales, experiencias traumáticas o abusivas, así como antecedentes familiares de problemas de salud mental.

A lo largo de nuestra vida, diversos factores individuales, sociales y estructurales interactúan para influir en nuestra salud mental, pudiendo fortalecerla o debilitarla. Aspectos psicológicos y biológicos como las habilidades emocionales, la predisposición genética y el consumo de sustancias pueden aumentar la vulnerabilidad a trastornos mentales. Asimismo, las condiciones sociales, económicas, geopolíticas y ambientales desfavorables, como la pobreza, la violencia y la degradación del medio ambiente, eleva el riesgo de problemas de salud mental. Estos riesgos pueden surgir en todas las etapas de la vida, siendo especialmente críticos durante los períodos sensibles del desarrollo, como la infancia temprana. Por otro lado, existen factores protectores a lo largo de la vida que aumentan la resiliencia, incluyendo habilidades sociales y emocionales, interacciones positivas, educación de calidad y cohesión social. Las amenazas a la salud mental pueden manifestarse en diferentes escalas sociales, desde desafíos locales que afectan a individuos y comunidades hasta crisis globales como recesiones económicas y emergencias humanitarias. Es importante reconocer que, si bien algunos factores pueden predecir el desarrollo de trastornos mentales, otros pueden no manifestarse como se espera. En última instancia, los determinantes de la salud mental, interconectados entre sí, influyen en la capacidad

de fortalecer o debilitar nuestra salud mental (OMS, 2022). Sin embargo, es importante reconocer que el tema de la salud mental está sujeto a controversia en términos de su conceptualización. Se discute en diversos contextos, incluyendo el clínico, social y cultural. Por consiguiente, vamos a intentar abordarlos por separado.

En el ámbito clínico, durante mucho tiempo se ha equiparado la salud mental con la enfermedad mental, lo que significa que muchas veces las propuestas y perspectivas en este campo se centran exclusivamente en los trastornos mentales. Además, se han aplicado criterios de la medicina tradicional para abordar la salud mental (Dávila, 1994). Según la psiquiatría, la salud mental se define como un estado de equilibrio y adaptación activa y adecuada que capacita a la persona para interactuar con su entorno de manera creativa, promoviendo su propio crecimiento y bienestar, así como el de su comunidad, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de acuerdo con las características específicas de cada individuo (Dávila, 1995). En psicología, la salud mental se define como un estado de bienestar sostenido en el que la persona está adecuadamente adaptada, experimenta satisfacción en su vida y alcanza su pleno desarrollo personal. Este estado positivo va más allá de la simple ausencia de trastornos mentales y se considera una condición normal para el individuo (Davini et al., 1978).

En cuanto al ámbito social, se aborda la salud mental comunitaria como un proceso que engloba el desarrollo integral de los aspectos psicosociales y conductuales, así como la percepción de la salud y la calidad de vida por parte de la población. Este enfoque también considera la forma en que se satisfacen las necesidades básicas, se garantizan los derechos humanos y se proporciona atención a los trastornos mentales. Desde una perspectiva cultural, se analiza la salud mental en relación con las tradiciones arraigadas en una determinada sociedad, lo que incluye prácticas como las de los curanderos, brujos y yatiris, con el objetivo de promover y proteger la salud mental de la comunidad (Tellería & Vía, 2006).

En este sentido, el presente trabajo suscribe la idea de salud mental propuesta por Carranza (2003) que relaciona la salud mental a la vida diaria de las personas y su habilidad para interactuar de manera positiva con su entorno, contribuyendo de forma constructiva a los cambios tanto físicos como sociales que puedan surgir. Esto implica encontrar un equilibrio armonioso entre los propios deseos, habilidades, ideales, sentimientos y valores morales, y las demandas y desafíos que presenta la vida. Así, los Individuos mentalmente sanos se caracterizan por estar

contentos consigo mismos, sentirse a gusto en interacción con otros y abordar los desafíos a medida que se presentan (Carrazana, 2003).

En el contexto local, el Plan Nacional de Salud Mental (PNSM) (2014-2021) establece pautas para ofrecer servicios integrados con un enfoque en la promoción y prevención primaria, destacando la importancia de la salud mental y empleando estrategias efectivas para fortalecer los factores de protección y mitigar los riesgos. Desde una perspectiva de salud pública, se reconoce que los determinantes sociales desempeñan un papel fundamental en la génesis, desarrollo y manifestación de los problemas de salud mental, debido al impacto significativo que ejercen. Además, se considera que los efectos adversos de estos determinantes son prevenibles y que las intervenciones para reducirlos son rentables. El PNSM prioriza los programas destinados a la prevención y tratamiento de la ansiedad y la depresión debido a su alta prevalencia, cronicidad y recaídas, así como su impacto en la calidad de vida y su comorbilidad con otros trastornos de salud. Por lo tanto, se espera que los servicios de urgencias y atención primaria en todo el país estén preparados para abordar estos casos.

Sin embargo, una encuesta realizada por el Ministerio de Salud y Protección Social en colaboración con el Centro Nacional de Consultoría (2023) a 3,430 colombianos mayores de 18 años, con el propósito de contribuir a la actualización de la Política Nacional de Salud Mental, reveló que el 66,3% de los encuestados admitió haber enfrentado algún problema de salud mental en algún momento de sus vidas. Además, se encontró que aproximadamente el 70,9% de la población encuestada rara vez es interrogada sobre su salud mental al acudir a servicios médicos o de enfermería. De aquellos que han utilizado los servicios, el 34,6% los calificó como malos o muy malos, mientras que solo el 24,8% los evaluó como buenos o muy buenos, y el 40,6% los consideró regulares. Por otra parte, el 93,7% de los encuestados considera importante que la salud mental esté integrada en el sistema de salud. Además, el 42% de la población cree que buscar ayuda de un psicólogo o psiquiatra contribuye a su desarrollo personal. Las percepciones expresadas por la población en este estudio confirman nuevamente que solo mediante la implementación efectiva de la atención primaria en salud y el establecimiento de servicios de salud mental comunitarios integrados en el modelo de atención en salud, se podrá asegurar que todos los miembros de la comunidad tengan acceso a este derecho fundamental.



Según Han (2012), en cada período histórico han existido enfermedades características, anteriormente estas se originaban por bacterias o virus, pero en la era contemporánea, las enfermedades predominantes son de naturaleza neuronal, como la depresión, el trastorno por déficit de atención con hiperactividad, el trastorno límite de la personalidad y el síndrome de desgaste ocupacional. Estas enfermedades, argumenta, se atribuyen al exceso de positividad, y la desaparición de las enfermedades virales conlleva la desaparición de la otredad; lo que afecta al individuo ya no proviene del exterior, sino de su propio ser.

Durante varias décadas, tanto en los textos como en los medios de comunicación, se ha enfatizado la importancia del pensamiento positivo, respaldado por diversos autores que argumentan que hay evidencia que respalda cómo este enfoque puede mejorar la salud mental. Por lo tanto, la idea de convertir los pensamientos negativos en positivos parece ser la premisa central de muchos de los *best sellers* más populares, charlas motivacionales y expertos en motivación. Sin embargo, recientemente se ha reconocido que negar o reprimir sentimientos puede generar estrés y obstaculizar el desarrollo de habilidades en las personas para manejar las emociones o pensamientos angustiantes (Martínez, 2023).

Mammoliti (2023) destaca que no siempre es posible mantener una actitud positiva y que, además, mantener una actitud constantemente positiva no es sano, debido a que, aunque es posible entrenar nuestra mente para ser más positivos, exponernos en exceso a la positividad puede acarrear el riesgo de generar más problemas de los que podemos resolver.

Todo es cuestión de grados; lo verdaderamente enfermizo radica en los extremos. Pensar que siempre todo saldrá bien es tan erróneo como pensar que siempre todo saldrá mal, ya que tanto la positividad desmesurada como el pesimismo extremo son polos enfermos. La vida es una concatenación altibajos y aprender a aceptar los matices intermedios es fundamental, por lo tanto, vivir en una fantasía ignorando los aspectos negativos puede tener consecuencias graves (Mammoliti, 2023). Además, argumenta que a veces, lo que realmente necesitamos no es que nos aseguren que todo estará bien, sino que alguien nos escuche sin minimizar nuestros problemas, ya que, además, es difícil expresar nuestras preocupaciones cuando se espera que siempre irradiemos positividad.

Para Madeline Feltner “la positividad tóxica es la creencia de que una persona siempre debe mantener una mentalidad positiva, sin importar que en qué situación se encuentran e invalida las emociones negativas” (2023, p. 3). Quintero & Long (2019) argumentan que, al negar las emociones displacenteras, éstas tienden a aumentar y formar un ciclo en el que crecen y se acumulan, dado que no son abordadas ni procesadas de manera adecuada, hasta que esto puede llevar a una situación insostenible. Entonces, si alguien experimenta enojo, pero no lo reconoce, este sentimiento se puede reprimir y almacenar en lo más profundo de nuestro cuerpo. A pesar de ello, estas emociones reprimidas podrían manifestarse más adelante como ansiedad, depresión o incluso problemas de salud física.

Asimismo, una mentalidad positiva puede resultar en la falta de acción, incluso en situaciones que demandan una respuesta rápida o enérgica. De acuerdo con Sinclair et al, (2020), el sesgo optimista puede tener consecuencias contraproducentes en casos de violencia doméstica, ya que podría exponer a las víctimas a riesgos y dificultar su salida de relaciones abusivas.

Góngora (citado en Universidad de San Sebastián, 2021) argumenta que existe una creciente presión para alcanzar la felicidad extrema, lo que se ha convertido en un imperativo positivo para la formación de la identidad y la existencia en el mundo contemporáneo. Todo lo negativo y la angustia son relegados al olvido. Como resultado, a pesar de parecer paradójico, se ha observado un aumento en los diagnósticos de depresión en los países desarrollados. Las personas pueden optar por suprimir su malestar mediante la evasión o desarrollar adicciones como una forma de escape. De hecho, muchas personas recurren a sustancias químicas en busca de bienestar, lo que puede conducir a un uso excesivo de medicamentos o a la dependencia de fármacos para tratar la ansiedad o la depresión.

Siguiendo esta misma línea, Han (2012), desarrolla la idea de la violencia de la positividad, que se manifiesta como una violencia neuronal saturativa y exhaustiva. En la modernidad tardía, el individuo se ve afectado por un sobrecalentamiento del yo, donde ejerce su autonomía, pero también se convierte en víctima y victimario al explotarse a sí mismo. Para el autor, la autoexigencia interna es la presión más difícil de soportar, ya que la incapacidad de seguir adelante conduce a un destructivo reproche de sí mismo y autoagresión.

Por su parte Teresa Gutiérrez (como se citó en Blasco, 2020), psicopedagoga española y especialista en neuropsicología, advierte que el positivismo tóxico puede acarrear efectos psicológicos y psiquiátricos más graves que la depresión, dado que distorsiona la percepción emocional y puede conducir a una existencia desvinculada de la realidad, lo que afecta negativamente la salud mental. La imposición de la positividad resulta en un aumento del estrés, un debilitamiento de los lazos interpersonales y una reducción de la empatía (Collective Academy, 2023).

Asimismo, Susan David (2018), psicóloga de la Facultad de Medicina de Harvard y autora del libro *Emotional Agility* ("Agilidad Emocional"), afirma que en un estudio que involucró a más de 70,000 participantes, se halló que más de un tercio de ellos se autocriticaba cuando experimentaban emociones negativas, lo que lleva a pensar que la falta de gratitud por nuestras circunstancias y la incapacidad para ver el aspecto positivo de las cosas puede considerarse como una falta grave o un acto delictivo (Fernández, 2022). Esto se encuentra en relación con el hecho de que en nuestra sociedad existe la suposición de que las emociones displacenteras son malas o negativas. Se nos invita a huir del dolor o de la tristeza, en lugar de enseñarnos a gestionarlas (Martínez, 2023).

Un estudio realizado por Joanne Wood, WQ Elaine Perunovic y John W. revela que expresarse positivamente sobre uno mismo de manera no genuina puede tener efectos contraproducentes en el estado emocional, llegando incluso a empeorarlo. Previo al experimento, los investigadores evaluaron la autoestima de los participantes. Luego, les solicitaron que escribieran sus pensamientos y sentimientos durante cuatro minutos, repitiendo la frase "Soy una persona adorable" cada quince segundos mientras realizaban esta tarea. Los resultados de esta investigación indicaron que, para aquellos participantes con una autoestima más baja, la repetición de afirmaciones positivas tuvo un impacto negativo en su estado de ánimo (Wood et al., 2009). Este estudio ilustra cómo los efectos de la positividad superficial pueden llevar a una internalización negativa de la autopercepción, como lo evidencian los informes de los participantes.

### ***3.2.1. Las emociones y la positividad tóxica***

Las emociones guían nuestras acciones para mejorar nuestras posibilidades de supervivencia y asegurar nuestro bienestar. No hay emociones inherentemente positivas o negativas, ya que inicialmente surgen para provocar una respuesta adaptativa a las circunstancias que enfrentamos (Epsiba Psicología, 2019).

Las emociones se componen de tres aspectos fundamentales. En primer lugar, encontramos los componentes cognitivos, los cuales se relacionan con la forma en que procesamos la información y cómo este proceso impacta nuestra capacidad para enfrentar diversas situaciones. En segundo lugar, están los componentes fisiológicos, los cuales se refieren a los cambios involuntarios que ocurren en el sistema nervioso autónomo y endocrino. Estos cambios incluyen variaciones en el ritmo respiratorio, la presión arterial, el tono muscular y la dilatación de las pupilas, entre otros. Por último, están los componentes conductuales, que se manifiestan en el exterior y reflejan la emoción a través del tono de voz, los gestos corporales, las expresiones faciales, entre otros (Epsiba Psicología, 2019).

Las emociones juegan un papel fundamental en nuestra vida. Nos ayudan a identificar cómo responder a estímulos, mejoran nuestra memoria, influyen en nuestro nivel de alerta y nos motivan a tomar medidas que llamen la atención y fomenten la comprensión social sobre nuestro estado emocional. Identificar y estar conscientes de nuestras emociones, en vez de suprimirlas, y manejarlas de forma eficaz son aspectos esenciales para nuestro crecimiento personal y para vencer los desafíos que encontramos (Martínez, 2023).

Antonio Rodellar (como se citó en Blasco, 2020), psicólogo sanitario especializado en trastornos de ansiedad e hipnosis clínica, señala en una entrevista con la BBC que la paleta de colores de emociones humanas incluye emociones desreguladas como tristeza, frustración, rabia, ansiedad y envidia, las cuales son indispensables y proporcionan información sobre nuestro entorno y estado físico por lo tanto no se pueden pasar por alto. Asimismo, destaca que centrarse exclusivamente en las emociones positivas puede conducir a una visión ingenua y poco realista de la vida, lo que nos hace más susceptibles ante situaciones adversas.

Fernández (2022), coincide con esta idea al afirmar que "las emociones negativas forman parte de nuestro proceso de crecimiento, y no debemos evitarlas" (par. 3). Si nos enfocamos

exclusivamente en promover un estado de optimismo generalizado, corremos el riesgo de manejar nuestras emociones de manera inapropiada al evitar reconocer la información adaptativa, funcional y esencial que nos proporcionaría orientación sobre cómo responder ante situaciones o entornos específicos. Por tanto, el autor destaca que ser conscientes de estas emociones y gestionarlas adecuadamente contribuye a nuestro desarrollo personal y nos ayuda a superar los desafíos.

Referente a esto, Martínez (2023) sostiene que las emociones no pueden ser evitadas y ninguna emoción es intrínsecamente negativa; todas desempeñan una función adaptativa. Por tanto, deben ser interpretadas como indicadores internos que guían nuestra supervivencia y nos capacitan para responder ante amenazas, entre otras cosas. No obstante, es importante reconocer que existen emociones que son consideradas positivas por la agradable sensación afectiva que generan, mientras que otras, debido a su valencia afectiva, son menos deseables y etiquetadas como negativas (Epsiba Psicología, 2019).

La positividad tóxica implica la imposición de una mentalidad positiva como la única manera de resolver los problemas, obligando a las personas a evitar o negar cualquier pensamiento negativo y a reprimir emociones negativas. Además, implica la idea de que se debe buscar un aspecto positivo en todas las situaciones, incluso en aquellas que pueden ser dolorosas o trágicas (Rivera, 2021).

Por consiguiente, la positividad tóxica funciona como un mecanismo de evitación. Negamos o eludimos situaciones emocionales que nos hacen sentir incómodo. Cuando sentimos emociones difíciles, las descartamos, las descartamos y las negamos. Held (2002) mostró su preocupación de que la positividad pueda promover el autoengaño al crear una ilusión placentera de uno mismo y de su realidad y advierte que esta burbuja puede estallar por eventos externos.

La positividad tóxica, puede reflejar una falta de empatía hacia aquellos que enfrentan dificultades. Esta actitud puede tener un impacto negativo al inhibir la expresión de emociones legítimas, como la ira o la tristeza, lo que dificulta la resolución de problemas y la implementación de mejoras sostenibles. Además, puede conducir al aislamiento social ya que la presencia de individuos que solo promueven pensamientos felices puede limitar la comodidad para discutir emociones profundas en las interacciones personales, o también puede inducir a los

individuos a esforzarse por mantener una actitud positiva, lo que puede resultar en sentimientos de vergüenza cuando no logran hacerlo. Igualmente, esta presión puede percibirse como una carga por parte de otras personas, quienes podrían sentirse obligadas a fingir que todo está bien en lugar de expresar honestamente sus emociones. Esta conducta puede obstaculizar la comunicación y la resolución de problemas en las relaciones, enviando inadvertidamente el mensaje de que solo se permiten emociones positivas en su presencia, a pesar de las buenas intenciones que puedan tener (Martínez, 2023).

En 1997, Gross y Levenson llevaron a cabo un estudio en el que dividieron a los participantes en dos grupos y les mostraron videos de procedimientos médicos perturbadores, mientras medían sus respuestas al estrés, como la frecuencia cardíaca, la dilatación de las pupilas y la sudoración. Al primer grupo se les indicó que permitieran que sus emociones fluyeran libremente, mientras que al segundo grupo se les pidió que actuaran como si los videos no les afectaran emocionalmente, es decir, que ocultaran sus emociones. Los resultados revelaron que el segundo grupo mostraba una excitación fisiológica mucho mayor que el primero, a pesar de que aparentaban estar calmados por fuera. Esto sugiere que taponar las emociones puede afectar la salud de manera significativa, incluso cuando las señales externas no lo reflejen, el hecho de evitar o negar el sufrimiento también es una forma de sufrir (Mammoliti, 2023).

Según Sally Baker (mencionada por Blasco, 2020), terapeuta y psicóloga británica, el problema de la positividad tóxica radica en la negación de las emociones que experimentamos frente a los desafíos. Baker argumenta que restringir nuestras expresiones únicamente a lo positivo resulta agotador y deshonesto con nuestra propia naturaleza humana, además, obstaculiza el desarrollo de la resiliencia. Esta práctica nos aísla de nosotros mismos nos impide establecer conexiones auténticas con los demás, llevándonos a ocultar nuestra verdadera identidad detrás de una fachada positiva para evitar mostrar nuestras imperfecciones a los demás. Por lo tanto, es de gran relevancia reconocer que cada emoción es importante, “ya que su desarrollo y las respuestas que provoca inciden en la identidad, la relación con los demás y con nosotros mismos” (González & Parra, 2024).

Las emociones orientan nuestro comportamiento con el objetivo de aumentar la probabilidad de supervivencia y de garantizarnos bienestar. Ninguna emoción es positiva o

negativa por sí misma, pues en principio aparecen para generar una reacción adecuada ante la situación que afrontamos (Epsiba Psicología, 2019).

### **3.3 Las redes sociales y la positividad tóxica**

Según Fernández Sánchez (2013), el término red social se refiere a una estructura que facilita a las personas conectar en torno a un interés común, permitiendo el intercambio de contenidos en distintos formatos y la creación de vínculos interpersonales. Asimismo, destaca que su característica distintiva es la capacidad de comunicación a través de la red global.

Considerando que los seres humanos tienen una tendencia natural a la interacción social, las redes sociales pueden satisfacer esta necesidad al facilitar la comunicación y la interacción con otros, superando barreras de tiempo y espacio. Según Altimira (2023), la sociedad contemporánea considera el acceso a Internet como algo indispensable en la vida diaria, especialmente para los jóvenes, quienes han crecido en un entorno donde la red es omnipresente. Tanto el estudio, el trabajo como el tiempo de ocio se han visto integrados con las nuevas tecnologías, reflejando así la transición social hacia la era digital. Sin embargo, aunque el uso de estas plataformas puede contribuir al desarrollo de habilidades digitales e informativas en quienes las utilizan, es importante reconocer que el uso excesivo de las redes sociales podría llevar a una dependencia poco saludable hacia ellas, ya que están disponibles en todo momento, lo que podría normalizar dicho comportamiento.

En los últimos años, el uso de Internet ha experimentado un notable aumento. Según Kemp (2020), el tiempo promedio diario dedicado a Internet a nivel global supera las ocho horas, equiparable a una jornada laboral típica en la mayoría de los países. Dentro de las actividades más comunes en línea, destaca el desarrollo y mantenimiento de relaciones personales, con un cuarto del tiempo diario dedicado a Internet destinado a las redes sociales, lo que equivale a más de dos horas al día para personas de entre 16 y 64 años. Estas plataformas son utilizadas para compartir fotos, opiniones y experiencias, lo que contribuye a fortalecer y cultivar relaciones personales, y, en tiempos de aislamiento, como los que ha impuesto la pandemia, las redes sociales no solo sirvieron para mantenerse conectado con otros, sino que también se convirtió en una herramienta importante para mantenerse informado sobre la situación.

Desde la década de los setenta, los investigadores han mostrado interés en los efectos de los medios de comunicación masivos. McQuail (1979) enfatizó la importancia de estudiar los diferentes tipos de contagio o difusión espontánea a través de los medios de comunicación. Según esta teoría, las funciones de la comunicación masiva se dividen en cinco categorías: cognitivas para fortalecer la información y el conocimiento, afectivas y emocionales, de credibilidad y confianza, de conexiones sociales, y de entretenimiento.

Con el avance de las tecnologías, y su amplio uso en la comunicación, es evidente que los principales objetivos de estas son informar, entretener y persuadir. Sin embargo, más allá de estos propósitos, lo que realmente determina el impacto de cualquier forma de comunicación es el grado de conexión y participación que logra generar en su audiencia. Este nivel de involucramiento es crucial y trasciende los objetivos específicos de la comunicación, independientemente de si el mensaje busca informar sobre un tema específico, entretener a la audiencia con contenido divertido o persuadirlos para que tomen una acción particular, lo que realmente importa es cómo la audiencia responde y se involucra con el mensaje (Pasquel & Valerio, 2021).

Este involucramiento digital se refiere a las diversas experiencias que los usuarios experimentan como resultado de las publicaciones en las redes sociales (Mersey; Malthouse y Calder, 2010) y, a su vez, está condicionado por el formato del mensaje, el tipo de contenido y el momento de la publicación (Pletikosa et al., 2013). Según Sabate et al (2014), el resultado del involucramiento se refleja en el número de "me gusta" y comentarios.

Varios estudios han demostrado señales de presencia de contagio emocional en las publicaciones compartidas en redes sociales. Aunque algunas emociones expresadas en las publicaciones no coincidieron exactamente con las expresadas en los comentarios, en su mayoría pertenecían al mismo tipo (negativas o positivas). El contagio emocional en las redes sociales ocurre cuando las emociones experimentadas por las personas se parecen a las de otras que han sido expuestas a ellas, y estas emociones pueden influir en otros individuos y extenderse de uno a otro. Así una publicación que expresaba preocupación podría generar emociones de malestar (Pasquel & Valerio, 2021). Este hallazgo también está respaldado por los resultados del estudio de Goldenberg & Gross (2020), que sugieren que una prevalente expresión de emociones negativas podría acelerar la propagación de emociones negativas, lo que podría explicar porque



para algunas personas es preferible buscar contenido donde se resalten expresiones positivas ya que para Kramer (2012), las palabras utilizadas en las publicaciones tienen un impacto en las respuestas de otros usuarios, y el empleo de términos positivos amortigua la negatividad.

Por su parte Han (2017), en su obra *La sociedad del cansancio*, menciona cómo la saturación de estímulos positivos en la sociedad occidental puede resultar en frustración e incluso depresión, ya que las personas anhelan encontrar constantemente positividad, una dinámica que se refleja en el uso de las redes sociales. Este fenómeno está estrechamente relacionado con el hecho de que los jóvenes tienden a mostrar y consumir realidades distorsionadas en estas plataformas, todo en busca de un sentido de optimismo.

Han (2017) también explora el imperativo contemporáneo de la felicidad, que exige que seamos buenos padres, alumnos o trabajadores para alcanzarla. Han señala que, en esta búsqueda de la felicidad, no se muestran las dificultades porque no parecen tener cabida en este mundo interpersonal y virtual. La tendencia es mostrarse constantemente feliz y adaptado a la sociedad actual, incluso a costa de explotarse uno mismo. Sin embargo, la felicidad no debería sentirse como una obligación; debe surgir de manera auténtica, sin ser forzada ni exagerada (Mammoliti, 2023).

Al respecto, Góngora (como se citó en Universidad de San Sebastián, 2021) afirma que desde hace un tiempo se ha venido instalando el concepto de positividad tóxica o positivismo extremo, especialmente en el ámbito de las redes sociales, que consiste en que: “se muestra sólo lo bueno, ya sean mis progresos, unas lindas vacaciones y, en el fondo, que tengo una vida feliz” (párr. 3). El psicólogo señala que los adolescentes usan las redes sociales como una manera de ser reconocidos. Además, sostiene que la sociedad está saturada de estímulos y expectativas sobre cómo deberíamos comportarnos y sentirnos, lo que lleva a una uniformidad superficial de la felicidad. Sin embargo, continúa Góngora, la felicidad es una experiencia única y personal para cada individuo. Aquellos que no logran alcanzar este ideal en las redes sociales pueden verse afectados por la toxicidad del positivismo extremo, lo que puede provocar depresión, adicciones o problemas de salud mental. Por ejemplo, la obsesión por alcanzar la perfección física y seguir buscando estándares aún más altos, así como el consumo excesivo de productos o tecnología, pueden resultar en altos niveles de endeudamiento.

El positivismo tóxico en las redes sociales se manifiesta en la sobreexposición de actitudes positivas, aparentemente inquebrantables, en contraposición a la realidad emocional y experiencias auténticas de los usuarios, lo cual se ha vuelto una tendencia notoria en las redes sociales (Universidad de San Sebastián, 2021). A pesar de los beneficios que puede aportar una actitud positiva, la promoción excesiva de la positividad en la compartición de momentos idílicos y momentos destacados en esta plataforma, podría conducir también a la negación o minimización de emociones menos favorables (Blasco, 2020). Leetaru (2019), un empresario y académico en el campo de Internet, plantea que existe un creciente cuerpo de investigación que sugiere que la exposición constante a imágenes perfectamente ideales, en las que cada escena representa la vida en su mejor versión, puede provocar que las personas experimenten menos felicidad al comparar estas imágenes idealizadas con sus propias vidas. En este mismo sentido, Fernández (2022), refiere que la verdadera felicidad no consiste en reprimir las emociones negativas y propagar frases que nos hagan sentir bien, sino más bien en dejarse llevar por lo que sentimos verdaderamente en cada momento y aceptar lo que nos afecta: nuestras emociones, tanto positivas como negativas.

La tendencia de la positividad tóxica ha ganado popularidad en los últimos tiempos, al sostener que la felicidad solo se logra manteniendo una actitud positiva constante. Sin embargo, la positividad tóxica puede ser aún más perjudicial que la negatividad, ya que al menos la negatividad es franca en sus intenciones, mientras que la insistencia en la positividad puede llevar a ignorar la realidad, empeorando los problemas en lugar de resolverlos (Collective Academy, 2023). Cabe aclarar que, en palabras de Fernández (2022), la positividad tóxica no surge de forma intencional, sino que se manifiesta gradualmente cuando se intenta adoptar una actitud positiva todo el tiempo o simplemente se busca evitar pensamientos negativos, en otras palabras, la positividad tóxica se refiere a cualquier intento de ocultar el dolor detrás de una falsa sonrisa.

Baker (2019), como se citó en Blasco (2020), atribuye este problema de la positividad tóxica a las redes sociales, las cuales promueven la comparación de nuestras vidas con las vidas aparentemente perfectas que se exhiben en internet. Se observa una constante tendencia en las plataformas digitales a mostrar una perfección que resulta agotadora y distante de la realidad. Al respecto Baker sugiere que una mayor honestidad acerca de las vulnerabilidades humanas podría fomentar una experiencia emocional más auténtica y liberadora. En este sentido, considera que es

importante reconocer que los seres humanos son capaces de experimentar una amplia gama de emociones y que está bien no sentirse bien en todo momento.

### ***3.3.1. La Positividad tóxica y la red social Instagram***

Basterra y Cabrera (2020) afirman que los jóvenes suelen comparar sus vidas con las que ven en las redes sociales, lo que puede afectar negativamente su autoestima. Además, cuando los usuarios comparten contenido en estas plataformas, buscan también obtener validación por parte de los demás. Con frecuencia, las publicaciones se convierten en una competición por mostrar quién tiene una vida más feliz, cuando en realidad lo que se busca es que los demás lo vean. De esta manera, no solo se compete por aparentar tener la mejor vida, sino que también se busca continuamente la aprobación de los demás. A veces, las personas en las redes sociales publican contenido poco realista sobre sí mismas, lo que puede provocar sentimientos de pérdida de identidad y una disminución de la autoestima. Por lo tanto, el contenido que se comparte en estas plataformas puede ser perjudicial tanto para el usuario que interactúa con él como para aquel que lo publica.

Rivera (2021), apoya esta idea al resaltar que justamente en Instagram, es donde más abundan perfiles que proyectan vidas aparentemente perfectas, con individuos exhibiendo rostros y cuerpos perfectos, luciendo la última moda, promocionando productos en tendencia y compartiendo imágenes de los mejores paisajes y vacaciones que muchos anhelan tener.

Leetaru (2019) señala que Instagram destaca como una de las plataformas más populares en la actualidad, especialmente por su enfoque en imágenes. Los usuarios de esta red social tienden a resaltar fotografías impactantes que transmiten sensaciones de asombro, belleza, paz y felicidad. Sin embargo, esta representación de la felicidad contrasta notoriamente con la toxicidad y el odio presentes en otros medios similares. En cuanto a esta dicotomía, el autor argumenta que Instagram, en lugar de ser vista como un modelo a seguir en la web, podría generar repercusiones negativas en nuestra salud mental debido a este énfasis en una perfección inalcanzable. Así, en lugar de sentirnos inspirados por un flujo constante de imágenes felices, tendemos a comparar nuestras propias vidas con las apariencias idealizadas de los demás. Igualmente, en vez de sentirnos fortalecidos por los éxitos y la buena suerte de algunos, nos sumimos en la desesperación al comparar nuestro propio estatus. Además, en lugar de disfrutar de la belleza

natural del mundo a través de imágenes de vacaciones, nos deprime la monotonía de nuestro entorno cotidiano. Y, por último, en lugar de aceptar nuestras diferencias genéticas, circunstancias y experiencias únicas, nos sentimos inferiores ante aquellos que aparentan tener una salud y un estado físico perfectos.

Leetaru (2019), reflexiona sobre cómo, a través del filtro rosado de plataformas donde "la felicidad es lo primero", solo vemos breves instantes de alegría fabricada en lugar de la realidad completa que rodea esos momentos, lo que nos lleva a comparar nuestra vida entera con estas imágenes efímeras. Asimismo, se cuestiona si necesitamos ver también el lado menos glamuroso y más reales de la experiencia detrás de esas fotos, como los inconvenientes y esfuerzos que conllevan, para entender mejor lo que realmente significa la perfección en nuestras propias vidas imperfectas. En esencia, sugiere que humanizar la perfección al mostrar no solo los momentos ideales, sino también los sacrificios y desafíos que los acompañan, podría ayudarnos a tener una percepción más realista y comprensiva de lo que implica la búsqueda de la perfección en nuestras vidas.

Leetaru (2019) utiliza el ejemplo de la película *Matrix* para reflexionar sobre cómo un mundo perfecto, diseñado únicamente para la felicidad y el placer, fracasó debido a la incapacidad humana de aceptar una realidad sin dolor ni dificultades. El autor argumenta que la perfección absoluta no solo es inalcanzable, sino que también puede ser contraproducente para el desarrollo humano. Además, destaca que las historias más inspiradoras suelen ser las de personas que han superado grandes obstáculos y desafíos, en contraste con aquellas de individuos privilegiados que simplemente disfrutaban de beneficios heredados.

Desde esta perspectiva, Leetaru (2019) plantea una serie de preguntas sobre la relación entre la felicidad y la toxicidad en la *web*, cuestionando si una *web* humanizada sería capaz de hacernos felices y si la presencia de toxicidad y odio es necesaria para que el mundo digital se sienta "real" y nos involucre completamente. Se interroga sobre si una plataforma social que solo transmita felicidad sería suficiente para hacernos sentir bien, o si, por el contrario, necesitamos cierto grado de dolor y sufrimiento para apreciar la felicidad. Estas reflexiones llevan a considerar si la toxicidad es una característica intrínseca del mundo digital o si es un elemento necesario para que lo aceptemos y disfrutemos plenamente. La experiencia de Instagram sugiere, según Leetaru (2019), que incluso una plataforma que promueva exclusivamente la felicidad

puede llevarnos a buscar la tristeza que sentimos, planteando así un interrogante fundamental sobre si la toxicidad no es simplemente una característica inherente de un mundo digital diseñado para los humanos, sino si es un mal necesario para que podamos aceptar y encontrar placer en ese mundo.

### **3.4 Positividad tóxica y COVID-19**

Gutiérrez (citada por Blasco, 2020) señala que el fenómeno del positivismo tóxico ha adquirido una mayor importancia en el contexto de la pandemia de COVID-19, donde se evidenció la necesidad de que las personas mantuvieran su resiliencia ante las situaciones adversas. A pesar de que, durante este periodo singular y desconcertante muchas personas han experimentado sentimientos comunes como la ansiedad, la incertidumbre, la frustración y el miedo, se advierte que un exceso de positivismo tóxico puede ser perjudicial. La positividad tóxica se ha manifestado en consejos que instan a enfocarse únicamente en lo positivo en un momento en el que las personas estaban atravesando pérdidas de vidas, de empleos y otros eventos traumáticos diversos.

Lukin (como se citó en Delgado, 2022), señala que cuando alguien enfrenta la pérdida de un ser querido, la depresión, la ansiedad o temores profundos, recibir respuestas como "todo estará bien" o "no pasa nada" por parte de sus seres queridos puede hacer que sienta que se le niega el acceso emocional o el temor a ser rechazado al expresar sus sentimientos. En este sentido, Lukin nos invita a reflexionar sobre lo complejo que resulta intentar establecer una conexión significativa con alguien que no reconoce la tristeza o la ansiedad.

La positividad, si se convierte en tóxica, puede impedir la capacidad de enfrentar emociones y sentimientos desafiantes que son fundamentales para un crecimiento humano más profundo. La positividad, cuando se torna tóxica, puede limitar la capacidad de enfrentar emociones y experiencias desafiantes que son fundamentales para el desarrollo personal. Según Cherry (2021), insistir en mantener "vibraciones positivas" en momentos de intensa angustia, como problemas financieros, enfermedad, desempleo o la pérdida de un ser querido, puede resultar insensible e incluso cruel. Por su parte, Berlant (2011) advierte que esta forma de positividad puede crear una ilusión de mejora inminente, lo que lleva a las personas a soportar situaciones de violencia o desesperación sin abordar de manera efectiva sus problemas.

Según Góngora, los adolescentes utilizan las redes sociales como una forma de obtener reconocimiento, y con la pandemia, estas plataformas han adquirido aún más relevancia debido a la reducción de los contactos interpersonales (USS, 2021). Durante los primeros días del confinamiento global, se difundió en redes sociales un video titulado *Sobre ser estudiantes en tiempos de COVID-19*, creado por Pablo Yafe, un profesor argentino. En este video, Yafe instaba a sus estudiantes a reflexionar sobre la importancia de enfrentar la incertidumbre del confinamiento y el desafío de continuar con sus estudios desde casa. Su mensaje, esperanzador y motivador, planteaba la necesidad de tomar conciencia histórica sobre la situación actual que enfrentaban. A medida que la pandemia avanzaba, surgieron mensajes positivos de esperanza y superación personal en medio de la incertidumbre. Sin embargo, estas muestras de positividad comenzaron a ser cuestionadas, especialmente cuando la crisis no mostraba signos de terminar (Dos Santos y Alejandrez, 2021).

Al respecto, Peter Sloterdijk (2020) señaló que las sociedades modernas son susceptibles al estrés psicoacústico provocado por los medios de comunicación masivos. Estos mensajes positivos, aunque inicialmente reconfortantes, terminaron por banalizar la gravedad del confinamiento prolongado. Los gestos de solidaridad, como los conciertos improvisados desde los balcones, y la adopción del himno "Resistiré", fueron presentados como ejemplos de positividad y solidaridad, pero en realidad encubrían la realidad de la violencia doméstica y otras dificultades que muchas personas enfrentaban en sus hogares. La narrativa de la positividad se vio reforzada por la participación de celebridades y figuras públicas, que promovían un mensaje de resistencia y abnegación (Dos Santos y Alejandrez, 2021). Sin embargo, como advierte la escritora Ferrero (2020), esta actitud de "siempre ser positivo" puede ser contraproducente cuando se utiliza para ocultar emociones legítimas como el dolor o la tristeza. En lugar de negar los desafíos y las dificultades del confinamiento, es importante reconocer la complejidad de la situación y abordarla con empatía y comprensión hacia aquellos que están sufriendo.

Por otra parte, García y Cobo (2020) destacan que la emergencia sanitaria desencadenada por la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la salud mental de la población en general, planteando diversos desafíos para las ciencias de la salud y del comportamiento humano. En este contexto, sugieren que la psicología positiva, centrada en la promoción de la salud mental, podría ofrecer soluciones a estos desafíos al observarse que el

“optimismo ilusorio” contribuyó a la rápida propagación del virus en Italia al minimizar las amenazas de contagio debido a una percepción reducida del riesgo, asimismo en gran parte de Europa, las personas actuaron con un optimismo poco realista sobre la posibilidad de contagio. En este sentido, se argumenta que la psicología positiva, combinada con la psicología de la salud, puede desempeñar un papel importante en la promoción de la salud mental y en la prevención de síntomas, riesgos y factores psicosociales. Se destaca la importancia de una psicoeducación profesional y rigurosa para desarrollar un "optimismo inteligente" que se base en una percepción ajustada de la realidad en términos de riesgos y oportunidades.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Comprender las representaciones que se forman los jóvenes entre los 18 y los 25 años del municipio de Yarumal acerca de la positividad tóxica y su relación con la salud mental en la red social Instagram

### **4.2 Objetivos específicos**

- Explorar el concepto de positividad tóxica en los jóvenes del municipio de Yarumal.
- Identificar temas y mensajes comunes relacionados con la positividad tóxica en la red social de Instagram.
- Examinar la posible relación entre salud mental y positividad tóxica en Instagram.
- Conocer cómo las presiones y expectativas sociales contribuyen a la prevalencia de la positividad tóxica entre los jóvenes de Yarumal a través de su presencia online.



## 5. Metodología

### 5.1 Tipo de investigación

Esta investigación se realizará bajo una perspectiva cualitativa. Esta se refiere a un tipo de investigación que no se basa en procedimientos estadísticos o de cuantificación para obtener hallazgos. Este enfoque puede abarcar una amplia gama de temas, desde la vida cotidiana de las personas hasta el funcionamiento de las organizaciones y los fenómenos culturales. Aunque algunos datos pueden cuantificarse, el análisis principal de la investigación cualitativa se centra en la interpretación por lo que su significado puede variar entre diferentes personas. Algunos investigadores recopilan datos utilizando técnicas cualitativas, como entrevistas y observaciones, pero los codifican de manera que permiten análisis estadísticos, lo que implica cuantificar datos cualitativos. Por otro lado, el análisis cualitativo se refiere a un proceso no matemático de interpretación de datos para descubrir conceptos y relaciones, y organizarlos en un esquema explicativo teórico. Los datos pueden incluir entrevistas, observaciones, documentos, películas o cintas de video, e incluso datos previamente cuantificados con otros propósitos (Strauss & Corbin, 2002).

Maanen (1983) define el método cualitativo como un conjunto de técnicas e interpretaciones que buscan comprender y sintetizar el significado de los eventos naturales. Se enfoca en el estudio de la realidad en su contexto natural, interpretando los fenómenos según los significados que tienen para las personas involucradas. Además, Maanen argumenta que las metodologías cualitativas no son ni subjetivas ni objetivas, sino interpretativas, ya que se basan en la observación y el análisis en entornos naturales para explorar y comprender fenómenos. Por consiguiente, el objetivo de la investigación cualitativa es explicar, describir o explorar el "por qué" de los vínculos entre la información no estructurada. De acuerdo con esto, Narváez (s.f.) sostiene que el método cualitativo se orienta hacia una comprensión profunda de un fenómeno en su contexto, priorizando la recolección de datos que no se expresan en términos numéricos. En contraste con los enfoques cuantitativos, este método pone énfasis en la adquisición de datos relacionados con la comunicación y otras experiencias subjetivas, en lugar de centrarse únicamente en datos objetivos y cuantificables.

---

La investigación cualitativa genera información descriptiva utilizando las expresiones propias de las personas y la observación de su comportamiento. Por lo tanto, este enfoque de investigación se caracteriza por ser inductivo, ya que elabora y desarrolla conceptos a partir de los datos recopilados (Castaño & Quecedo, 2002). De igual forma, la investigación cualitativa se sustenta en la participación activa de individuos que se expresan, reflexionan y toman decisiones, lo que posibilita una comprensión más profunda del significado de los fenómenos bajo estudio, teniendo en cuenta las intenciones, motivaciones, expectativas, razones y creencias de los actores sociales involucrados (Monje, 2011).

Bernal (2010) argumenta que los investigadores que emplean el método cualitativo buscan entender una situación social en su totalidad, considerando sus características y su dinámica. Por su parte, Bonilla y Rodríguez (2005) explican que el enfoque cualitativo se centra en profundizar en casos particulares en lugar de buscar generalizaciones. Su objetivo principal no es medir, sino más bien describir el fenómeno social a partir de sus aspectos distintivos, según son percibidos por los participantes involucrados en la situación estudiada.

La investigación cualitativa se enfoca, entonces, en comprender la realidad como construcción producida, la cual es moldeada por la perspectiva, los instrumentos cognitivos y el lenguaje que utilizan los individuos para percibir y comunicar su entorno. En este sentido, el conocimiento se presenta como un proceso de adaptación que organiza las experiencias de manera efectiva para los sujetos. Por consiguiente, el principal desafío de la investigación cualitativa radica en acceder a esta "realidad inventada", teniendo en cuenta el papel crucial del observador en relación con la realidad que está siendo observada (Cueto, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación cualitativa se considera una propuesta ontológica y epistemológica, y se destaca por producir diversas interpretaciones mediante los métodos que emplea. Por lo general, el enfoque cualitativo suele adoptar la inducción como vía para generar criterios que facilitarán la validez de los distintos conocimientos (Guerrero, 2016). El diseño de investigación cualitativo se eligió para abordar el fenómeno de la positividad tóxica debido a su idoneidad para explorar las experiencias individuales subjetivas de los participantes en relación con este fenómeno. La investigación cualitativa se centra en comprender y profundizar en los fenómenos desde la perspectiva de los participantes, dentro de su entorno y en relación con los factores que los rodean (Guerrero, 2016). Se eligió este enfoque como una forma

de comprender la perspectiva de individuos que serán objeto de investigación, explorando en profundidad sus experiencias y opiniones para entender cómo perciben subjetivamente su realidad. Este enfoque cualitativo permite capturar la riqueza y la complejidad de las experiencias individuales, así como los matices y contextos sociales que influyen en la percepción de la positividad tóxica, por lo tanto, es considerado el más apropiado para cumplir con los objetivos planteados durante el desarrollo de esta investigación.

## 5.2 Método

La fenomenología emerge como un estudio de los fenómenos o experiencias significativas que se presentan a la conciencia. Para este enfoque, es esencial comprender que el fenómeno es parte de un todo significativo y no puede ser analizado sin un enfoque holístico que considere la experiencia en la que se enmarca. Igualmente, permite explorar la conciencia del individuo para comprender la esencia misma, cómo percibe la vida a través de experiencias y los significados que las acompañan, los cuales se definen en la vida psíquica del individuo. Además, surge como una alternativa al enfoque radicalmente objetivable. Se centra en explorar las experiencias de vida de los sujetos en relación con un acontecimiento desde su propia perspectiva, adentrándose en los aspectos más complejos de la vida humana, más allá de lo que puede ser medido o cuantificado (Fuster, 2019).

De acuerdo con Husserl (1992), la fenomenología introduce un nuevo método descriptivo y una ciencia apriorística, que se separa de la ciencia tradicional basada en mediciones y hechos cuantificables, los cuales a menudo se realizan sin una comprensión profunda de lo que están haciendo. Este paradigma busca entender la esencia y la veracidad de los fenómenos, así como la naturaleza de las cosas. Su objetivo es comprender la experiencia vivida en toda su complejidad, lo que a su vez implica la toma de conciencia y la atribución de significados al fenómeno estudiado. Explorar las vivencias a través de relatos, historias y anécdotas es esencial, ya que permite comprender la dinámica del contexto e incluso influir en ella (Husserl, 1998).

Por otro lado, Heidegger (2006) argumenta que la fenomenología puede ser entendida como la ciencia de los fenómenos, permitiendo percibir y comprender lo que se muestra tal como se presenta en sí mismo, lo que lo convierte en un fenómeno objetivo, verdadero y científico. La fenomenología busca explorar la interacción entre la objetividad y la subjetividad, que se

manifiesta en cada momento de la experiencia humana. No se limita únicamente a comprender narrativas u objetos físicos, sino que aspira a entender estos relatos desde una perspectiva valorativa, normativa y práctica (Rizo-Patrón, 2015). En concordancia con esto, Rodríguez et al. (1996) explican que el método fenomenológico se centra en comprender los significados que los individuos otorgan a sus experiencias, resaltando la importancia de entender el proceso mediante el cual las personas interpretan su entorno y actúan en consecuencia.

La investigación con enfoque fenomenológico ha sido elegida para investigar el fenómeno de la positividad tóxica debido a que este enfoque se caracteriza por sumergirse en los discursos y temas específicos que emergen de las experiencias cotidianas y excepcionales de los participantes, desentrañando sus posibles significados y contextos. Asimismo, busca comprender y describir a fondo los fenómenos desde la perspectiva de los participantes (Husserl, 1998), lo que nos permite sumergirnos en la complejidad de sus experiencias y comprender cómo perciben y viven este fenómeno. El enfoque fenomenológico nos brinda la oportunidad de obtener una comprensión profunda de las emociones, pensamientos y significados asociados con la positividad tóxica en el contexto de las redes sociales, lo que resulta fundamental para comprender cómo las interacciones en Instagram se relacionan con la salud mental de los jóvenes. Además, al centrarnos en las experiencias vividas de los jóvenes, podemos identificar patrones y dinámicas subyacentes que contribuyen a este fenómeno y así generar conocimientos significativos para la comprensión de este fenómeno.

En conjunto, el enfoque fenomenológico brinda una sólida base metodológica para investigar en profundidad las experiencias de los participantes y construir un entendimiento más completo de este fenómeno emergente en la era digital.

### **5.3 Técnica de recolección de información: entrevista semiestructurada**

Tonon (2009) sostiene que la entrevista de investigación implica un encuentro entre individuos con el propósito de descubrir subjetividades por medio de la palabra, lo que permite la expresión de representaciones, recuerdos, emociones y racionalidades propias de la historia personal, la memoria colectiva y la realidad socio-cultural de los participantes. Igualmente, Alonso (1999) concibe la entrevista de investigación como un proceso comunicativo destinado a obtener información contenida en la biografía del entrevistado, entendida como el conjunto de

representaciones asociadas a los eventos vividos por la persona. Esta técnica resulta útil para obtener información pragmática sobre cómo los individuos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones sociales en sus prácticas individuales, contribuyendo así a la comprensión del sentido social de la conducta individual o de un grupo de referencia.

La entrevista semi-estructurada de investigación se destaca como un instrumento flexible capaz de adaptarse a las diversas personalidades de cada individuo. Contrariamente a simplemente recolectar datos sobre una persona, esta técnica se centra en trabajar con las palabras del entrevistado y sus emociones, con el objetivo de comprenderlo desde su perspectiva interna (Corbetta, 2003). Greele (1990) señala que esta aproximación permite que el análisis se enriquezca con la experiencia de un grupo de personas que son tanto parte como resultado de la acción bajo estudio. Además, Van Dijk (1980) sugiere que cuando las opiniones son compartidas de manera generalizada dentro de un grupo cultural específico, conforman el sistema de valores de dicho grupo. En este sentido, la entrevista semi-estructurada no solo facilita la obtención de datos, sino que también proporciona una comprensión profunda y contextualizada de las perspectivas individuales y colectivas.

En la entrevista semi-estructurada, el investigador brinda al entrevistado total libertad para expresarse, permitiendo así que se destaquen sus puntos de vista. Además, se esfuerza por mantener al entrevistado comprometido, desempeñando un papel activo en la exploración de sus recuerdos y reflexiones, mientras que al mismo tiempo que mantiene su propia concentración en el proceso (Sautu, 2003). Este enfoque garantiza que la interacción sea dinámica y significativa, facilitando la generación de información novedosa y detallada sobre el tema en cuestión.

La entrevista semi-estructurada, ofrece un enfoque flexible para la investigación, permitiendo que el proceso se desarrolle en torno a ejes temáticos de reflexión y preguntas orientadoras (Gianturco, 2005). Este enfoque facilita una interacción dinámica entre el entrevistador y el entrevistado, donde no existe un cuestionario rígido que seguir. En su lugar, el entrevistador utiliza un guion como referencia, el cual está elaborado en función de los objetivos de la investigación y no está estructurado de manera secuencial, sino que puede ajustarse y adaptarse según la dirección de la conversación y los temas que surjan durante la entrevista. Su objetivo principal es guiar la conversación y estimular la producción de información relevante sobre cada uno de los temas considerados. Aunque el guion proporciona una estructura inicial, la

secuencia y la formulación de los ejes temáticos y preguntas pueden variar para cada entrevistado, dependiendo de sus respuestas y necesidades específicas (Tonon, 2009). Este enfoque flexible permite una exploración más profunda de los temas de interés, al tiempo que brinda la libertad necesaria para adaptarse a las particularidades de cada entrevistado. Además, fomenta una participación activa por parte del entrevistado, lo que puede generar una mayor riqueza de datos y perspectivas en el proceso de investigación.

Considerando lo anterior, la principal herramienta de recolección de datos que se utilizará en este estudio serán las entrevistas semiestructuradas, lo cual permitirá al investigador utilizar un conjunto inicial de preguntas abiertas, pero también brindará la flexibilidad necesaria para adaptar la entrevista a las respuestas y experiencias únicas de cada participante. Además, se incorporarán técnicas que involucran la presentación de imágenes o frases diseñadas para promover la positividad, con el propósito de explorar las percepciones y significados atribuidos por los participantes a estos estímulos visuales.

La elección de utilizar entrevistas semiestructuradas como técnica de recolección de datos para este estudio sobre positividad tóxica se fundamenta en su utilidad para capturar las experiencias y perspectivas individuales de los participantes de manera profunda y detallada. Además, su enfoque centrado en las palabras y emociones del entrevistado permite una comprensión más completa de cómo perciben y experimentan la positividad tóxica en sus vidas. Las entrevistas se llevarán a cabo de manera individual y en un entorno cómodo y confidencial, lo que fomentará la sinceridad y la apertura por parte de los participantes.

#### **5.4 Muestra /participantes**

Los criterios de inclusión en este estudio han sido meticulosamente establecidos para asegurar la relevancia y especificidad de la muestra. Se ha decidido incluir a jóvenes residentes del municipio de Yarumal, con edades comprendidas entre los 18 y 25 años, con el fin de explorar las experiencias de un grupo demográfico particular en una etapa particular de sus vidas. Además, se requerirá que los participantes utilicen la red social Instagram durante un mínimo de 3 horas al día, lo que permitirá capturar las experiencias de usuarios altamente involucrados y a la vez mantener el enfoque en esta plataforma específica. La selección de la muestra se llevará a cabo mediante un muestreo intencional, una característica distintiva de la investigación

cuantitativa. El muestreo intencional se define como un tipo de muestreo no probabilístico que permite seleccionar casos característicos de una población, con el objetivo de elegir aquellos que sean más pertinentes para el equipo de investigación y para los objetivos del estudio (Otzen & Manterola, 2017). Este enfoque implica la selección cuidadosa de individuos que posean un conocimiento valioso sobre el fenómeno social bajo estudio, por lo tanto, los participantes son elegidos en función de su experiencia y capacidad para ofrecer información relevante sobre el tema específico que se está investigando (Anduiza et al., 1999). Se buscará una diversidad en términos de género, nivel educativo y tipo de contenido consumido relacionado con la positividad en Instagram, con el objetivo de garantizar una representación adecuada de las experiencias de los jóvenes en esta plataforma y mejorar la relevancia y validez de los resultados del estudio.

### **5.5 Unidad de trabajo**

La unidad de trabajo de esta investigación será un grupo de jóvenes entre los 18 a 25 años del municipio de Yarumal.

### **5.6 Unidad de análisis**

- Salud mental
- Redes sociales
- Positividad tóxica

### **5.7 Plan de recolección de la información**

El proceso de recolección de antecedentes se realizó a partir de una búsqueda minuciosa en bases de datos como Google Scholar, Scielo, Redalyc, Dialnet y repositorios universitarios. Las categorías que se identificaron fueron producto de criterios de búsqueda específicos como “psicología positiva”, “tóxico”, “positividad tóxica”, “positivismo tóxico”, “redes sociales y felicidad”, “salud mental y positividad tóxica”, “Instagram y felicidad” “emociones y redes sociales”. Las categorías identificadas giran en torno a temas principales como la salud mental, la positividad tóxica en Instagram, la psicología positiva y la genealogía de lo tóxico.

Respecto al componente teórico esta investigación tomó a referentes como el pionero de la psicología positiva Martín Seligman (1995), quien señaló la necesidad de investigar de manera

científica todo lo que contribuye a la felicidad en las personas. Asimismo, Muro (2020) alude a como el término “tóxico” comenzó a abarcar varios aspectos y situaciones de la vida cotidiana; Quintero y Long (2019) proporcionan una definición de la positividad tóxica como la extensión exagerada de un estado de felicidad y optimismo que conduce a la negación, minimización e invalidación de la experiencia emocional genuina del ser humano. En lo referente a la conceptualización de la salud mental, Davini et al (1978) la definen como un estado de bienestar duradero en el cual una persona se adapta satisfactoriamente, experimenta placer en su vida y está en proceso de alcanzar su autorrealización. Por su parte, Gutiérrez (citada por Blasco, 2020) señala que el fenómeno del positivismo tóxico ha adquirido una mayor importancia en el contexto de la pandemia de COVID-19, donde se evidenció la necesidad de que las personas mantuvieran su resiliencia ante las situaciones adversas, Leetaru (2019), afirma que los usuarios de Instagram tienden a resaltar fotografías impactantes que transmiten sensaciones de asombro, belleza, paz y felicidad, además de estos autores hay muchos más mencionados que aportan a la construcción teórica de esta investigación en todas las categorías consideradas inicialmente.

La recolección de datos se realizará a partir de diferentes etapas, en primer lugar, se contactarán los participantes que cumplan con los criterios de inclusión, luego se realizarán entrevistas semiestructuradas a los participantes donde es crucial asegurar que todos los participantes comprendan los objetivos, los procedimientos de investigación y tengan la oportunidad de otorgar su consentimiento de manera libre y voluntaria. Las entrevistas se realizarán en las instalaciones de la Universidad de Antioquia Sede Norte y se harán de forma individual con una duración aproximada de 40 minutos a 1 hora. El espacio destinado consistirá en un lugar que cuente con la privacidad suficiente para que los participantes se sientan seguros y cómodos para expresar sus opiniones. Después de haber terminado la recolección de información a través de entrevistas, se analizará su contenido por medio de la transcripción, codificación, construcción de categorías y, finalmente, la escritura. Al completarse la recopilación de datos y el análisis de resultados, se organizará una sesión con los participantes para compartir los hallazgos de la investigación, con el propósito de mantenerlos al tanto de los hallazgos.



## **5.8 Plan de análisis de la información**

Coffey y Atkinson (2003) sostienen que el análisis es un procedimiento iterativo y reflexivo. En este sentido, el análisis debe ser exhaustivo y sistemático, pero flexible y adaptable. Los datos se descomponen y se dividen en unidades significativas, manteniendo al mismo tiempo una relación con el conjunto completo de datos. Además, la organización de los datos sigue un sistema que surge directamente de los propios datos. Los analistas se mueven entre diferentes tipos de codificación, empleando diversas técnicas analíticas y procedimientos de manera flexible, en respuesta a los objetivos analíticos que se plantean (Strauss y Corbin, 2002).

### **5.8.1 Transcripción**

López (2018) afirma que el proceso de transcripción implica realizar juicios y análisis; conlleva una actividad de escucha que depende de nuestra sensibilidad y subjetividad para priorizar algunos elementos sobre otros (voces, silencios, entonaciones, expresiones, acentos, etc.). Cuando se registran datos en una investigación utilizando medios audiovisuales, la transcripción se vuelve un paso esencial para su interpretación. Aunque aún no existen sistemas o reglas de transcripción estándar, es evidente que debemos transcribir con la mayor exactitud requerida por la pregunta de investigación (Strauss, 1987).

La transcripción, según Requena et al. (2018), es crucial para el análisis del discurso y contribuye significativamente al proceso de investigación. Además de proporcionar una base sólida para el análisis, permite la realización de anotaciones valiosas que pueden enriquecer la etapa de codificación y análisis de la información. Este proceso no solo facilita el avance en el análisis, sino que también puede sugerir nuevas líneas de investigación o revelar hipótesis adicionales para explorar. Asimismo, la transcripción ofrece la oportunidad de reflexionar sobre nuestra capacidad para guiar las conversaciones y entrevistas, identificar silencios o vacíos en la conversación que no fueron previamente interpretados, y desarrollar confianza y empatía con los participantes.

Algunos consejos que ofrecen los investigadores cualitativos incluyen la facilidad de manejo y legibilidad de la transcripción, así como la necesidad de simplificar el proceso para facilitar su lectura, escritura, aprendizaje y búsqueda. Además, enfatizan la importancia de revisar la transcripción en comparación con la grabación original (Flick, 2004).

### **5.8.2 Codificación**

La codificación es un procedimiento metódico y estructurado de análisis y conceptualización mediante el cual se emplean métodos y estrategias que conducen al desarrollo de una categoría central cuya descripción se articulará en relación con una teoría emergente (Acuña, 2015). Acevedo (2011) describe la codificación en la investigación cualitativa como un proceso dinámico donde los datos se dividen y reorganizan utilizando códigos o categorías que respaldan la interpretación de los datos. El objetivo principal es establecer conexiones entre distintos segmentos de datos y conceptos o categorías basadas en propiedades o elementos compartidos (Coffey & Atkinson, 2003).

El código representa la unidad esencial en la codificación de datos, siendo una palabra o frase breve que asigna un atributo a un conjunto de datos. Preparar los datos para la codificación no solo aumenta la familiaridad con los contenidos, sino que también facilita el inicio de algunos procesos analíticos básicos (Corral, 2020). La codificación también puede concebirse como un proceso heurístico que busca descomponer los datos y reorganizarlos en categorías para facilitar la comparación de diferentes fragmentos de datos dentro de cada categoría, así como la comparación entre categorías, el establecimiento de relaciones entre ellas y la integración de las categorías en conceptos más generales para contribuir al desarrollo de conceptos teóricos (Maxwell, 1996).

Este proceso permite dividir y resaltar el texto en unidades analíticas más pequeñas mediante códigos, lo que ayuda a identificar los temas principales para comprender mejor el fenómeno en estudio. Según Strauss y Corbin (2002) la codificación no solo implica reducir los datos, sino también complejizarlos y a la vez enriquecerlos al abrirlos para cuestionarlos, pensar creativamente con ellos, probar conceptos e identificar propiedades y dimensiones, para posteriormente relacionarlos mediante hipótesis o afirmaciones que establecen conexiones. Los tres tipos de codificación identificadas por estos autores son: codificación abierta, codificación axial y codificación selectiva.

La codificación abierta, posibilita la exploración de los pensamientos, ideas y significados que se encuentran en el texto. Se desglosan y examinan detalladamente los datos con el fin de encontrar similitudes y diferencias, así como identificar conceptos y descubrir sus características y alcances. Los elementos que comparten conceptualmente se agrupan en categorías más

generales, lo que facilita la comprensión y el análisis del texto. En etapas posteriores del análisis, como la codificación axial y selectiva, los datos previamente desglosados en la codificación abierta se vuelven a agrupar mediante enunciados que describen las relaciones entre las diversas categorías y sus subcategorías con el fin de ofrecer explicaciones más detalladas y completas sobre los fenómenos (Strauss & Corbin, 2002).

### ***5.8.3 Construcción de categorías***

Las categorías son conceptos que se derivan de los datos y representan los fenómenos que son objeto de estudio. Estos datos se organizan y clasifican en grupos de códigos con una sólida base explicativa y teórica, lo que facilita su comprensión y análisis. Además, las categorías sirven como punto de partida para la redacción, reduciendo así la complejidad del trabajo (Strauss & Corbin, 2002).

En la codificación cualitativa, las categorías son analíticas o conceptuales, no clasificatorias, y se van generando y reelaborando a medida que se recopilan y analizan los datos. Aunque se puede crear un manual de códigos para guiar la codificación, este actúa como una herramienta organizativa que establece relaciones entre las categorías y subcategorías, pero no dicta la codificación en sí. Por lo tanto, el manual de códigos evoluciona a medida que se realiza la codificación y se revisa el material, surgiendo nuevas categorías y subcategorías, fusionándose otras, etc. (Acevedo, 2011).

La categorización implica asociar códigos a categorías específicas, y existen cuatro procesos distintos para desarrollar el sistema de categorías. El enfoque deductivo se apoya en un marco teórico para establecer las categorías, mientras que el inductivo utiliza los datos para agruparlos según características relevantes. El enfoque deductivo-inductivo combina el marco teórico con características extraídas de los datos del contexto, y el abductivo parte de una teoría para realizar el trabajo empírico. Las categorías pueden ser apriorísticas, establecidas antes de la recolección de datos, o emergentes, surgidas durante el proceso. La selección de información para crear categorías se basa en su pertinencia y relevancia para la investigación, incorporando elementos emergentes y relacionándolos con las preguntas de investigación (Vives & Hamui, 2021).

#### **5.8.4 Escritura**

La escritura juega un papel fundamental en el análisis de datos ya que permite ordenar y estructurar los pensamientos y descubrimientos obtenidos durante la investigación. Al plasmar por escrito las observaciones, interpretaciones y conclusiones, los investigadores logran clarificar sus ideas y comunicarlas de manera coherente y efectiva, lo que facilita la comprensión y la discusión de los resultados.

Además, la escritura proporciona un registro detallado y sistemático de todo el proceso de investigación, lo que garantiza la transparencia y permite a otros seguir y verificar el trabajo realizado. Asimismo, el acto de escribir “aclara los pensamientos y trae a flote las fallas lógicas” (Strauss & Corbin, 2002, p. 266), lo que permite a los investigadores examinar críticamente sus interpretaciones, cuestionar suposiciones y explorar nuevas perspectivas, contribuyendo así a un análisis más riguroso y a una comprensión más profunda del fenómeno estudiado. Finalmente, al incluir citas y ejemplos directos de los datos en el informe de investigación, los investigadores pueden capturar la riqueza y la diversidad de las experiencias y perspectivas de los participantes del estudio, enriqueciendo así la narrativa y asegurando que sus experiencias y perspectivas sean reconocidas y respetadas.

#### **5.9 Consideraciones Éticas**

En este estudio se tendrán varias consideraciones éticas con la finalidad de garantizar el bienestar y los derechos los participantes. En primer lugar, se diligenciará un consentimiento informado con cada participante antes de realizar cualquier entrevista o recopilar cualquier dato, esto significa que los participantes serán plenamente conscientes de la finalidad y los procedimientos del estudio. De acuerdo con la Ley 1090 de 2006 del Ministerio de Protección Social del Congreso de Colombia, que regula la práctica de la psicología y establece el código deontológico junto con otras disposiciones, se empleará un consentimiento informado donde se aclare que la información recopilada se utilizará únicamente con fines académicos e investigativos, siempre respetando los principios de la bioética, que incluyen la autonomía, la no maleficencia, la beneficencia y la justicia.

Beauchamp y Childress (2009) sostienen que la autonomía implica libertad e intencionalidad en la acción, destacando la importancia de que los individuos tomen decisiones

basadas en su comprensión y sin influencias externas. Respetar la autonomía de un individuo implica reconocer su derecho a mantener sus propias opiniones, realizar elecciones y actuar conforme a sus valores y creencias personales. Además, el respeto por la autonomía del participante obliga a los profesionales a revelar información, asegurar la comprensión y voluntariedad y fomentar la participación activa en la toma de decisiones.

El principio de no-maleficencia implica la obligación de evitar causar daño de manera deliberada. Se establece una obligación de no causar daño, como se refleja en el juramento hipocrático que declara: "si es para su daño e injusticia lo impediré" (Patiño, 2005, p. 63). Este principio enfatiza la importancia de no infligir daño, ya que se considera que una persona causa daño a otra cuando afecta negativamente sus intereses (Siurana, 2010). Algunos filósofos consideran que la no-maleficencia y la beneficencia son un mismo principio, pero Beauchamp y Childress (2009) hacen una distinción. Para ellos, la no-maleficencia implica la obligación de evitar causar daño a otros, como robar, lastimar o matar, mientras que la beneficencia se refiere a la responsabilidad de ayudar a otros, ofreciendo beneficios, protegiendo intereses o promoviendo el bienestar. Cuando estos autores hablan de beneficencia, se centran en los actos éticos que exige la medicina. Antes de realizar un tratamiento, es necesario evaluar cuidadosamente sus posibles beneficios y riesgos. Mientras que la no-maleficencia se relaciona con la ausencia de acción, la beneficencia siempre implica tomar medidas para prevenir daños, eliminarlos o promover el bienestar. Beauchamp y Childress identifican dos tipos de beneficencia: la positiva, que implica proporcionar beneficios, y la utilitaria, que busca un equilibrio entre beneficios y daños.

Por otra parte, según la máxima clásica de Ulpiano (citado en Siurana, 2010), la justicia implica "dar a cada uno lo suyo". Beauchamp y Childress (2009) comparten esta idea al entender que la justicia consiste en proporcionar un tratamiento equitativo y apropiado de acuerdo con lo que es debido a cada persona. Para ellos, una injusticia ocurre cuando se priva a alguien del bien al que tiene derecho o cuando las cargas no se distribuyen equitativamente. En este contexto, el término relevante es el de justicia distributiva, que se refiere a la distribución imparcial, equitativa y apropiada en la sociedad, determinada por normas justificadas que estructuran los términos de la cooperación social.

Estos principios buscan proteger la integridad, el bienestar, la libertad de decisión, el anonimato, los derechos y el respeto a la dignidad de los participantes involucrados en esta

investigación, por lo cual, la confidencialidad y el anonimato se mantendrán estrictamente durante todo el estudio. Toda la información recopilada durante las entrevistas u otras formas de recogida de datos no contendrá detalles personales identificables, como nombres o lugares concretos, además, el investigador cambiará los nombres reales al analizar e informar sobre los datos para mantener el anonimato y dichos datos no se incluirán en ningún informe o publicación derivados de esta investigación sin su permiso explícito. Lo anterior se fundamenta en el título VII, capítulo VII “de la investigación científica, la propiedad intelectual y las publicaciones”, la cual suscribe entre los artículos 49 al 56 que los profesionales en psicología dedicados a la investigación son responsables de salvaguardar los derechos de autor de la información utilizada, garantizando la transparencia, la integridad y la objetividad en el proceso investigativo.

Siguiendo la resolución 8430 de 1993 por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para investigación en salud, los sujetos de investigación tendrán información sobre los posibles riesgos y beneficios a los que estarán expuestos, conocerán sus derechos como participantes, podrán realizar cualquier pregunta que pueda surgir y darán su permiso voluntario para participar en él. También tendrán claro que pueden negarse a participar o retirarse en cualquier momento si se sienten incómodos o ya no desean participar sin enfrentarse a consecuencias negativas.

Según esta resolución, la investigación se considera de bajo riesgo, ya que se basa en métodos y técnicas de investigación documental retrospectiva y además no se realizarán intervenciones directas ni modificaciones intencionadas de variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los participantes. Además, las herramientas utilizadas, en este caso las entrevistas semiestructuradas, no involucran la identificación ni el tratamiento de aspectos sensibles del comportamiento de los sujetos. Esto garantiza que los participantes estén protegidos de cualquier riesgo físico, emocional o social, ya que no se exponen a situaciones que puedan causarles daño o malestar. Por lo tanto, la investigación se ajusta a los estándares éticos y legales establecidos para estudios de bajo riesgo, manteniendo la seguridad y el bienestar de los participantes.

La privacidad de los participantes también es importante, por lo que se tomarán medidas para proteger su identidad, como almacenar la información en lugares seguros. En cuanto a los riesgos potenciales asociados a la participación en este estudio se minimizarán utilizando

preguntas de entrevista no sensibles y garantizando la confidencialidad de todos los datos recogidos.

Por otro lado, algunos de los beneficios potenciales para los participantes incluyen la oportunidad de compartir sus pensamientos y experiencias sobre un tema relevante que podría contribuir a mejorar la comprensión sobre ciertos temas. Al adherirnos a estas consideraciones éticas, pretendemos proteger los derechos y el bienestar de los participantes a la vez que recogemos información valiosa para nuestro proyecto de investigación. Nos comprometemos a mantener un alto nivel de integridad a lo largo de todo el proceso.

## 6. Resultados y discusión

A partir del análisis de las entrevistas realizadas se construyeron cuatro categorías que engloban los principales hallazgos de la investigación. En primer lugar, se encuentra la categoría *redes sociales y comportamiento digital*; en segundo lugar, *percepción, manifestación y factores de influencia de la positividad tóxica*; seguidamente, *impacto de la positividad tóxica en la salud mental y el bienestar*; y, por último, *alternativas a la positividad tóxica*. A continuación, se describe brevemente el contenido de cada una de ellas.

En la categoría *redes sociales y comportamiento digital*, se explora la compleja interacción entre las plataformas digitales y el comportamiento de las personas en el entorno virtual, organizado en tres subcategorías fundamentales. La primera de ellas analiza el consumo de contenido en redes sociales y la presentación del yo digital, explorando cómo los usuarios interactúan con estas plataformas y construyen sus identidades en línea. Se examinan los patrones de consumo, que van desde enfoques utilitarios hasta usos más superficiales, destacando la tendencia a proyectar versiones idealizadas de sí mismos. También se abordan aspectos como la selectividad en el seguimiento de cuentas y la inclinación a mostrar solo momentos felices o positivos, ocultando dificultades personales. Además, se profundiza en la conciencia de los usuarios sobre estas prácticas de autopresentación, y en las tensiones entre la búsqueda de autenticidad y la presión social por mantener una imagen positiva.

La segunda subcategoría enfocada en la influencia de las redes sociales en la toma de decisiones y la percepción personal examina cómo las redes sociales abarcan diversos aspectos de la vida diaria, moldeando desde el lenguaje y los hábitos de consumo hasta la percepción de la belleza y la identificación con figuras ponentes. Aquí se analizan los efectos de las redes sociales en la formación de opiniones, la adopción de tendencias y el impacto de los algoritmos en el comportamiento de los usuarios. Mediante los testimonios de los participantes, veremos cómo la inmediatez y la constante exposición a productos y estilos de vida en las redes sociales fomentan comportamientos impulsivos y emocionales, y cómo esto afecta la percepción que tenemos de nosotros mismos y de nuestro entorno. Finalmente, la tercera subcategoría explora la comparación social y la construcción de la identidad en el entorno digital de las redes sociales, analizando cómo estas plataformas actúan como un "espejo digital" que fomenta la constante



comparación y distorsiona los ideales de belleza. Se explora cómo estas dinámicas afectan la autopercepción, moldeando una nueva identidad en el entorno virtual, y cómo las personas se identifican con figuras inspiradoras que influyen en sus aspiraciones y comportamientos. Además, se discute la internalización de estándares poco realistas y la búsqueda de autenticidad en un contexto digital idealizado, resaltando la importancia del pensamiento crítico y la agencia individual frente a las presiones de conformidad y homogeneización.

La segunda categoría, *percepción, manifestación y factores de influencia de la positividad tóxica*, explora cómo las personas interpretan, expresan y son influenciadas por este fenómeno, tanto en las redes sociales como en el entorno social en general. El análisis de esta categoría se organiza en tres subcategorías que abordan aspectos claves. La primera subcategoría orientada a la conceptualización y percepción de la positividad se centra en cómo las personas entienden y perciben la positividad tóxica, incluyendo una serie de cuestionamientos y divergencias sobre sus efectos, a su vez se analiza la idea de que la positividad cuando es impuesta o llevada al extremo, puede ocultar realidades complejas, generar presión social o incluso ser malinterpretada. Se discuten los casos en los que la positividad puede ser vista como un mecanismo de evasión o una máscara que oculta las dificultades, contrastando con otras percepciones que ven el positivismo como un estilo de vida beneficioso o simplemente una moda.

La segunda subcategoría se enfoca en los propósitos de los mensajes positivos, examina las intenciones detrás de los mensajes cargados de positividad en las redes sociales y en el discurso cotidiano, desde la búsqueda de motivación personal hasta el afán por mostrar apoyo para enfrentar la incertidumbre y buscar la superación. También se explora cómo, en algunos casos, estos mensajes pueden invalidar o minimizar las experiencias negativas, creando una presión para conformarse y estar siempre agradecido, lo que refuerza la positividad tóxica. Por último, la tercera subcategoría, abarca los factores que influyen en la percepción de la positividad, estudia los elementos que determinan cómo las personas reaccionan a los mensajes de positividad. Se encontró que factores como la educación, el entorno y los recursos internos y externos juegan un papel fundamental en la interpretación de estos discursos, por lo tanto se analiza cómo las personas con más recursos internos y apoyo pueden recibir la positividad de manera más equilibrada, mientras que quienes carecen de estos factores pueden experimentar

efectos negativos, a su vez, se destaca la subjetividad de estas experiencias, ya que cada persona es libre de interpretar y aceptar lo que le resulta beneficioso o no.

La categoría *impacto de la positividad tóxica en la salud mental y el bienestar*, profundiza en las consecuencias de la positividad tóxica en el bienestar psicológico, destacando cómo esta tendencia puede generar efectos sean negativos o positivos en la salud mental y la gestión emocional, se divide en tres subcategorías. La subcategoría Efectos de la positividad tóxica en la salud mental, analiza las repercusiones directas que tiene la imposición de una visión positiva constante y la presión de mantener una actitud optimista, especialmente en redes sociales, donde puede desencadenar problemas como estrés, sentimientos de insuficiencia y culpabilidad, se destaca que la comparación constante con estándares poco realistas, como los promovidos en redes, también puede alimentar la depresión y la ansiedad.

La subcategoría, *distorsión de la percepción del bienestar y expectativas sociales*, explora cómo la positividad tóxica distorsiona la noción de bienestar. A menudo, este concepto se asocia con el consumo y la apariencia externa, promoviendo la idea de que tener más bienes materiales o seguir ciertas tendencias garantiza la felicidad, esto genera una presión constante por cumplir con expectativas irreales; se considera cómo ciertos privilegios sociales influyen en la aceptación y el trato que las personas reciben, reforzando aún más la presión por encajar. En la subcategoría Expresión y gestión de emociones, se aborda cómo la positividad tóxica afecta la manera en que las personas gestionan sus emociones, se destaca la importancia de permitir la expresión completa de todas las emociones, incluidas las consideradas negativas y los peligros de suprimirlas. También se examina cómo desde la infancia muchas personas son enseñadas a invalidar sus emociones, lo que impacta negativamente su capacidad para gestionar de manera saludable el malestar emocional en la adultez.

Finalmente, la categoría *alternativa a la positividad tóxica* propone estrategias que buscan un enfoque más saludable y equilibrado frente a la presión por mantener una actitud positiva constante. Se estructura en torno a dos subcategorías, la primera Equilibrio emocional y aceptación de la realidad sugiere que el equilibrio emocional es la clave para enfrentar la vida sin caer en el extremo de la positividad tóxica, propone aprender a gestionar las emociones de

manera plena, permitiéndose experimentar y expresar tanto emociones positivas como consideradas negativas.

La segunda subcategoría, *enfoque práctico y pensamiento crítico*, promueve una visión pragmática frente a la positividad. La positividad solo es valiosa cuando tiene un propósito útil, por lo que ofrecer soluciones concretas y brindar apoyo real es más beneficioso que el simple optimismo vacío. Aquí también se fomenta la importancia de desarrollar un criterio propio, no dejándose llevar por las expectativas sociales o la presión de compararse con los demás, se invita a cuestionar el consumismo y a desligarse de la idea de que el bienestar personal depende de cumplir con estándares externos. Este enfoque anima a las personas a entender la felicidad desde una perspectiva más crítica y realista, donde el éxito no se mide solo por el cumplimiento de expectativas sociales, sino por la satisfacción personal auténtica.

### **6.1 Redes sociales y comportamiento digital**

La presente categoría explora la compleja y profunda relación entre las plataformas digitales y el comportamiento humano en el entorno virtual, brindando una visión integral sobre cómo la tecnología está transformando de manera significativa nuestras interacciones sociales y la construcción de nuestra identidad. En un mundo cada vez más mediado por lo digital, las redes sociales no solo se han convertido en un canal de comunicación, sino en un espacio de reconfiguración personal y social.

A lo largo de esta sección, se abordarán tres dimensiones clave: el consumo de contenido en redes sociales y la presentación del yo digital, que se subdivide en los apartados de *patrones de consumo y personalización del contenido digital y la gestión de la identidad digital*; la telaraña de la influencia: redes sociales y su impacto en la vida cotidiana, que abarca la asincronía emocional: cuando el “estar bien” se impone y cuando lo digital moldea lo cotidiano; y finalmente, la comparación y construcción de la identidad en línea, que incluye los apartados de distorsión de los ideales de belleza y resistiendo la uniformidad en el mundo virtual. El análisis de estos aspectos permitirá desentrañar las sutiles pero poderosas dinámicas que subyacen en nuestras interacciones digitales y comprender cómo estas influyen en nuestra autopercepción y comportamiento cotidiano.

Además, se examinará cómo las redes sociales, más allá de su función inicial de promover la conectividad, se han posicionado como agentes transformadores tanto a nivel psicológico como social. Desde la proyección de versiones idealizadas de nuestra persona hasta la adopción de comportamientos moldeados por algoritmos, las plataformas digitales han generado un entorno que fomenta la constante revisión y renegociación de nuestra identidad. En este sentido, se profundizará en las complejas dinámicas de poder que configuran estas interacciones, así como en los desafíos que plantean para la autonomía individual.

El análisis de esta categoría en particular no solo permitirá comprender las transformaciones en curso en la sociedad digital, sino que también abrirá interrogantes fundamentales sobre la autenticidad y la autonomía personal en una era marcada por la hiperconectividad y la exposición constante a modelos de comparación.

### ***6.1.1 El consumo de contenido en redes sociales y la presentación del yo digital***

El análisis de las entrevistas realizadas revela patrones significativos en la manera en que los usuarios interactúan con las redes sociales, tanto en su forma de consumir contenido como en la gestión de su presencia digital. Esta sección explora dos dimensiones fundamentales de esta interacción: los patrones de consumo y personalización del contenido digital, y la gestión inicial de la identidad en línea. Ambos aspectos están estrechamente relacionados y nos permiten comprender mejor cómo las personas navegan y se presentan en el ecosistema digital actual.

#### **6.1.1.1 Patrones de consumo y personalización del contenido digital**

Los participantes de este estudio revelaron patrones interesantes en cuanto a su consumo de contenido en redes sociales y sus percepciones sobre la autenticidad en línea. Un tema recurrente fue la tendencia a consumir contenido alineado con los intereses y actividades actuales del usuario. El Participante 1 lo expresó de la siguiente manera:

*Lo que más reviso es contenido relacionado con las actividades que estoy haciendo en ese momento. En la época que tengo muchos conciertos, pues suelo ver mucho contenido relacionado a la música, o cuando estoy pues, como muy metido con los trabajos de la universidad, pues suelo ver también como mucho relacionado con audiovisuales, porque*

*es mi carrera. Entonces, sí, o sea, veo mucho contenido relacionado a lo que estoy haciendo en ese momento. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta afirmación nos muestra una relación entre el consumo de redes sociales y las actividades cotidianas, destacando la instrumentalización de los medios digitales. En primer lugar, el enfoque contextual del consumo refleja cómo las redes sociales no solo actúan como una fuente de entretenimiento, sino también como una extensión práctica de las experiencias del usuario. El participante indica que su interacción con las redes está determinada por sus intereses inmediatos y necesidades específicas, lo que implica un uso estratégico y orientado a metas. Esto denota una capacidad de selección consciente de contenido, donde las redes sociales operan casi como una herramienta de acompañamiento o apoyo para sus actividades, tanto en el ámbito profesional (música) como en el académico (audiovisuales).

La participante 3 corroboró esta idea de consumo basado en intereses, pero con un enfoque más en las preferencias personales que en las actividades inmediatas:

*Veo mucho dependiendo de lo que a mí me guste en el momento, por ejemplo, a veces yo busco muchas cosas de yoga, de ejercicio y entonces me sigue saliendo eso en Instagram (...) entonces sí, más que todo de los gustos míos. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Aquí, el uso de redes sociales se caracteriza por una selección guiada principalmente por gustos individuales, lo que pone de relieve la naturaleza cambiante y flexible de las preferencias personales. Este participante no consume contenido solo como un complemento de sus actividades inmediatas, sino que busca información que alimente sus intereses a lo largo del tiempo, como yoga o ejercicio, que pueden o no estar relacionados directamente con sus actividades cotidianas.

Este comportamiento puede asociarse con una tendencia a personalizar el consumo, ya que el usuario no solo busca información pasivamente, sino que activamente selecciona y ajusta su experiencia digital según lo que considera relevante en un momento específico de su vida. Aquí el consumo de contenido se convierte en un reflejo de su realidad inmediata, lo que a su vez

puede tener implicaciones para el tipo de información a la que está expuesto y cómo esta información puede influir en sus decisiones, percepciones y comportamientos.

Además, la mención explícita del participante acerca de “*me sigue saliendo eso en Instagram*” refleja su conciencia de que los algoritmos de recomendación tienen un papel activo en moldear su experiencia en la plataforma y además entiende cómo sus propias interacciones influyen en el contenido que le será sugerido en el futuro, gracias al mecanismo de retroalimentación de las redes sociales. Este fenómeno se relaciona directamente con lo que Eli Pariser (2011) denomina “*el filtro burbuja*”, un concepto que describe cómo los algoritmos de personalización en internet dirigen y limitan el consumo de información de los usuarios. Según Pariser, estos filtros crean un ecosistema de información único para cada usuario, basado en sus preferencias e historial de navegación, lo que puede resultar en una experiencia digital altamente personalizada pero potencialmente limitada.

En el contexto de las declaraciones de la participante 3, podemos observar cómo el filtro burbuja se manifiesta en su experiencia con Instagram. Al buscar contenido sobre yoga y ejercicio, el algoritmo de la plataforma identifica estos intereses y comienza a priorizar contenido similar en su *feed*. Este proceso de personalización, aunque aparentemente beneficioso al mostrar contenido relevante, también puede crear una “*burbuja*” informativa que refuerza los intereses existentes del usuario, potencialmente limitando su exposición a perspectivas o contenidos diversos.

La conciencia del participante sobre este proceso sugiere un nivel de alfabetización digital que le permite entender, al menos parcialmente, cómo su comportamiento en la plataforma influye en su experiencia futura. Sin embargo, esto también plantea preguntas sobre hasta qué punto los usuarios pueden escapar de sus propias burbujas de filtro y cómo esto puede afectar la diversidad de información a la que están expuestos en el entorno digital.

Asimismo, esta declaración refuerza la idea de que el consumo de redes sociales es un proceso bidireccional, donde los usuarios no solo eligen lo que consumen, sino que también son moldeados por las recomendaciones basadas en sus interacciones previas. Esto a su vez lleva a una experiencia personalizada, pero también mediatizada, donde el equilibrio entre la

autenticidad de los gustos propios y la influencia de los algoritmos se convierte en un factor clave en la experiencia digital.

Por su parte, la participante 2 aunque también se acoge a la idea de un consumo dependiendo los intereses personales, muestra una gama diversa de intereses en su consumo de contenido refiriendo: *"Lo que más veo es outfits, cosas de ropa, me gusta mucho cosas de filosofía, sigo en Forbes"* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2).

Este Participante refleja un consumo diverso en redes sociales, con intereses que abarcan desde lo estético (moda) hasta lo intelectual (filosofía) y lo informativo/profesional (*Forbes*). Este rango de intereses evidencia un uso más amplio y multifacético de las plataformas digitales, donde el contenido consumido no solo responde a una única faceta del individuo, sino que satisface distintas áreas de su identidad. La moda puede hablar de una expresión estética y personal, la filosofía sugiere una búsqueda de crecimiento intelectual, y seguir una revista como *Forbes* refleja un interés en mantenerse informado sobre temas financieros o empresariales.

Como podemos ver, el comportamiento de los participantes en su consumo de redes sociales sugiere un uso intencional y orientado hacia la satisfacción de intereses específicos, lo cual también se puede interpretar a la luz de la teoría de los usos y gratificaciones en la comunicación de masas. Según esta teoría, los individuos seleccionan activamente los medios que mejor responden a sus necesidades particulares, como la búsqueda de información, entretenimiento o conexión social (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). En este contexto, podemos observar cómo los participantes emplean las redes sociales no solo para consumir contenido pasivamente, sino también para satisfacer de manera estratégica necesidades relacionadas con su entorno personal y profesional, lo que resalta la naturaleza instrumental de estas plataformas en sus vidas cotidianas.

Algo por destacar es que el mismo participante 2 más adelante también mencionó: *"Es que en realidad casi no sigo, soy muy cuidadosa a la hora de seguir páginas"* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2).

Aquí aparece una aparente contradicción entre la diversidad de intereses mencionada anteriormente y la cautela al seguir páginas, pero en realidad, sugiere un manejo activo de las

redes sociales, donde el participante asume un rol protagonista en la curación de su entorno digital al ser más crítico y selectivo respecto al consumo de contenido. En lugar de consumir de manera pasiva, al parecer, este participante elige cuidadosamente qué contenidos le parecen dignos de seguir, probablemente priorizando aquellos que aporten valor significativo a sus intereses. Esta cautela podría interpretarse como una forma de resistencia a la influencia algorítmica y un esfuerzo por preservar la autenticidad de sus intereses, lo que nos lleva a pensar que los usuarios con un enfoque crítico no solo moldean sus experiencias en las redes sociales, sino que también garantizan que el contenido que consumen refleje tanto sus intereses como sus valores personales.

Sin embargo, es importante detenernos a examinar un poco más a fondo esta cuestión debido a que también presenta un interesante punto de tensión entre la percepción del usuario sobre su control del consumo de contenido y la realidad de la personalización algorítmica en las redes sociales.

Por un lado, la afirmación del participante indica una estrategia selectiva y controlada en su consumo de contenido, debido a que, aunque el participante reconoce que tiene múltiples intereses, su cautela al seguir cuentas podría interpretarse como una forma consciente de filtrar y curar el contenido al que se expone, revelando así una aparente conciencia crítica hacia la sobrecarga de información y la posible saturación que puede ocurrir al seguir demasiadas fuentes. Desde esta perspectiva, el participante parece asumir un rol activo en la configuración de su entorno digital, eligiendo cuidadosamente qué contenidos considera dignos de seguir y alineándose de esta manera con lo que Thorson y Wells (2016) denominan “*curación personal*” en su modelo de curación de información en múltiples niveles.

Sin embargo, es crucial contrastar esta percepción de control con las teorías de personalización algorítmica. Autores como Eli Pariser (2011), en su concepto de “*filtro burbuja*”, argumentan que el consumo en redes sociales está en gran medida teledirigido por algoritmos, los cuales personalizan el contenido basándose en el comportamiento previo del usuario, sus interacciones y preferencias inferidas, creando así un ecosistema de información altamente individualizado, pero potencialmente limitado. De manera similar, Tufekci (2015) advierte sobre el poder que tienen los algoritmos para moldear la experiencia del usuario en las



plataformas digitales, a menudo de formas imperceptibles para el individuo. Gillespie (2014) profundiza en este tema, señalando que los algoritmos de las plataformas no solo seleccionan qué información es más relevante, sino que también tienen un papel performativo en la configuración de la realidad social de los usuarios.

En este contexto, la cautela del participante al seguir páginas podría no ser tan efectiva como cree en cuanto a evitar la influencia algorítmica, ya que, aunque el usuario sea selectivo en las cuentas que sigue, los algoritmos de las plataformas continúan moldeando su experiencia a través del contenido que le muestra en su *feed*, como las recomendaciones y los anuncios que le aparecen. Además, es importante recalcar que esta personalización ocurre incluso con interacciones mínimas, como por ejemplo el tiempo que se detiene el usuario en ciertas publicaciones o los tipos de contenido con los que interactúa más frecuentemente.

De esta manera, la percepción del participante de mantener un “*enfoque cuidadoso*” para asegurarse de que el contenido cumpla con sus estándares podría estar en conflicto con la realidad, en la que su consumo de contenido sigue siendo sutilmente influenciado por los algoritmos, de formas que el usuario quizá no detecta. Esto crea una tensión entre su sensación de control y el poder de los algoritmos para ajustar continuamente su experiencia digital.

Por otra parte, la participante 4 describe su consumo de contenido con una clara inclinación hacia dos tipos específicos: las recetas y las teorías conspirativas, en sus palabras: “*yo veo recetas, muchas recetas todo el tiempo y las recreo, también veo teorías conspiracionales, yo veo eso de que estamos en una matriz y todo eso, también lo consumo mucho*” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4).

Este tipo de comportamiento consumidor es consistente con lo que se observa en los otros participantes, quienes también consumen contenido dependiendo de sus intereses personales. Sin embargo, el mismo Participante 4 más adelante revela una postura mucho más desapegada hacia el uso de redes sociales al señalar: “*es que yo en serio no me fijo mucho en la gente, yo voy a los reels y ya, entonces, las historias las paso así súper rápido, no me importa como mucho que esté publicando la gente*” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4).

Aquí se manifiesta una tensión entre dos formas de consumo digital. Por un lado, el participante está comprometido con contenidos específicos, que requieren cierta inversión cognitiva y acción práctica, como las recetas y teorías complejas. Por otro lado, muestra un uso más superficial de las redes sociales, particularmente en la manera en que interactúa con las publicaciones de otras personas, donde prefiere un consumo rápido y casi desinteresado.

Este contraste sugiere que la participante 4 utiliza las redes sociales en distintos niveles: como una herramienta para alimentar sus intereses personales, pero también como un espacio de entretenimiento rápido y efímero, a través de los *reels*. Esta dualidad en el consumo de contenido puede tener implicaciones significativas para el procesamiento cognitivo y la formación de opiniones, ya que, por un lado, el consumo de contenido profundo como teorías conspirativas podría fomentar un pensamiento crítico y una búsqueda activa de información, pero, por otro lado, el consumo rápido y superficial de *reels* podría estar reforzando patrones de pensamiento más reactivos y menos reflexivos. Asimismo, este comportamiento refleja un fenómeno común en la era digital, donde los usuarios no se limitan a un único modo de interacción, sino que adoptan diferentes posturas según el contexto y la motivación que tengan en el momento, por lo que tiene sentido el hecho de que las redes sociales permitan una participación fragmentada y adaptable al mismo tiempo.

#### **6.1.1.2 La gestión de la identidad digital**

La forma en que consumimos contenido en las redes sociales está íntimamente ligada a cómo nos presentamos en estos espacios digitales. Esta relación se hace evidente no solo en los patrones de consumo observados, sino también en la manera en que los usuarios gestionan su identidad digital.

El uso de redes sociales por parte de la participante 4 no solo refleja una dualidad entre el consumo profundo y el entretenimiento efímero, sino que también puede estar vinculado con la búsqueda de gratificación instantánea y entretenimiento rápido, característica del diseño de muchas plataformas sociales. Este tipo de consumo, especialmente en formatos breves como los *reels*, puede estar relacionado con una tendencia hacia interacciones más superficiales y menos reflexivas, tal como han señalado algunos teóricos (Wu, 2016). En este contexto, la atención del usuario se fragmenta, y el involucramiento emocional o social tiende a ser mínimo, lo que

refuerza la lógica de la economía de la atención en las redes sociales. Este fenómeno pone de relieve cómo las plataformas priorizan la retención del usuario a través de la cantidad de interacciones, a menudo a expensas de la calidad de estas.

Un tema central que emergió en las discusiones fue la tendencia de las personas a presentar versiones idealizadas de sí mismas en las redes sociales. Los participantes mostraron una conciencia de este fenómeno. El Participante 1 lo describió sucintamente:

*Una red social, entonces pues está diseñado justo para eso, o sea, como para compartir, exactamente las cosas que uno aspira a compartir de uno, o sea, exactamente, pues eso, la imagen que uno quiere dar. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta afirmación revela una aparente comprensión de la naturaleza y propósito de las redes sociales como plataformas de autopresentación. Al afirmar que las redes sociales están “*diseñadas justo para eso*”, el participante reconoce la intencionalidad inherente en la arquitectura de estas plataformas, además se observa un entendimiento sobre cómo las redes sociales no son simplemente herramientas neutrales de comunicación, sino espacios cuidadosamente contruidos para fomentar ciertos tipos de interacciones y presentaciones del yo.

La frase "compartir exactamente las cosas que uno aspira a compartir de uno" revela un proceso de selección consciente, en el que el usuario decide qué facetas de su vida o personalidad mostrar y cuáles ocultar. Esto sugiere una forma de interacción estratégica en la que el usuario no solo actúa en función de lo que desea compartir, sino también de la percepción que quiere generar en los demás. El uso de la palabra "aspira" también denota que, en muchos casos, la imagen proyectada en las redes no es necesariamente una representación fiel de la realidad, sino una idealización de lo que la persona quiere ser o cómo quiere ser vista.

Esta aspiración no es necesariamente una falsedad, sino más bien una forma de seleccionar aspectos del yo que se consideran dignos de ser compartidos y, a su vez, una forma de autoexpresión que busca alinear la identidad presentada con un ideal personal o social. Igualmente, la idea de "*la imagen que uno quiere dar*" denota un proceso consciente y deliberado de construcción de identidad, donde el individuo asume el papel de narrador y editor de su propia

historia digital, donde esta narrativa construida no es solo un reflejo de quién es la persona, sino también de quién aspira a ser o cómo desea ser percibida por los demás.

En este sentido, la declaración subraya la capacidad de las redes sociales para ser plataformas de aspiración personal y profesional, donde la identidad de la persona se presenta de manera calculada. Sin embargo, este enfoque puede llevar a tensiones entre la imagen pública y la vida privada, lo que implica que los usuarios están constantemente navegando entre lo que son y lo que desean que los demás perciban. Así, la afirmación del participante 1 no solo describe un fenómeno común en las redes sociales, sino que también pone de manifiesto la intencionalidad detrás del uso de estas plataformas para crear y mantener una imagen específica.

Esta observación se alinea con la teoría de la presentación del yo de Erving Goffman (1959), que sugiere que los individuos se presentan de manera estratégica en interacciones sociales. En el contexto de las redes sociales, esta presentación se intensifica, por lo tanto, para hacer referencia a esto, vamos a tomar como referencia central de este apartado el término de “yo digital” propuesto por Zizi Papacharissi (2010), quien lo refiere como la representación en línea de la identidad de un individuo, construida a través de la interacción social y la autopresentación en plataformas digitales. Papacharissi argumenta que el yo digital no es simplemente una réplica de la identidad *offline*, sino una extensión y, a menudo, una versión curada de esta. Esto puede llevar a lo que Hogan (2010) describe como una “exhibición” continua del yo, donde los usuarios crean y mantienen una versión idealizada de sí mismos para un público imaginado.

La participante 2 reforzó esta idea al argumentar: *"yo pienso que es que para eso es la red social, para usted mostrar su felicidad, pues ni modo que usted suba una foto llorando, pues qué boleta"* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), lo que revela una percepción sobre el propósito de las redes sociales: ser un espacio de autopresentación cuidadosamente gestionada, donde se privilegian las imágenes de felicidad y éxito. Esta declaración resalta cómo las plataformas digitales han sido conceptualizadas socialmente como lugares para exhibir momentos positivos, creando una norma implícita que desincentiva la expresión de algunas emociones consideradas negativas, ya que nos lleva a asumir que las experiencias de tristeza, fracaso o vulnerabilidad quedan ocultas o minimizadas. Estas normas no solo definen qué tipo de

contenido es apropiado compartir, sino que también establecen expectativas sobre cómo los individuos deben presentarse en estos espacios digitales.

Esta perspectiva se alinea notablemente con el concepto de manejo de la impresión desarrollado por Erving Goffman (1959) en su obra *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Goffman argumenta que los individuos, en sus interacciones sociales, se comportan como actores en un escenario, gestionando cuidadosamente la información que presentan sobre sí mismos para controlar las impresiones que otros forman de ellos. En el contexto de las redes sociales, este concepto se amplifica, convirtiendo estas plataformas en lo que Goffman llamaría un “*frontstage*” o escenario frontal, donde los usuarios presentan una versión cuidadosamente curada de sí mismos (Boyd, 2014).

La afirmación del participante sobre la inconveniencia de subir una foto llorando (“qué boleta”) refleja lo que Goffman describe como el mantenimiento de la “fachada”, es decir, la imagen que el individuo intenta proyectar en sus interacciones sociales. En el ámbito digital, esta fachada se construye a través de publicaciones, fotos y actualizaciones de estado que, según la perspectiva del participante, deben adherirse a una norma de positividad y éxito.

La conciencia del participante sobre el potencial juicio social asociado a compartir este tipo de emociones, subraya la presión que sienten los usuarios para ajustar su comportamiento en línea a las expectativas de la audiencia, en lugar de compartir una representación más auténtica y diversa de sus vivencias. Este tipo de comportamiento, como insinúa el participante, no es meramente opcional, sino que está dictado por convenciones sociales que promueven la creación de una imagen idealizada. Al evitar compartir emociones o situaciones negativas, los usuarios buscan evitar el juicio o el rechazo que podrían percibir al exponer sus debilidades. Esta dinámica subraya cómo las redes sociales, lejos de ser un reflejo fiel de la realidad cotidiana, se han convertido en plataformas donde se construye y proyecta una versión seleccionada y aprobada socialmente de la propia identidad, y donde la presión para cumplir con estas expectativas refuerza el ciclo de autopresentación positiva, llevando a perpetuar una disonancia entre la vida *online* y *offline*.

Sin embargo, es importante señalar que esta visión de las redes sociales como espacios exclusivamente destinados a “mostrar felicidad” puede ser discutible. Como señala Baym (2015),

las redes sociales también funcionan como espacios confesionales, donde los usuarios comparten sus penas y dolores, recibiendo apoyo de su comunidad en línea. Este aspecto revela una dualidad en el uso de las plataformas: por un lado, existe la presión de presentar una imagen idealizada; por otro, hay un deseo de autenticidad y conexión emocional que lleva a algunos usuarios a compartir experiencias más vulnerables.

Esta dinámica compleja plantea interrogantes sobre la autenticidad de las interacciones en redes sociales y cómo la negociación entre la presentación idealizada y la expresión auténtica puede afectar el bienestar emocional de los usuarios. Turkle (2011) ha argumentado que esta constante gestión de la identidad digital puede llevar a una fragmentación del yo, donde los individuos luchan por reconciliar sus múltiples presentaciones en línea con su sentido de identidad fuera de línea. Al respecto, la participante 3 lanza la siguiente crítica:

*alguna persona sube algo llorando o algo así, pues como expresando un momento difícil, la suelen juzgar mucho, como que, ay no, eso no se muestra en redes sociales, para eso pues uno se va a llorar a la casa escondido, entonces si, como que hay mucha estigmatización con respecto a eso. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Esta crítica señala un problema más profundo: la estigmatización de las emociones negativas en las plataformas digitales. Esto es particularmente importante debido a que el contenido que se comparte o debería compartir en estas redes sociales, también puede conservar la idea de que las vulnerabilidades deben mantenerse ocultas y, por lo tanto, dificultar la búsqueda de apoyo emocional en momentos de necesidad, conduciendo de esta manera a consecuencias negativas para la salud mental y el bienestar emocional de los usuarios. Este tema acerca de la invalidación emocional es un tema de profunda relevancia, por lo cual habrá un apartado más adelante para hablar exclusivamente de las expresión y negación emocional.

Ahora bien, desde las perspectivas de nuestros participantes, entendemos que las redes sociales no son simplemente un reflejo de la vida cotidiana, sino una especie de ámbito de presentación condicionada por ciertas expectativas sociales. Como podemos ver, los participantes concuerdan con el carácter normativo de las redes, donde mostrar tristeza o las mal llamadas “emociones negativas” no solo es poco común, sino que puede ser percibido como socialmente inapropiado. Así, lo que está en juego no es solo la imagen que se proyecta, sino también la

gestión de la percepción de los demás. Es importante destacar que elegir una imagen para compartir en redes sociales no siempre implica ser falso o intentar engañar a otros usuarios, sino más bien, esto refleja una adaptación natural a un nuevo entorno social, donde las primeras impresiones pueden ser duraderas y las interacciones están mediadas por pantallas y algoritmos. Por ello, la habilidad de gestionar la propia imagen y controlar la narrativa personal se ha vuelto una competencia social de gran importancia.

Esta dinámica revela la compleja gestión de la impresión digital que los usuarios deben realizar, ya que se ven obligados a desarrollar habilidades sofisticadas de manejo de su imagen, curando cuidadosamente su presencia en línea para ajustarse a las expectativas sociales percibidas. Esto crea una tensión constante entre el deseo de autenticidad y la necesidad de aceptación social en el ámbito digital, lo que puede generar conflictos internos y externos en los usuarios, debido a que la preferencia por mostrar solo aspectos positivos en las redes sociales puede afectar la profundidad y autenticidad de las conexiones, potencialmente llevando a relaciones más superficiales y a una disminución de la empatía y el apoyo mutuo en entornos digitales.

Es por esto por lo que el concepto de “yo digital” cobra especial relevancia en este contexto, ya que ilustra cómo los usuarios construyen y gestionan activamente su identidad en línea, para navegar las complejas normas sociales del espacio digital. Es importante notar que las opiniones expresadas por los participantes indican que las normas sociales en el ámbito digital están en constante evolución, por lo cual, lo que se considera aceptable o inaceptable en las redes sociales puede cambiar con el tiempo. De este modo, se entiende que las redes sociales no son simplemente plataformas neutras para la comunicación, sino espacios complejos donde se negocian constantemente las identidades, las normas sociales y las expectativas personales y colectivas. Este fenómeno plantea importantes cuestiones sobre la autenticidad, el bienestar emocional y la naturaleza cambiante de las interacciones sociales en la era digital, invitándonos a reflexionar sobre cómo estas dinámicas están influyendo en nuestra sociedad y en nuestras relaciones interpersonales.

A pesar de reconocer los problemas potenciales de esta presentación selectiva, algunos participantes admitieron que ellos mismos participan en estas prácticas. El Participante 1 compartió:

*En mi caso particular, sí, siempre estaba presente ese sentimiento de, no, pues yo sé que tengo muchos problemas en mi vida cotidiana, pero yo no puedo expresar eso al exterior porque, pues, si yo la estoy pasando mal, yo sé que el resto también tiene sus situaciones individuales. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta reflexión revela una tensión común en el uso de las redes sociales, donde las personas, a pesar de enfrentar problemas en su vida cotidiana, sienten que no pueden compartir sus dificultades con los demás. Al mencionar que no puede expresar sus problemas "*porque sé que el resto también tiene sus situaciones individuales*", el participante pone de manifiesto una percepción de responsabilidad social hacia los demás, como si compartir emociones negativas fuera un acto que podría afectar a quienes lo rodean.

Este sentimiento muestra una autoimposición de límites sobre la autenticidad emocional, en la que las redes sociales se perciben como un espacio donde el bienestar propio y ajeno debe protegerse. Existe la creencia de que mostrar vulnerabilidad o dificultades personales podría no solo incomodar a los demás, sino también desviar la atención de los problemas de otras personas. Así, el participante adopta una actitud de contención emocional, evitando contagiar a otros con sus dificultades y manteniendo una fachada de normalidad o bienestar. No obstante, también se puede deducir una posible contradicción interna entre el deseo de ser auténtico y la necesidad percibida de proteger el bienestar emocional de la comunidad online, ya que esta decisión de no compartir los propios problemas implica un esfuerzo constante por mantener una imagen que no refleje completamente la realidad, lo que puede generar un distanciamiento entre la identidad real y la que se proyecta. Al mismo tiempo, es lamentable el hecho de que las redes sociales, en lugar de ser un espacio de apoyo emocional, se convierten en un lugar donde las emociones consideradas menos favorables se reprimen para no interferir con la imagen de equilibrio y éxito que muchas veces se espera proyectar.

La afirmación de este participante también subraya cómo las redes sociales refuerzan la idea de que mostrar este tipo de emociones consideradas "negativas" puede ser percibido como



una “carga” para los demás, lo que contribuye a la perpetuación de una dinámica de positividad superficial. Aunque las personas son conscientes de sus problemas, existe una presión implícita por mantener las apariencias, lo que a largo plazo puede generar una desconexión emocional tanto con uno mismo como con los demás.

Tal dilema refleja lo que los investigadores han llamado trabajo emocional digital (Wahl-Jorgensen, 2019), donde los usuarios de redes sociales gestionan activamente sus expresiones emocionales en línea para adherirse a normas sociales percibidas. Este concepto extiende la idea original de trabajo emocional de Hochschild (1983) al contexto de las redes sociales. Sugiere que los usuarios realizan un esfuerzo consciente para gestionar sus expresiones emocionales en línea, a menudo suprimiendo emociones negativas y amplificando las positivas, con el fin de adherirse a normas sociales y mantener una imagen deseada.

Por otro lado, Marwick y boyd (2011) argumentan que este tipo de gestión de impresiones en las redes sociales se complica por la presencia de una audiencia imaginada, donde los usuarios deben negociar su presentación para múltiples audiencias simultáneamente, lo que puede llevar a una forma de colapso de contexto. En este escenario, los usuarios enfrentan el reto de mantener coherencia en su presentación personal ante distintos grupos con expectativas sociales variadas, generando una sobrecarga emocional.

Sin embargo, es importante considerar una perspectiva contrastante. La teoría de la autenticidad estratégica propuesta por Banet-Weiser (2012), la cual expone que la presentación selectiva en las redes sociales no es necesariamente inauténtica o perjudicial, sino que los usuarios participan en una forma de autenticidad curada, donde la selección cuidadosa de qué compartir puede ser vista como una expresión auténtica de identidad y valores. Según esta perspectiva, la decisión de no compartir ciertos aspectos de la vida no es un acto de engaño, sino una forma de autoprotección y expresión personal en un entorno digital complejo.

Esto nos lleva a tomar conciencia sobre las dinámicas de la presentación del yo en las redes sociales. Los participantes reconocen la tendencia a mostrar versiones idealizadas de la vida, pero también expresan cierta ambivalencia sobre esta práctica. Por un lado, entienden las redes sociales como un espacio diseñado para compartir momentos positivos y logros. Por otro

lado, son conscientes de los efectos negativos de esta presentación selectiva, incluyendo la presión social, las comparaciones poco saludables y la desconexión con la realidad.

No hay que negar que las plataformas de redes sociales ofrecen oportunidades sin precedentes para la autoexpresión y la conexión, pero también crean nuevas presiones y expectativas sociales. Por lo tanto, a medida que las plataformas de redes sociales continúan evolucionando, es esencial seguir examinando cómo los individuos navegan estas complejidades que surgen en la forma en que manejan su imagen pública y su interacción en línea, para ir también explorando posibles soluciones que permitan a los usuarios compartir experiencias auténticas en espacios digitales más seguros y controlados, donde puedan expresar emociones de manera más equilibrada, manteniendo al mismo tiempo el control sobre la imagen pública.

En conclusión, este primer subapartado ha explorado cómo los usuarios consumen contenido en las redes sociales, predominantemente alineado con sus intereses y actividades actuales, y cómo tienden a presentar una versión curada y positiva de sí mismos en el espacio digital. Los participantes han revelado una conciencia aguda de las normas sociales implícitas que rigen la presentación del yo en línea, donde se privilegia la exhibición de momentos felices y logros, mientras que las vulnerabilidades y dificultades a menudo se ocultan. Esta tendencia a mostrar solo los aspectos más favorables de la vida plantea interrogantes significativos sobre la autenticidad en las interacciones digitales y su impacto en el bienestar emocional de los usuarios, los cuales analizaremos con detalle más adelante. Por ahora, al adentrarnos en el siguiente subapartado, examinaremos cómo esta exposición selectiva y la interacción en las redes sociales no solo moldean nuestra presentación personal, sino que también influyen profundamente en nuestras decisiones cotidianas y en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos, revelando las complejas dinámicas entre el mundo digital y nuestra identidad personal.

### ***6.1.2 La telaraña de la influencia: redes sociales y su impacto en la vida cotidiana***

La influencia omnipresente de las redes sociales en la vida cotidiana ha transformado profundamente la manera en que los individuos toman decisiones, perciben su entorno y se definen a sí mismos. Desde las elecciones de consumo hasta la adopción de nuevos hábitos, las plataformas digitales actúan como poderosos mediadores de la realidad, moldeando sutilmente

comportamientos y percepciones. El Participante 1 ofrece una perspectiva reveladora sobre cómo las redes sociales influyen en sus decisiones de compra:

*Lo que consumo en redes sociales sí modifica, pues, por ejemplo, no sé, más que nada decisiones económicas, porque muchas veces, pues, yo sí me dejo ya como, no sé, por ejemplo, cuando estoy comprando, pues, mis cosas de estas disciplinas que desarrollo, pues, soy mucho de, pues, simplemente buscar como lo que más habla la gente. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta afirmación destaca el impacto profundo que tienen las redes sociales en la toma de decisiones de consumo. Al mencionar que sus decisiones económicas se ven influenciadas por lo que observa en las redes, el participante muestra cómo el contenido que consume *online* actúa como una brújula que guía sus elecciones, y el hecho de que se decanta por productos o servicios “*de los que más habla la gente*” revela una dependencia significativa en la validación social y la popularidad de ciertos productos para tomar decisiones, más allá de otros factores como la calidad objetiva o las necesidades personales.

Este cambio en el comportamiento de compra se alinea con una tendencia más amplia, donde las redes sociales no solo proporcionan información, sino que también estructuran la forma en que se perciben las necesidades. A nivel teórico, esto puede vincularse al modelo tradicional de toma de decisiones del consumidor (Kotler y Armstrong, 2018), que incluye etapas como el reconocimiento de la necesidad, la búsqueda de información, la evaluación de alternativas, la decisión de compra y el comportamiento posterior a la compra. Sin embargo, en este nuevo contexto, las redes sociales intervienen en cada una de estas fases, actuando como intermediarias entre las necesidades personales y la influencia social.

La constante exposición a productos, estilos de vida y tendencias en plataformas digitales ha llevado a que las decisiones de compra se tornen más impulsivas y emocionales, como también lo señala el Participante 1 al mencionar: “*la ropa que está usando o el celular que está como de moda*” (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1). Esta referencia específica destaca el impacto de las redes en la difusión de tendencias y modas, donde las decisiones se fundamentan más en la aceptación social que en la utilidad o calidad real del producto.

Como podemos ver, las redes sociales se han convertido en una fuente clave de información y recomendación, afectando no solo la percepción de marcas o productos, sino también la autopercepción y la definición de necesidades. La inmediatez y la constante exposición a productos en las redes sociales fomentan un comportamiento de compra impulsivo y emocional, en lugar de decisiones puramente racionales basadas en la necesidad.

Este comportamiento puede analizarse desde la perspectiva de la prueba social propuesta por Cialdini (2009), que sugiere que las personas tienden a seguir las acciones de los demás en situaciones de incertidumbre. En el caso del Participante 1, su dependencia del “boca a boca” digital muestra cómo la validación externa se convierte en un criterio decisivo en su proceso de compra, lo cual nos lleva a pensar que el consumo no es un acto aislado, sino que está inmerso en una dinámica social en la que las decisiones se legitiman a través de la aceptación y preferencia de otros. En otras palabras, la autoimagen y las decisiones de consumo están cada vez más vinculadas a una dinámica colectiva, donde las redes no solo son una fuente de información, sino una arena para la construcción de identidad, de la cual ya hemos hablado previamente.

Este fenómeno se relaciona también con la Teoría de la Difusión de Innovaciones de Rogers (2003), que plantea que las innovaciones se propagan a través de un sistema social a lo largo del tiempo. En las redes sociales, esta difusión se ve acelerada de manera notable, permitiendo que las tendencias se propaguen con una rapidez inédita. En este sentido, los *influencers*, como líderes de opinión, tienen un papel crucial al legitimar productos y tendencias, contribuyendo a la percepción del consumidor de que estar al día es esencial para destacar y estar a la moda. Esta influencia en las decisiones de consumo revela un patrón más profundo en el comportamiento humano en las redes sociales, donde no solo se modifican las elecciones de compra, sino que también se establecen estándares emocionales y de comportamiento que afectan la forma en que las personas se presentan y expresan en estos espacios digitales.

### 6.1.2.1 La asincronía emocional: cuando el “estar bien” se impone

Como ya hemos mencionado, las redes sociales no solo influyen en las decisiones de compra, sino que también establecen estándares más amplios de comportamiento y apariencia. Al verse expuesto constantemente a contenido que promueve ciertos estilos de vida, productos o ideales, el usuario puede estar ajustando sus decisiones para alinearse con esas expectativas o tendencias. En este sentido, las redes sociales actúan como un espejo de la identidad y el comportamiento, donde el bienestar y el éxito personal se definen por la capacidad de alinearse con las tendencias dominantes, marcando una relación profunda entre consumo, identidad y autoimagen.

El testimonio de la Participante 2 ofrece una visión clave sobre cómo se experimenta esta influencia al afirmar: *“Cómo te digo, nosotros seguimos tendencias, la tendencia es estar bien, el que diga que está triste o está mal o no le parece algo es el que está mal”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Con esta afirmación, se hace evidente una imposición de un estándar social en el cual se espera que las personas mantengan una imagen constante de bienestar y felicidad en este espacio digital. De esta manera, la positividad se convierte en una norma, y cualquier desviación de ella, como expresar tristeza o incomodidad, se percibe como un “error”. Esta observación pone de manifiesto una tendencia hacia lo que en este trabajo entiende como “positividad tóxica”, en la que se normaliza y se espera una expresión constante de bienestar y felicidad.

Esta presión puede llevar a lo que en este trabajo denominaremos *asincronía emocional*, un término que vamos a emplear para referirnos a una discrepancia entre las emociones experimentadas internamente por un individuo y aquellas que expresa o se espera que exprese en un entorno social determinado. En este contexto, las personas no se sienten libres de compartir lo que realmente están viviendo y se ven forzadas a adoptar un “yo” socialmente aceptado para evitar el juicio o la desaprobación. No obstante, el individuo es consciente de una diferencia entre lo que siente y lo que expresa públicamente.

Al señalar que quien expresa tristeza es percibido como *“el que está mal”*, el participante refleja cómo estas plataformas han construido un entorno en el cual la autenticidad emocional queda relegada. Esta declaración sugiere la creación de una dicotomía rígida entre lo que está

bien y lo que está mal, basada en las emociones que se exhiben públicamente. En este sentido, las redes sociales actúan como un regulador del comportamiento emocional, limitando el espacio para la vulnerabilidad y la expresión genuina de emociones.

Sin embargo, esta dinámica no solo afecta la salud mental del individuo, sino que también contribuye a una cultura en la que las emociones genuinas son invalidadas, y se perpetúa una imagen irreal de lo que significa el bienestar. A largo plazo, esto puede generar sentimientos de aislamiento emocional, ya que quienes experimentan emociones negativas podrían verse obligados a reprimirlas o, peor aún, sentirse culpables por no cumplir con las expectativas de felicidad constante.

La participante 2 profundiza en este conflicto emocional al señalar: *"entonces yo no voy a estar triste porque no puedo estar triste; yo tengo es que ser como los otros que están felices"* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Este comentario revela una lucha personal donde el deseo de expresar tristeza o malestar queda reprimido por la necesidad de proyectar una imagen que se ajuste a la norma de los demás. Aquí se observa una pérdida de individualidad, donde el participante siente que debe *"ser como los otros que están felices"*, lo que erosiona la capacidad de cada persona de ser auténtica y fiel a sus propias experiencias.

Esta dinámica puede ser analizada a través de la perspectiva del *self* auténtico versus el *self* social de Rogers (1961). Según esta teoría, existe una tensión entre el verdadero yo de una persona (el *self* auténtico) y la versión de sí misma que presenta al mundo (el *self* social). En el caso de las redes sociales, vemos cómo los usuarios se sienten forzados a suprimir su *self* auténtico, con todas sus complejidades emocionales, para presentar un *self* social que se ajuste a las expectativas de positividad constante.

Asimismo, la teoría de la gestión de impresiones de Goffman (1959), mencionada sucintamente en el apartado anterior, nos proporciona un marco para entender este comportamiento. Según Goffman, los individuos ajustan su comportamiento para controlar las impresiones que los demás forman sobre ellos; en el caso de las redes sociales, estas actúan como un escenario donde las personas proyectan una imagen idealizada de felicidad y éxito constante. Cabe notar que el "yo" que las personas muestran en las redes sociales está cuidadosamente diseñado para ajustarse a las expectativas y normas que predominan en esos espacios, y esto no es

algo casual, sino que responde a un deseo profundo de ser aceptados y aprobados por los demás. Al compartir contenido que resalta solo los aspectos positivos o socialmente deseables de sus vidas, las personas buscan alinearse con lo que se considera “correcto” o “ideal” en la cultura digital. De esta forma, intentan ganar validación, evitando la desaprobación o el rechazo que podrían surgir si mostraran aspectos más vulnerables o menos convencionales de su realidad.

Asimismo, es posible observar cómo las redes sociales perpetúan una versión superficial de la realidad, donde el malestar o el sufrimiento emocional son silenciados. Las plataformas digitales crean una ilusión de perfección, en la que cada usuario contribuye a sostener el ideal colectivo de bienestar, aun cuando este no se corresponde con sus experiencias personales. Este fenómeno alimenta una cultura de la positividad tóxica, en la que solo los sentimientos aceptados socialmente son validados y las emociones difíciles, como la tristeza o el fracaso, quedan relegadas al ámbito privado. Así, la construcción de un “yo” digital que se ajusta a los estándares de felicidad perpetua no solo reduce la autenticidad, sino que también genera un ciclo de insatisfacción, en el que las personas se sienten desconectadas de sus propios sentimientos y realidades, mientras buscan la aprobación constante de los demás.

Mientras la positividad tóxica moldea la expresión emocional en las redes sociales, estas plataformas también ejercen una influencia significativa en aspectos más cotidianos de la vida, como el lenguaje que utilizamos y los hábitos que desarrollamos. Esta influencia se manifiesta de maneras tanto sutiles como directas en nuestra vida diaria

### **6.1.2.2 Cuando lo digital moldea lo cotidiano**

Durante las entrevistas también se encontró que el lenguaje utilizado por los individuos está influenciado principalmente por el entorno social inmediato, aunque las redes sociales también desempeñan un papel indirecto pero significativo en la evolución lingüística. El Participante 1 ofrece una reflexión que ilustra este fenómeno:

*Sino que el lenguaje que yo uso es muy... es más bien como adquirido de mi entorno social que del contenido que consumo. Pero sí, pues, igual a fin de cuentas del entorno en el que estoy, pues, sí se va a ver afectado por las redes sociales. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta observación refleja un proceso de adquisición lingüística predominantemente influido por el entorno social inmediato del participante, pero con un reconocimiento de la influencia indirecta de las redes sociales. Aquí se observa una diferenciación entre el impacto directo de las relaciones personales cotidianas y el efecto más sutil que las plataformas digitales tienen sobre la evolución del lenguaje. El participante señala que su forma de hablar surge en mayor medida de las interacciones cara a cara, pero admite que, a largo plazo, las redes sociales también ejercen un impacto en cómo se comunica.

Este comentario refleja una tensión entre lo local (interacciones presenciales) y lo global (influencias mediadas por redes sociales), y cómo ambos elementos interactúan en la configuración del lenguaje individual. El participante parece subrayar que su estilo comunicativo surge de la imitación y el aprendizaje a través de su círculo social más cercano, mientras que las redes sociales, aunque distantes o más impersonales, terminan ejerciendo una influencia que no puede ignorarse. Esto sugiere una jerarquía de influencias en la que el entorno inmediato ocupa el primer lugar, pero donde las dinámicas digitales terminan por permear el lenguaje a través de las personas que forman parte de ese entorno.

Desde una perspectiva teórica, esta observación puede vincularse con la teoría de la acomodación comunicativa de Giles et al. (1991), quienes sostienen que las personas tienden a adaptar su forma de hablar para alinearse con los estilos lingüísticos predominantes de su entorno. El participante se refiere al entorno social como la principal fuente de su lenguaje, lo cual implica que las interacciones cara a cara con personas cercanas moldean su forma de comunicarse. Sin embargo, también sugiere que este entorno no es estático, sino que está mediado por las redes sociales, lo que introduce nuevas formas de hablar que los individuos adoptan inconscientemente a medida que ajustan su lenguaje para encajar con su grupo social.

Por su parte, la teoría de la ecología de medios de Postman (1970) proporciona una interpretación relevante que hemos adaptado al contexto actual. Aunque Postman no se refería específicamente a las redes sociales, ya que estas no existían en su época, su planteamiento sobre cómo los medios transforman la interacción y la comunicación humana resulta aplicable. Según esta teoría, los medios generan cambios en la forma de interactuar y comunicarse de las personas a través de un proceso acumulativo y gradual que muchas veces no es perceptible de inmediato.



En este sentido, aunque un participante no perciba que el contenido digital afecta directamente su lenguaje, puede reconocer que, a largo plazo, su habla será modificada debido a su interacción constante con un entorno social amplio, influido por las redes sociales. Esto muestra que el cambio lingüístico impulsado por los medios digitales es un proceso progresivo, donde los usuarios adoptan nuevas expresiones y estilos de comunicación a través de su exposición indirecta a estos medios, que eventualmente se propagan en sus comunidades locales.

Desde esta perspectiva, incluso si consideramos que el contenido en redes sociales no influye de manera explícita en el lenguaje del participante, es muy probable que este se viera afectado a través de la interacción con su grupo social que sí absorbe y reproduce ciertas innovaciones lingüísticas. Esto puede conectarse también con la teoría de la difusión de innovaciones de Rogers (2003), que explica cómo nuevas formas de hablar o expresiones se propagan en redes sociales, tanto virtuales como presenciales. Es decir, el lenguaje que se utiliza en las redes sociales se difunde indirectamente a través de las interacciones cara a cara.

Pero las redes sociales, además de influir en el lenguaje, también ejercen un profundo impacto en las rutinas diarias y los hábitos personales. La participante 3 ejemplifica este fenómeno:

*Imagínate que cuando yo buscaba, pues, así cositas de yoga, yo tenía, pues, como una aplicación que es de yoga, entonces, yo la descargué y en Instagram me empezó a aparecer, ay, entonces debes hacer el estiramiento de tal manera, entonces ya, ay, me ponía yo a hacerla ahí mismo. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Esta declaración refleja cómo las redes sociales actúan como un facilitador que introduce nuevas prácticas en la vida cotidiana. Aquí podemos ver la manera en que los algoritmos personalizan el contenido que aparece en función de las búsquedas previas. En este caso, el participante relata cómo, tras buscar información sobre yoga y descargar una aplicación relacionada, Instagram comenzó a ofrecerle recomendaciones sobre ejercicios específicos. Este tipo de interacción refleja un Bucle de *feedback* virtual, donde las acciones iniciales del usuario (buscar o descargar contenido) activan algoritmos que le proporcionan nuevas sugerencias, lo que termina influyendo en su comportamiento inmediato y sus formas de consumo.

Lo que resulta interesante en esta cita es cómo la plataforma digital no solo ofrece contenido, sino que además induce a la acción directa. La frase "*me ponía yo a hacerla ahí mismo*" evidencia una relación inmediata y práctica entre el contenido digital y la conducta del usuario. Aquí la red social no actúa simplemente como un medio de entretenimiento o consumo pasivo, sino como una herramienta que modela las actividades cotidianas de las personas. El participante no solo recibe la información, sino que se siente motivado a ponerla en práctica de forma casi automática, lo que resalta el poder de persuasión que tienen estas plataformas en la vida diaria.

Este tipo de experiencia puede ser analizado desde la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), que sostiene que las personas aprenden nuevas conductas a través de la observación y la imitación de modelos en su entorno. En este caso, Instagram se convierte en una comunidad de práctica virtual, donde el usuario observa ejercicios de yoga, aprende cómo realizarlos y luego imita esos movimientos en su propio espacio físico. Este aprendizaje se da de manera casi automática, lo que nos muestra que el contenido digital está creando nuevos modelos de comportamiento a través de la repetición constante y la accesibilidad inmediata. La facilidad con la que el participante integra estos cambios puede entenderse mediante el concepto de micromomentos, popularizado por Google (2015), que describe cómo pequeños instantes de interacción digital pueden desencadenar acciones concretas en la vida real, como en este caso, la adopción de nuevos hábitos de bienestar físico a través del microaprendizaje facilitado por redes sociales.

Este fenómeno destaca cómo las plataformas digitales no solo cumplen una función de transmisión de información, sino que facilitan la creación de hábitos de forma casi inconsciente. El acceso inmediato y la exposición repetida a estos contenidos refuerzan la idea de que, en el entorno digital, el aprendizaje se produce de forma fragmentada, pero continua, lo que facilita la adopción de nuevas rutinas de comportamiento. Aquí, las redes sociales funcionan como entornos de aprendizaje que promueven la incorporación rápida de prácticas en la vida cotidiana, lo que sugiere que el impacto de estas plataformas en los usuarios va mucho más allá del consumo superficial, ya que este tipo de interacción no solo modifica la forma en que las personas reciben información, sino también la manera en que esa información se convierte en acción concreta,

destacando el poder transformador que los entornos digitales tienen sobre los hábitos de las personas.

En esta misma línea, los Participantes 3 y 4 refuerzan esta idea con sus observaciones. La participante 3 menciona: *“Eso como que está programado para que a uno le salga eso, pues, específicamente lo que uno quiere ver”* (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3), mientras que la participante 4 agrega: *“El algoritmo funciona así, te da más contenido del que tú consumes (...) entonces, me parecen cosas de las que yo consumo”* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4).

Estas respuestas evidencian una comprensión una conciencia clara del funcionamiento algorítmico, pero también implican un grado de aceptación o naturalización de la influencia de la tecnología en su experiencia diaria. Desde este punto de vista, los usuarios no son solo receptores pasivos de la personalización algorítmica, sino que participan activamente en un ciclo de co-construcción de su realidad digital. En este sentido, los algoritmos, lejos de ser entidades neutras, actúan como filtros interpretativos que seleccionan y realzan ciertos aspectos de la realidad percibida por el usuario, guiando sutilmente sus preferencias y comportamientos.

La teoría del *nudge* de Thaler y Sunstein (2008) también resulta relevante para comprender cómo las sugerencias sutiles de las plataformas digitales influyen en el comportamiento de los usuarios. Según esta teoría, estas redes sociales funcionan como arquitectos de elección, incentivando acciones mediante señales casi imperceptibles, como la sugerencia de una nueva postura de yoga. La declaración del participante evidencia la dilución de las fronteras entre el mundo online y offline. La fluidez con la que pasa de consumir contenido digital en Instagram a practicar yoga en su espacio físico refleja la interconexión de ambas esferas, un fenómeno descrito por Jurgenson (2012) como "realidad aumentada social". Esto indica que la vida digital y la física están cada vez más entrelazadas, transformando no solo el proceso de aprendizaje, sino también cómo actuamos en nuestro día a día.

Las respuestas de los participantes también ponen de manifiesto un aspecto crucial sobre la relación entre el algoritmo y el usuario: la percepción de control. Aunque los participantes parecen entender que el algoritmo les ofrece contenidos alineados con sus preferencias, no cuestionan el proceso subyacente ni los posibles sesgos que este pueda introducir. Esto evidencia

una forma de comodidad algorítmica en la que los usuarios se van conformando con lo que la tecnología les presenta, sin explorar otras fuentes de información o perspectivas. Así, aunque se reconoce la influencia de los algoritmos, no parece haber una conciencia crítica sobre las implicaciones a largo plazo de este control tecnológico. La co-construcción de la realidad digital, en este sentido, podría estar más marcada por una adaptación que por una elección consciente, lo que refleja el poder sutil que las plataformas digitales ejercen sobre los hábitos y creencias de los usuarios.

En conclusión, este apartado ha puesto de relieve la influencia omnipresente de las redes sociales en la vida cotidiana, mostrando cómo moldean decisiones de consumo, comportamientos y autopercepción. A través de algoritmos que refuerzan ciertos hábitos, las plataformas digitales median la realidad de los usuarios, promoviendo fenómenos como la *positividad tóxica* y una constante proyección de bienestar. La co-construcción de la realidad digital entre usuarios y algoritmos revela una compleja interacción que no solo afecta el comportamiento, sino también la percepción de la realidad, y aunque los usuarios son conscientes de la influencia algorítmica, existe una falta de crítica hacia las implicaciones a largo plazo de este control.

Ahora bien, esta profunda influencia de las redes sociales en nuestras decisiones diarias y percepciones personales se extiende más allá de las elecciones de consumo o la adopción de nuevos hábitos. Este fenómeno penetra en la esfera más íntima de la construcción de la identidad personal, donde la presión por proyectar una imagen idealizada en las plataformas digitales no solo modifica nuestros comportamientos externos, sino que también reconfigura la manera en que nos percibimos a nosotros mismos. Esta dinámica sienta las bases para un proceso intensificado de comparación social, donde la autoevaluación se realiza constantemente en relación con los estándares idealizados que prevalecen en el entorno digital. Así, la transición hacia el análisis del siguiente apartado *Comparación social y construcción de la identidad en línea* se vuelve crucial para comprender cómo las mismas fuerzas que influyen en nuestras decisiones cotidianas también moldean profundamente nuestra identidad y autoconcepto en la era digital.

### **6.1.3 Comparación social y construcción de la identidad en línea**

La construcción de la identidad en línea se convierte en un acto de negociación constante entre la autenticidad personal y las expectativas sociales digitales. Los individuos se encuentran navegando un complejo ecosistema donde cada publicación, like o comentario contribuye a la narrativa de quiénes son o quiénes aspiran ser. Así, el análisis de la comparación social en el entorno digital nos permitirá profundizar en cómo las redes sociales no solo influyen en lo que hacemos, sino en quiénes creemos ser. La comparación social a través de las redes sociales es un factor determinante en el moldeamiento de los gustos y preferencias personales. Este proceso es ejemplificado por el testimonio del Participante 1, quien describe cómo las decisiones cotidianas son influenciadas por la observación de otros en el entorno digital:

*Las consecuencias, tanto positivas como negativas, se generan a partir de la comparación, porque si yo no me comparo, yo vivo mi vida y ya, por así decirlo. Pero es un proceso inherente al ser humano, digamos, mi estándar de lo que es ropa linda, es porque yo en algún momento vi gente vestida de alguna forma y dije, eso me gusta, lo voy a adaptar. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta afirmación evidencia cómo la comparación social, exacerbada por las redes sociales, se convierte en un proceso determinante para la construcción de gustos y preferencias personales. Al señalar que su estándar de "ropa linda" proviene de la observación de otros, se revela una dinámica donde el usuario no simplemente observa, sino que asimila elementos de su entorno digital y los incorpora en su vida cotidiana, lo cual subraya el poder de las redes sociales como mediadores de la realidad y agentes influenciadores de las decisiones individuales, que van más allá de la simple exposición a contenido visual.

Algo relevante por detallar en este testimonio es que la comparación no solo se limita al ámbito estético, sino que se presenta como un fenómeno más amplio de autoevaluación. Al observar las elecciones y conductas de los demás, el individuo no solo valida sus propias decisiones, sino que también ajusta sus preferencias en función de esos modelos que considera atractivos o adecuados. No obstante, esto puede llevar tanto a la satisfacción por haber encontrado referentes, como a la insatisfacción, al notar una distancia entre lo observado y la propia realidad.

El análisis de esta afirmación resuena con las teorías de la psicología social, como la comparación social de Festinger (1954), que explica cómo las personas, de manera inherente, buscan referencias externas para evaluarse a sí mismas. Sin embargo, en el contexto digital actual, la comparación social adquiere una dimensión mucho más intensa y accesible, ya que la constante visibilidad de las vidas ajenas y sus elecciones facilitan una autoevaluación continua, pero también puede generar un ciclo interminable de aspiración y emulación, donde los individuos, en lugar de establecer criterios propios, adoptan los estándares que perciben en otros.

Al mismo tiempo, el concepto de preferencias sociales de Fehr y Fischbacher (2002) se conecta con esta idea, ya que el participante no necesita interactuar directamente con otros para adoptar ciertos comportamientos, sino que la observación pasiva en redes sociales es suficiente para moldear gustos y preferencias. Cabe notar que este fenómeno, lejos de ser un acto meramente consciente, puede operar de manera implícita, donde los algoritmos y las plataformas amplifican ciertos contenidos que refuerzan tendencias de consumo y conducta. En este sentido, las redes sociales se convierten en el escenario ideal para esta observación, facilitando la modelación de preferencias sin necesidad de interacción explícita.

La frase *"eso me gusta, lo voy a adaptar"* ilustra un proceso de mimetismo o imitación social, donde el entorno digital actúa como un molde para las elecciones individuales al replicar los comportamientos de otros. Esto puede explicarse a través de la teoría del contagio social de Christakis y Fowler (2009), que establece que tanto emociones como conductas pueden propagarse en redes, no solo por proximidad física, sino por la interacción continua en espacios digitales. En este sentido, las preferencias personales se ven influenciadas por un efecto de cascada, donde lo que se percibe como deseable o atractivo en la red es adoptado por otros, generando así una suerte de estandarización o normalización de gustos.

Este ciclo de observación, adaptación y emulación sugiere que las plataformas digitales no solo actúan como fuentes de información, sino como espacios donde la realidad personal se renegocia de manera continua, moldeada por las imágenes e ideales de los demás. De esta manera, el testimonio del Participante 1 no solo ilustra el fenómeno de la comparación social en redes, sino que abre la puerta para entender cómo este proceso nos impulsa a adoptar ciertos estándares que observamos en el entorno digital, lo que a su vez reconfigura nuestra identidad y

preferencias. Un aspecto particularmente influenciado por este ciclo de comparación es la percepción de los ideales de belleza.

### **6.1.3.1 Distorsión de los ideales de belleza**

A lo largo de los años, las redes sociales han desempeñado un papel clave en la reformulación, y a menudo distorsión, de los ideales de belleza, presentando estándares poco realistas y, en muchos casos, inalcanzables. El testimonio del Participante 1 ofrece una reflexión reveladora sobre este fenómeno:

*Los ideales de belleza, pues, son mujeres con cirugía, que todas las fotos están retocadas, que ellas mismas están retocadas y entonces, por ejemplo, no hacemos la distinción de que, una persona maquillada es esta, por así decirlo, en otro espacio es una persona sin maquillaje, pero, por ejemplo, todas estas celebridades suben fotos como aquí al natural, pero, pues, realmente tampoco es al natural. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Este testimonio refleja cómo las redes sociales crean y refuerzan un ideal de belleza que no solo es artificial, sino que distorsiona la percepción de la realidad física, ya que, al ir reconfigurado nuevos estándares de belleza, también se conduce a una distorsión de lo que es real y lo que es alcanzable. Al mencionar que las celebridades publican imágenes "al natural" que en realidad no lo son, el participante ilustra una desconexión entre la realidad física y la representación idealizada que prevalece en el entorno digital. Esta percepción refleja una creciente dificultad para distinguir entre lo auténtico y lo fabricado, generando una tensión interna en los usuarios que intentan alinearse con estos ideales imposibles. La paradoja de presentar una imagen "al natural" que ha sido cuidadosamente retocada, maquillada o escenificada resalta cómo la autenticidad en las redes se ha convertido en una performance controlada, lo que puede generar una autopercepción fragmentada y confusa entre lo que se ve y lo que es realmente accesible.

Es importante notar como la constante exposición a estos cuerpos y rostros editados, conduce a moldear tanto la percepción del propio cuerpo como las expectativas hacia los demás. Sin embargo, este proceso de internalización no ocurre de manera pasiva; el usuario, al observar repetidamente estas imágenes, no solo ajusta su ideal de belleza, sino que también se enfrenta a la

frustración de no poder alcanzarlo. En este sentido, las redes sociales no son simplemente un espacio de comparación, sino de distorsión, donde lo irreal se convierte en el nuevo estándar de lo deseado.

En este sentido, las redes sociales no solo se limitan a ser un espacio de comparación, sino que también son un entorno en el que la realidad se distorsiona y lo ficticio se convierte en el nuevo estándar de lo deseado. Las imágenes, cuerpos y estilos de vida que se ven en estas plataformas suelen ser producto de filtros, ediciones o momentos cuidadosamente seleccionados, lo que genera una ilusión de perfección que no refleja la realidad cotidiana. Esto establece un nuevo estándar de lo que las personas consideran deseable o alcanzable, pero que está basado en representaciones inalcanzables y a menudo irreales.

El problema surge cuando estos ideales distorsionados comienzan a ser tomados como una referencia válida de lo que se debe aspirar, llevando a las personas a sentirse insatisfechas con sus propias vidas, cuerpos o logros, ya que la comparación se hace con una imagen que no es auténtica. Así, las redes sociales no solo promueven la comparación entre individuos, sino que además crean una nueva definición de éxito y belleza, moldeada por lo irreal, y que poco tiene que ver con la diversidad y las experiencias genuinas de la vida.

Los postulados de Baudrillard (1994) sobre la hiperrealidad son útiles para comprender cómo funcionan las redes sociales en la actualidad. Aunque Baudrillard no se refería específicamente a las redes sociales, sino a un proceso más amplio de simulación generado por las lógicas del capital, sus ideas permiten analizar cómo las imágenes que circulan en estas plataformas no son simples representaciones de la realidad, sino una nueva forma de realidad que resulta más convincente y atractiva que la original. Las redes sociales refuerzan estos ideales fabricados, generando una desconexión entre lo que los usuarios perciben como "natural" y lo que realmente es. Así, las imágenes retocadas y editadas se convierten en la norma, y cualquier intento de autenticidad queda subordinado a esta construcción hiperreal que prevalece.

Además, la exposición prolongada a imágenes retocadas y cuerpos idealizados, especialmente entre los jóvenes, puede analizarse a través de la teoría del cultivo de Gerbner (1986), que plantea que la exposición continua a ciertos tipos de contenido no solo influye en la percepción de lo que es normal o deseable, sino que también moldea expectativas internas que



impactan profundamente en la autoestima y la salud mental. Al enfrentarse constantemente a estos estándares de belleza artificial, los usuarios tienden a internalizarlos, lo que genera sentimientos de insuficiencia o inconformidad cuando no logran alcanzarlos, afectando negativamente su percepción corporal y bienestar psicológico.

Por otro lado, la mención del Participante 1 sobre las celebridades que publican fotos "*al natural*" pero que, en realidad, no lo están, resalta una paradoja en la representación de la autenticidad en las redes sociales. Este fenómeno se relaciona con el concepto de autenticidad escenificada de MacCannell (1973), donde la autenticidad, en lugar de ser algo espontáneo o verdadero, se convierte en una actuación cuidadosamente planeada para satisfacer las expectativas de la audiencia. Esta construcción de la autenticidad, paradójicamente, contradice su propósito original, reforzando la idea de que incluso lo "natural" o lo "real" en las redes sociales es una creación destinada a impresionar y no a reflejar la realidad.

Como podemos observar, existe una profunda confusión entre lo real y lo fabricado, donde las redes sociales, más que servir como un espacio de representación de la vida cotidiana, han construido una versión idealizada y distorsionada de la realidad. Esta distorsión no solo afecta la percepción de la belleza, sino también la forma en que las personas construyen su identidad y autoimagen, enfrentando expectativas inalcanzables que repercuten en su bienestar psicológico. Así, lo que en apariencia puede parecer un simple acto de comparación o admiración se convierte en un proceso de ajuste identitario continuo, impulsado por la presión de alcanzar un ideal que nunca fue real.

El participante 1 profundiza un poco más en este asunto mostrando una conciencia crítica sobre la alteración de las imágenes y las narrativas en las redes sociales, lo que revela una mayor comprensión de cómo estas plataformas afectan los ideales de belleza:

*Este positivismo y estas imágenes que nos bombardean constantemente terminarán modificando el ideal de belleza a un punto en el que tomamos esos ideales, unos ideales que ahora son artificiales porque son modificaciones fotográficas, cirugía, maquillaje, lo tomamos como lo que debería ser el estándar natural. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta declaración evidencia una reflexión crítica sobre la influencia de las redes sociales en la configuración de los ideales de belleza, reconociendo cómo estas plataformas no solo bombardean con imágenes modificadas, sino que, con el tiempo, estas imágenes se normalizan y se internalizan como estándares de belleza. Aunque el participante muestra conciencia de la manipulación subyacente, también sugiere que el proceso de normalización es tan penetrante que, a pesar de saber que estos ideales son fabricados, los usuarios siguen adoptándolos como si fueran alcanzables o deseables, logrando influir de esta manera en sus expectativas y autopercepciones. Esto denota una tensión entre la racionalidad crítica y la necesidad de aceptación o conformidad en el entorno digital.

Esta adopción de lo “artificial” como norma revela el poder que las redes sociales tienen para influir en la percepción individual y, además, para moldear el colectivo en términos de lo que se percibe como deseable o ideal. El uso del término “positivismo” por el participante también puede entenderse como una crítica a la idealización exagerada del bienestar o la belleza, presentados de manera unidimensional y sin matices, es decir, que no solo se está alterando la imagen física, sino que también se presenta una narrativa idealizada y superficial de la vida cotidiana.

El proceso mediante el cual las imágenes alteradas y las intervenciones estéticas se convierten en el "estándar natural" puede entenderse utilizando los postulados de Foucault (1975) sobre la normalización, que describe cómo las normas sociales se refuerzan a través de mecanismos de poder. Dicha idea puede tomarse para analizar cómo estas plataformas funcionan como espacios de vigilancia y comparación constante, donde se validan y refuerzan estándares estéticos que antes podrían haber sido considerados excepcionales o irreales. Al presentar imágenes alteradas de manera sistemática, las redes no solo modifican las percepciones individuales de belleza, sino que también transforman esos ideales en algo rutinario y esperado. Como resultado, los usuarios internalizan estas normas como si fueran naturales, convirtiendo lo artificial —como las modificaciones fotográficas, la cirugía estética y el maquillaje— en el nuevo "natural", lo que distorsiona la percepción de lo que realmente es alcanzable o común.

A pesar de esta conciencia crítica, los usuarios aún pueden sentir la presión de ajustarse a estos estándares, lo que sugiere la presencia de disonancia cognitiva (Festinger, 1957). La

disonancia surge cuando los individuos son conscientes de que los ideales que persiguen son artificiales, pero aún sienten la necesidad de cumplir con ellos. Esta tensión entre el conocimiento de la realidad y la necesidad de conformarse a las normas sociales puede generar un autoengaño, en el que los individuos racionalizan la aceptación de estos estándares inalcanzables para aliviar el malestar emocional. El testimonio del Participante 1 revela esta lucha interna, donde la racionalidad crítica no siempre es suficiente para contrarrestar el deseo de aceptación en un entorno dominado por normas visuales alteradas.

Además, el proceso descrito por el participante puede vincularse con la teoría de la construcción social del gusto de Bourdieu (1984). Según el sociólogo, el gusto no es simplemente una preferencia personal, sino una construcción social influenciada por el capital cultural. En el contexto de las redes sociales, las normas de belleza y estilo se negocian y redefinen continuamente, creando un campo digital donde lo que es considerado atractivo o deseable está determinado por los valores compartidos de esa comunidad virtual. De esta manera, las redes sociales actúan como un filtro que decide qué tipos de cuerpos, apariencias o estilos se consideran prestigiosos o deseables, y los usuarios, al participar de este campo, internalizan estas nociones como parte de su capital cultural.

En este sentido, entendemos que la distorsión de los ideales de belleza en las redes sociales tiene un impacto directo y profundo en la forma en que las personas se perciben a sí mismas. El testimonio de la Participante 2 ilustra claramente este fenómeno:

*Este tipo de cuerpo me gusta, porque es lo que veo, o lo que veo que le gusta a los chicos que quiero atraer, o lo que veo que promueven las creadoras de contenido que consumo, o lo que me han enseñado que está bien; es que ella es muy bonita porque todo el mundo dice que es bonita, porque tiene el pelo largo y porque es flaca, pero no gorda, pero gorda, pero no flaca y está ahí en el término medio, como siempre estamos tratando de seguir ese prototipo, entonces claro, yo tengo que tender a tener este tipo de cuerpo. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Este testimonio ofrece una ventana clara hacia los procesos mediante los cuales los estándares de belleza presentados en redes sociales impactan profundamente la percepción del cuerpo y la identidad personal. Su afirmación, “yo tengo que tender a tener este tipo de cuerpo”,

refleja una internalización de los ideales de belleza que se muestran de manera constante en las plataformas digitales. Aquí, la autopercepción se construye en función de lo que es aprobado externamente, lo que revela una conexión directa entre la validación social y la imagen corporal. La insistencia en seguir un “*prototipo*” indica que la imagen corporal se ha convertido en una meta que debe alcanzarse para recibir aceptación y aprobación, tanto de figuras deseadas como de la comunidad virtual, y la idea de que estos ideales son moldeados por lo que “*le gusta a los chicos*” o lo que “*promueven las creadoras de contenido*” sugiere una influencia bidireccional, donde tanto los intereses personales como los mandatos externos dictan lo que se considera un cuerpo deseable.

Además, las redes sociales amplifican este fenómeno al proporcionar un espacio para la evaluación y comparación visual constantes. Cada imagen publicada, cada “me gusta” recibido, refuerza la idea de que el cuerpo es un vehículo de validación social. La frase “*yo tengo que tender a tener este tipo de cuerpo*” revela cómo los ideales externos, mostrados y promovidos en las redes, se internalizan como objetivos personales, reflejándose así una tensión entre el “yo” y las expectativas externas, una lucha por adaptarse a lo que se percibe como deseado o aceptado socialmente, ya que en lugar de ser una expresión de individualidad o bienestar, el cuerpo se transforma en un objeto que debe cumplir con ciertos criterios estéticos para poder obtener validación. Este proceso puede entenderse a través de la teoría de la objetivación de Fredrickson y Roberts (1997), que plantea que en sociedades donde la apariencia es predominante, las personas tienden a tratar su propio cuerpo como un objeto. En el caso del testimonio de la Participante 2, vemos cómo su cuerpo ya no se percibe como una parte integral de su ser, sino como algo que debe ajustarse a parámetros establecidos, y estos parámetros están dictados por las imágenes que consume en redes sociales.

No obstante, el comentario de la participante también revela una confusión y fragmentación en torno a lo que se considera un cuerpo ideal. La frase “*no gorda, pero gorda, pero no flaca*” muestra la ambigüedad de los estándares, donde el “*prototipo*” que se espera seguir es contradictorio e inalcanzable. Las redes sociales promueven cuerpos que parecen encarnar la perfección en todos los aspectos, pero que en realidad imponen expectativas tan vagas como exigentes. Esta ambigüedad genera ansiedad y una búsqueda interminable por alcanzar algo que nunca es completamente definido, pero que debe ser perseguido para encajar en el molde

socialmente aceptado. Aquí, el cuerpo no es evaluado de acuerdo con una norma establecida, sino que se encuentra en una lucha constante por ajustarse a un ideal que parece imposible de precisar.

Esta declaración también subraya cómo los cuerpos que se promueven en las redes sociales no solo son estéticamente deseables, sino que también están respaldados por el consenso colectivo: *“ella es muy bonita porque todo el mundo dice que es bonita”*. Este reconocimiento colectivo refuerza la objetivación del cuerpo como algo que no solo debe alcanzar ciertos estándares, sino que también debe ser validado por los demás. En este sentido, el juicio sobre el cuerpo es siempre externo, y el ideal de belleza no se construye desde dentro, sino que se valida socialmente, dependiendo de la opinión de los demás.

Este proceso de interiorización de ideales externos puede analizarse a través de la teoría de la autodeterminación de Ryan y Deci (2000), que examina cómo las motivaciones extrínsecas, como la aprobación social, pueden ser internalizadas. En el caso del testimonio, el deseo de conformar su cuerpo al *“tipo de cuerpo”* que promueven las redes y que es valorado por los demás revela una predominancia de motivaciones extrínsecas sobre motivaciones intrínsecas. La frase *“es lo que veo que le gusta a los chicos que quiero atraer”* indica que las expectativas de otros son el motor principal detrás de los esfuerzos por modificar su cuerpo. Según esta teoría, cuando las personas se ven impulsadas principalmente por motivaciones extrínsecas, como la aprobación de los demás o la validación social, tienden a experimentar una menor satisfacción personal y bienestar a largo plazo, ya que sus acciones no están guiadas por deseos o necesidades internas, sino por presiones externas.

En contraste, la teoría de la motivación intrínseca de Ryan y Deci (2000), sugiere que cuando las personas se guían por sus propios deseos internos, experimentan una mayor sensación de autenticidad y bienestar. Sin embargo, en este caso, el testimonio de la participante muestra que sus decisiones sobre su cuerpo no están impulsadas por lo que realmente le satisface o la hace sentir bien, sino por la presión de ajustarse a lo que es aceptado y admirado por los demás. Esto puede generar una falta de satisfacción personal, ya que sus esfuerzos por cambiar su cuerpo no reflejan una expresión de sí misma, sino un intento de alinearse con las expectativas externas.

El impacto de las redes sociales en la autopercepción y la construcción de identidad no se limita únicamente a la presión de cumplir con estándares de belleza, sino que también abarca la

identificación con figuras inspiradoras o modelos de éxito. Mientras que la influencia de los prototipos físicos es evidente, la fascinación con aquellas personas que simbolizan grandeza en sus respectivas áreas resalta otro aspecto crucial del fenómeno: la aspiración. En este sentido, la identificación no solo está vinculada con la apariencia física, sino también con la representación de éxito y logros, elementos que las redes sociales amplifican. Esta combinación de aspiración física y profesional redefine los parámetros por los cuales los individuos miden su propio valor y establecen sus objetivos de vida.

Siguiendo esta línea, el testimonio del Participante 1 nos brinda una visión clara de este fenómeno cuando menciona: *“no sería tanto con las que le inspiran algo positivo, sino con las que le inspiran, por así decirlo, grandeza en el ámbito en el que se desarrollan”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1).

Esta afirmación subraya cómo la percepción del éxito y la admiración hacia modelos de alto estatus son motores potentes para la autodefinición y la conducta en redes sociales, donde el deseo de conectarse con figuras que simbolizan grandeza refleja una tendencia aspiracional en la que el éxito de los otros se convierte en un espejo para medir las propias metas y logros.

Aquí se pone de manifiesto una realidad compleja en la era de las redes sociales: la identificación con figuras que representan éxito o grandeza no siempre está relacionada con valores positivos o con la inspiración tradicional. En lugar de buscar modelos de conducta basados en la moralidad o en el bienestar personal, el participante sugiere que se siente atraído por personas que logran sobresalir en su campo, sin importar si estas figuras inspiran cualidades constructivas o no. Esta percepción revela cómo el éxito social, tal como se ve en las redes, se convierte en un estándar primordial que supera la valoración de otros atributos como la ética o el bienestar emocional. Aquí, la idea de *“grandeza”* se presenta como un fin en sí mismo, independientemente de cómo se alcance o de las consecuencias de seguir ese camino.

Además, el participante parece estar describiendo un fenómeno donde el éxito en redes sociales se convierte en la medida de la validación y admiración. Al mencionar que lo que le inspira no es necesariamente algo positivo, sino la *“grandeza en el ámbito en el que se desarrollan”*, resalta una especie de pragmatismo moderno: lo que importa es ser visible, ser exitoso, ser reconocido. No necesariamente por las cualidades más profundas o significativas,

sino por destacar en un contexto muy específico. Esto parece subrayar cómo las redes sociales refuerzan una cultura donde la percepción de “valía” está cada vez más ligada a la capacidad de sobresalir públicamente, más que a un sentido profundo de bienestar o satisfacción personal.

El uso del término “*grandeza*” es también digno de análisis. Para el Participante 1, la grandeza parece estar más relacionada con una percepción de éxito visible que con una evaluación crítica de las características que hacen grande a una persona. Esto sugiere una internalización de valores asociados con el rendimiento y la excelencia en términos cuantificables o de alta visibilidad (seguidores, *likes*, reconocimiento público), más que en términos cualitativos (como el impacto social, la bondad o el desarrollo personal). La grandeza, desde este punto de vista, se percibe como algo que es aspirado colectivamente dentro de la cultura digital, lo que indica un cambio en la forma en que la sociedad moderna mide el éxito.

En este sentido, el comentario del participante 1 se puede relacionar con la teoría de la identidad social de Tajfel y Turner (1979), que postula que los individuos refuerzan su autoestima al asociarse con grupos o figuras de alto estatus. En el contexto de las redes sociales, estas plataformas permiten una asociación simbólica con figuras inspiradoras, creando un sentido de pertenencia a grupos prestigiosos que elevan la autoimagen del usuario. Además, la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977) explica cómo los individuos no solo observan a estas figuras, sino que también intentan emular sus comportamientos y logros. De esta forma, las redes sociales, al ofrecer acceso continuo a las vidas de figuras inspiradoras, facilitan la observación de estos modelos, lo que impulsa a los usuarios a adoptar prácticas similares con la esperanza de alcanzar un nivel de éxito comparable.

La atracción hacia figuras que representan “*grandeza*” en las redes sociales refleja la importancia de las narrativas de éxito en la cultura digital, lo que se vincula con el concepto del sueño americano digital propuesto por Marwick (2013). En este contexto, las historias de éxito en redes sociales se presentan como mitos aspiracionales modernos, alimentando la idea de que cualquiera puede alcanzar grandeza si sigue ciertos caminos visibles en estas plataformas.

En el entorno digital, al emular las aspiraciones y comportamientos de figuras de alto estatus, los usuarios se sienten impulsados a mejorar su desempeño y a acercarse a sus propios ideales de éxito. Desde esta perspectiva, la búsqueda de un modelo ideal basado en lo que se ve

en redes sociales resalta el papel fundamental de estas plataformas en la formación de la identidad. Así, según la teoría de la identidad social de Tajfel y Turner (1979), pertenecer a grupos estéticos o de estilo de vida promovidos en redes sociales influye en cómo las personas se definen a sí mismas. Al intentar “encajar” en estos grupos, los individuos ajustan su apariencia y comportamiento para alinearse con los ideales dominantes, lo que a su vez impacta su autoconcepto.

### **6.1.3.1 Resistiendo la uniformidad en el Mundo Virtual**

Al respecto la participante 4 introduce una crítica profunda al impacto que las redes sociales tienen en las comparaciones interpersonales y en la forma en que las personas perciben el éxito y la vida de los demás. Al mencionar que: “*Yo siento que a veces las personas se dejan guiar por las apariencias, y entonces... “Ey, yo tengo esto y vos no”, ¿Me hago entender?” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4).*

Aquí el participante señala una preocupación central en la era digital: la tendencia a priorizar lo superficial y lo visible. Este análisis sugiere que, en las redes sociales, las comparaciones no solo son inevitables, sino que se basan en imágenes que pueden ser distorsionadas o idealizadas, lo que genera un entorno donde la competencia y la validación social se vuelven dominantes.

El uso de la expresión: “*yo tengo esto y vos no*” revela una dinámica de comparación que no está fundamentada en logros personales o en valores internos, sino en posesiones materiales o en símbolos de estatus fácilmente visibles en el entorno digital. Aquí, el participante parece describir una lógica de consumo y de éxito basada en la exhibición pública, lo que exacerba la presión social sobre las personas para cumplir con ciertos estándares superficiales de éxito. Las redes sociales, en este contexto, actúan como un escaparate donde los logros y las posesiones se presentan como cartas de presentación, estableciendo jerarquías invisibles pero influyentes entre los usuarios.

Por otro lado, el comentario insinúa una desconexión entre lo que se muestra en las redes sociales y la realidad subyacente. Al hablar de cómo las personas “*se dejan guiar por las apariencias*”, el participante está resaltando una falta de crítica o reflexión frente a la veracidad de lo que se ve. Esto refleja una preocupación con respecto a la autenticidad en la era digital,



donde la edición y la curaduría de contenido se utilizan para proyectar una imagen idealizada, mientras que la realidad personal de los usuarios puede ser completamente diferente. En este sentido, el participante parece consciente de la manipulación inherente a las redes sociales, donde la autenticidad está comprometida por la necesidad de mantener una imagen pública atractiva.

El comentario también alude a una competencia implícita entre los usuarios, donde la validación se obtiene al demostrar que se tiene más, se es mejor o se ha alcanzado un nivel de éxito mayor que los demás. La simple frase “yo tengo esto y vos no” encierra una comparación que puede generar sentimientos de inferioridad o de insuficiencia en aquellos que se ven constantemente expuestos a vidas que parecen perfectas en las redes sociales. Al mismo tiempo, esta dinámica competitiva refuerza un ciclo de insatisfacción y de constante búsqueda de aprobación externa. Más adelante, analizaremos en mayor detalle el impacto que este tipo de comparaciones puede tener en la salud mental.

Esta perspectiva se alinea con la teoría de la comparación social de Festinger (1954), que postula que los individuos evalúan sus propias opiniones y capacidades comparándose con otros. En el entorno virtual, donde las personas tienden a presentar versiones idealizadas de sus vidas, estas comparaciones pueden volverse particularmente problemáticas, contribuyendo potencialmente a sentimientos de inadecuación o envidia. Vogel et al. (2014) argumentan que las redes sociales intensifican las comparaciones sociales al proporcionar un flujo constante de información sobre las vidas de otros, a menudo presentadas de manera idealizada. Esto puede llevar a lo que Chou y Edge (2012) describen como el efecto de falso consenso en redes sociales, donde los usuarios tienden a sobrestimar la felicidad y el éxito de sus conexiones en línea en comparación con sus propias vidas.

Este mismo participante 4 señala la importancia de mantener una perspectiva crítica. He aquí una reflexión que destaca esta postura:

*Pero yo digo que eso ya tiene que ver con lo personal de la persona, ¿me hago entender? Pues, porque, a ver, obviamente, usted tiene que aceptar, supongamos, una crema muy exótica que vos viste, o sea, una crema perfecta y que funciona a la perfección y sí, pero usted tiene que aceptar que su organismo no es igual al de otra persona, que esa crema no es como la muestran. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

Desde esta perspectiva, el participante no solo se reconoce la presión que imponen las redes sociales en términos de apariencias y consumo, sino que también subraya la importancia de adoptar una perspectiva individual y reflexiva frente a las decisiones que uno toma en este entorno. En este sentido, el testimonio de la participante 4 introduce una reflexión clave sobre la autonomía personal frente a las narrativas idealizadas de las redes, destacando que, a pesar de la presión social, cada individuo tiene la capacidad de tomar decisiones informadas y críticas.

Cuando el participante dice: *“usted tiene que aceptar que su organismo no es igual al de otra persona, que esa crema no es como la muestran”*, resalta la importancia de aceptar las propias diferencias frente a los ideales generalizados que suelen promoverse en las redes sociales. Esta declaración refleja un ejercicio de agencia individual que se opone a la homogeneización que tienden a fomentar las plataformas digitales. El participante demuestra una capacidad crítica para resistir las presiones externas, insistiendo en que las decisiones de consumo no deben estar basadas únicamente en lo que se muestra en línea, sino en una evaluación consciente de las necesidades y características personales.

Este enfoque se alinea con la teoría de la reflexividad de Giddens (1991), que destaca la capacidad de los individuos, a pesar de las influencias externas, para evaluar críticamente las circunstancias y elegir con autonomía para reflexionar sobre las influencias externas y tomar decisiones de manera autónoma. En un entorno digital saturado de imágenes idealizadas, la reflexividad se convierte en una herramienta esencial para navegar entre las presiones de conformidad que se presentan a través del marketing y las tendencias de consumo. La declaración del participante ejemplifica esta capacidad de introspección y crítica personal, que se traduce en una forma de resistencia a la conformidad.

El énfasis en la aceptación de la individualidad subraya el esfuerzo por mantener una identidad diferenciada en un entorno que promueve la conformidad y la estandarización. Esto se relaciona con el concepto de distinción de Bourdieu (1984), que explica cómo los individuos, al resistir la presión de ajustarse a normas generalizadas, buscan destacar su singularidad dentro del campo social. En el contexto de las redes sociales, donde las tendencias globales parecen imponer ciertos ideales estéticos o de consumo, la reflexión del participante subraya la importancia de preservar la autenticidad y reconocer las diferencias individuales.

La participante también muestra un nivel elevado de alfabetización en salud digital al reconocer que un producto puede no ser igualmente efectivo para todos. Este tipo de alfabetización se refiere a la capacidad de las personas para buscar, encontrar, comprender y evaluar la información relacionada con la salud en contextos digitales, según el concepto de *eHealth literacy* propuesto por Norman y Skinner (2006). En este caso, la participante demuestra una capacidad crítica para discernir entre las afirmaciones de los productos y la realidad de su propio cuerpo, evitando caer en expectativas irreales promovidas por el marketing digital.

La actitud del participante refleja un escepticismo saludable hacia las afirmaciones de marketing y las imágenes idealizadas presentadas en las redes sociales. Esto puede analizarse mediante la teoría de la persuasión de conocimiento de Friestad y Wright (1994), que sugiere que los consumidores desarrollan, con el tiempo, una mayor comprensión de las estrategias de persuasión utilizadas en la publicidad. El participante demuestra una capacidad para resistir las promesas exageradas de los productos, reconociendo las limitaciones inherentes a las afirmaciones generalizadas.

El énfasis del participante en la experiencia personal y en la diferencia entre lo que se muestra y lo que es real sugiere una búsqueda de autenticidad en un entorno digital que, a menudo, está saturado de imágenes y narrativas construidas o idealizadas. Esto puede relacionarse con el concepto de autenticidad existencial propuesto por Wang (1999), que describe el deseo de las personas de encontrar una autenticidad que sea profundamente significativa y verdadera, en lugar de conformarse con las ilusiones o simulacros que dominan el espacio digital. La experiencia personal y la aceptación de las diferencias individuales son mecanismos clave para encontrar esta autenticidad en medio de las presiones de las redes sociales. En este sentido, el testimonio de la participante 4 destaca la relevancia de la autonomía personal y la capacidad reflexiva en un mundo digital que tiende a promover la conformidad.

Como pudimos observar, en este apartado se expuso la compleja interacción entre las redes sociales, la comparación social y la formación de la identidad en el entorno digital. A partir del análisis de diversos testimonios y teorías, queda claro cómo las plataformas digitales influyen profundamente en la percepción de ideales como la belleza, el éxito y la autenticidad, promoviendo un proceso de constante negociación entre la autoimagen y las expectativas

sociales. Los usuarios se encuentran atrapados en un ciclo en el que se internalizan estándares idealizados y, a menudo, inalcanzables, mientras intentan preservar su individualidad en un ambiente que favorece la homogeneización. La comparación constante y la presión por ajustarse a estos ideales irreales generan un impacto psicológico significativo, afectando tanto la percepción personal como las dinámicas sociales. Así, las redes sociales no solo moldean la manera en que los individuos se ven a sí mismos, sino que también refuerzan narrativas idealizadas que condicionan la identidad y la autoevaluación en el entorno digital, dejando ver la tensión entre la autenticidad personal y la conformidad a los estándares impuestos.

En síntesis, la categoría de *Redes sociales y comportamiento digital* revela cómo las plataformas digitales han transformado nuestras interacciones sociales, la construcción de nuestra identidad y nuestra percepción del mundo. A través del consumo de contenido y la presentación curada de una identidad idealizada, las redes sociales fomentan una constante revisión de la imagen personal, empujando a los usuarios a proyectar versiones perfeccionadas de sí mismos, lo que cuestiona la autenticidad de estas interacciones. A medida que la vida cotidiana se ve cada vez más mediada por algoritmos que refuerzan ciertos comportamientos y decisiones, surge una co-construcción de la realidad que, aunque reconocida, es poco cuestionada. Este control algorítmico no solo afecta decisiones de consumo, sino que también influye en cómo nos percibimos, intensificando la comparación social y el autoanálisis frente a estándares irreales. De esta manera, las redes sociales juegan un rol determinante en la formación de la identidad y en la perpetuación de ideales inalcanzables, afectando profundamente el bienestar emocional y la autoevaluación de los individuos. Con este marco, se abre el camino hacia la siguiente categoría, *Percepción, Manifestación y Factores de Influencia de la Positividad Tóxica*, que nos permitirá explorar cómo estos ideales influyen en la tendencia a mantener una fachada de felicidad constante y los factores que influyen en la aparición de la positividad tóxica.

## **6.2 Percepción, Manifestación y Factores de Influencia de la Positividad Tóxica**

La positividad tóxica representa un fenómeno social contemporáneo complejo que merece un análisis profundo desde múltiples perspectivas. Esta categoría examina cómo los individuos perciben, manifiestan y son influenciados por los mensajes de positividad en sus interacciones cotidianas, revelando las tensiones existentes entre la autenticidad emocional y las expectativas

sociales. A través del análisis de tres aspectos fundamentales - los propósitos de los mensajes positivos, la conceptualización y percepción de la positividad, y los factores que influyen en su manifestación - se busca comprender cómo este fenómeno impacta en el bienestar emocional y las relaciones interpersonales en la sociedad actual. Esta exploración permite develar las contradicciones inherentes entre el deseo de mantener una actitud positiva y la necesidad de validar y expresar el espectro completo de emociones humanas.

### **6.2.1 Propósitos de los mensajes positivos**

Esta subcategoría aborda el propósito detrás de los mensajes positivos publicados en redes sociales, según lo expresado por nuestros participantes. El análisis se centrará en las intenciones que motivan a quienes los comparten y en los objetivos que buscan alcanzar con ellos. Además, exploraremos las funciones que se les atribuyen, los impactos que generan en sus destinatarios y las tensiones o contradicciones que pueden emerger.

En última instancia, se trata de valorar no solo el potencial inspirador de estas publicaciones, sino también los desafíos emocionales y sociales que conllevan, especialmente cuando la positividad se transforma en una obligación que desestima la complejidad emocional de la vida diaria. Comenzaremos analizando de manera más sucinta la percepción que tiene cada participante respecto al propósito de estos mensajes positivos y luego profundizaremos un poco más en cada postura.

Los mensajes positivos son percibidos de manera diversa por los participantes, revelando una compleja red de funciones y efectos. El Participante 1 ofrece una visión optimista y funcional de los mensajes positivos, destacando su papel motivacional y su capacidad para reencuadrar las dificultades de la vida. A través de su cita: *“Yo pienso que buscan motivar, porque a veces hay problemas, sí, pero es parte de la vida y hay que aprender a verlos, a buscarles el lado bueno”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1), se puede inferir que este participante concibe los mensajes positivos como una herramienta para el crecimiento personal. Para él, las dificultades son una parte inevitable de la vida, pero es posible manejarlas si se logra encontrar el aspecto positivo dentro de esas experiencias, sugiriendo una creencia en la posibilidad de controlar cómo las adversidades son experimentadas.

Este proceso de *neoenfocar* las dificultades, entendido como la capacidad de reinterpretar y resignificar las experiencias adversas, parece ser fundamental para la manera en que el participante responde emocionalmente a las situaciones difíciles. Así, los mensajes positivos no son simplemente palabras vacías o clichés, sino herramientas que permiten al individuo manejar sus problemas de manera más efectiva. El hecho de “*buscarles el lado bueno*” implica un proceso activo de reinterpretación que va más allá de una actitud pasiva o de aceptación superficial. Este enfoque refleja una actitud resiliente frente a las adversidades, sugiriendo que la capacidad de encontrar algo positivo en las experiencias negativas es una habilidad que puede desarrollarse.

Este punto de vista puede estar arraigado en la convicción de que el cambio personal depende, en gran medida, de la mentalidad que se adopte. El participante parece confiar en que la actitud positiva puede contribuir al bienestar emocional al modificar las interpretaciones iniciales de las situaciones negativas, lo que sugiere una disposición para el crecimiento a partir de las dificultades.

La participante 4, por su parte, expresa una creencia similar sobre la relación entre la positividad y la felicidad, afirmando: “*hay una relación entre la positividad y la felicidad, porque si yo le sonrío a la vida, la vida me va a sonreír a mí*” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). Esta afirmación refuerza la idea de que la positividad tiene un impacto directo en el bienestar. Al igual que el Participante 1, este participante cree en el poder de la actitud positiva para influir en el curso de los acontecimientos. Sin embargo, su enfoque se basa más en una noción recíproca de optimismo, donde las emociones positivas proyectadas hacia la vida retornan en forma de experiencias favorables. Esta visión refleja una confianza en que, al mantener una disposición positiva, la vida responderá de manera similar, lo que denota una interpretación reduccionista de la realidad.

Ambos participantes coinciden en que los mensajes positivos tienen un valor significativo, pero mientras el Participante 1 pone énfasis en el aprendizaje y crecimiento personal a través del reencuadre positivo de los problemas, la participante 4 se inclina hacia una creencia en el poder recíproco de la positividad para atraer felicidad.

La teoría del optimismo aprendido de Martin Seligman (2006) ofrece un marco útil para analizar estas perspectivas sobre los mensajes positivos. Según esta teoría, las personas pueden desarrollar un “estilo explicativo” optimista, interpretando los eventos negativos como temporales, específicos y externos, lo que mejora su resiliencia y bienestar. El enfoque del Participante 1 de “*buscarles el lado bueno*” a los problemas se alinea con este concepto de reinterpretación positiva, mientras que la visión de la participante 4 de que “*si yo le sonrío a la vida, la vida me va a sonreír a mí*” refleja una perspectiva más simplificada. Aunque Seligman apoya la idea de que una actitud positiva puede ser beneficiosa, su teoría no sugiere que el simple pensamiento positivo resuelva todos los problemas, lo que ofrece una perspectiva más matizada y respaldada científicamente frente a afirmaciones generales sobre el poder de la positividad (Seligman et al., 2005).

Por su parte, la participante 3 coincide con el participante 1 en que los mensajes positivos tienen un componente motivacional, pero introduce un matiz crítico al afirmar que: “*esos mensajes le exigen a uno, como que, o sea, 'Ay, tienes que ser positivo', o sea, más relacionado con la motivación*” (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3). Estos mensajes a los que se refiere la participante 3, parecen imponer una obligación emocional, más que ofrecer un apoyo genuino. Esta insistencia en mantener una actitud positiva puede llegar a percibirse como una presión externa que desestima otras emociones legítimas, lo que podría generar incomodidad o frustración.

A diferencia del Participante 1, quien valoraba los mensajes positivos como una herramienta para el crecimiento y el reencadre de los problemas, la participante 3 sugiere que esta motivación puede tener un lado negativo cuando se presenta como una exigencia, más que como una opción. Esta perspectiva implica que, para este participante, la positividad no siempre es algo voluntario o natural, sino una expectativa social impuesta, lo que lleva a una posible *asincronía emocional*. Al respecto, la participante 2 también ofrece una visión crítica de los mensajes positivos, al afirmar que: “*la función de eso es hacernos creer que debemos concentrarnos en lo positivo y conseguir, conseguir y conseguir, y estar bien y estar bien, y ya*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2).

Esta reflexión sugiere que los mensajes positivos no solo tienen un carácter motivacional, sino que también implican una presión para lograr un estado constante de éxito y bienestar, sin espacio para la vulnerabilidad o el fracaso. A esto lo podríamos denominar *el imperativo de la positividad*, que supone una narrativa que invita a ignorar la complejidad emocional propia de la vida humana, para mostrar la fachada de “bienestar constante”, sin embargo, esto podría conducir a la falsa creencia de que cualquier emoción negativa es un signo de fracaso o de insuficiencia personal. Para este participante, la positividad se convierte en un mandato que impulsa una búsqueda incesante de logros, al tiempo que minimiza las dificultades o emociones negativas.

### **6.2.1.1 Fachada de bienestar y censura emocional**

Desde una mirada más profunda, la participante 2 parece resaltar una función social y cultural de los mensajes positivos: la creación de una narrativa que promueve la productividad y el éxito como valores esenciales. Esta insistencia en “*conseguir*” y “*estar bien*” refleja un enfoque individualista donde la felicidad y el éxito personal se ven como resultados directos de la actitud positiva, obviando los factores contextuales que también influyen en el bienestar. El énfasis excesivo en la “consecución” y el “estar bien” como productos de la actitud individual refleja lo que Béjar (2011) denomina “construccionismo psicológico”, un fenómeno característico de los discursos de autoayuda que postula que el bienestar depende exclusivamente de la disposición mental o actitudinal del individuo, es decir que uno podría alterar la actitud y como consecuencia de ello, las circunstancias. Este tipo de mensajes parecen reducir el bienestar emocional a una responsabilidad exclusiva del individuo, sin considerar las complejidades de la vida diaria o las barreras estructurales que pueden interferir.

El análisis de esta postura puede vincularse con las ideas de Eva Illouz (2012), quien explora cómo la felicidad se ha transformado en una norma social en la sociedad contemporánea. Illouz argumenta que la felicidad se ha convertido en un objetivo obligatorio que las personas deben alcanzar, lo que genera una presión constante para mostrarse positivos y felices, incluso cuando las circunstancias no lo permiten. Este enfoque excesivo en el pensamiento positivo distorsiona la realidad emocional y refuerza la idea de que siempre debemos estar bien, sin dejar espacio para lidiar con el malestar genuino.



Esta expectativa puede generar una *asincronía emocional*, donde las personas se ven obligadas a autocensurar sus emociones auténticas para ajustarse a la norma social de estar siempre bien. Este fenómeno provoca un desajuste entre las emociones internas y externas, lo que conlleva un desgaste emocional significativo. Además, quienes experimentan esta asincronía pueden enfrentarse a sentimientos de culpa o vergüenza, aislamiento social e incapacidad de expresar emociones reales, lo que dificulta el establecimiento de relaciones auténticas y erosiona la autoaceptación, ya que las personas sienten que no pueden ser honestas con sus propios sentimientos y experiencias.

En el caso de la Participante 2, este mandato social parece reflejarse en la percepción de los mensajes positivos como una herramienta que refuerza la necesidad de obtener logros y mantener una fachada de bienestar continuo. No se trata simplemente de promover el optimismo, sino de imponer una norma de productividad y éxito que, según este participante, deja poco espacio para la autenticidad emocional o el descanso. Al centrar su crítica en la idea de "*conseguir*" y "*estar bien*", la participante 2 parece cuestionar la superficialidad de estos mensajes y cómo, lejos de ofrecer apoyo emocional, terminan imponiendo una carga adicional al individuo.

En este sentido, este comentario también se conecta con las ideas del filósofo Byung-Chul Han (2015) en *La sociedad del cansancio*, donde señala que la presión por la autorrealización y la figura del "yo emprendedor" han generado nuevas formas de estrés y agotamiento en las personas. En esta línea, lo que el participante 1 sugiere es que la positividad tóxica podría verse como un subproducto de este discurso de mejora personal, que, aunque en teoría parece positivo, puede ser opresivo al imponer expectativas inalcanzables de crecimiento y desarrollo constante, ya que esta presión constante por "ser mejor" puede afectar negativamente el bienestar psicológico, al generar una autoexigencia agotadora que deja poco espacio para la aceptación de las propias limitaciones o de las emociones difíciles.

La participante 2 profundiza en su crítica señalando un problema específico: "*el problema es que a uno no lo dejen tener sus emociones, sentirse triste, sentirse enojado, sentirse mal, y que esas emociones está mal sentirlas. Es eso, es que no te dejen sentir*" (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). El participante expresa que esta insistencia en mantener una actitud positiva

puede invalidar la autenticidad emocional, al crear la idea de que las emociones como la tristeza o el enojo son inaceptables o inapropiadas. La percepción de una represión emocional es clave aquí: el participante siente que se está creando un entorno donde solo se permite el bienestar, mientras que las emociones más complejas —esenciales para el equilibrio emocional y el autoconocimiento— son etiquetadas como incorrectas o indeseables. Además, como se puede apreciar, no se trata solo de una limitación externa impuesta por otros, sino también de una internalización de que estas emociones “está mal sentirlas”, lo que sugiere que la persona no solo percibe una falta de validación externa, sino también un conflicto interno sobre la legitimidad de sus propias emociones.

La participante 2 refuerza su postura al decir: *“Es que hoy me pasó una situación y yo me merezco y puedo estar triste. Pero ese tipo de cosas te dicen: ‘No, cómo vas a estar triste’”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Aquí, la participante 2 articula una tensión entre las expectativas sociales de positividad y la necesidad de procesar de manera genuina las emociones negativas, sugiriendo que los mensajes positivos no solo impulsan a las personas a enfocarse en lo bueno, sino que, al mismo tiempo, les impiden experimentar emociones que son necesarias para su salud emocional. Además, manifiesta una preocupación por la falta de validación emocional, ya que la cultura de la positividad parece excluir cualquier forma de vulnerabilidad o tristeza, lo que puede dificultar un proceso adecuado de afrontamiento emocional.

La frase *“me merezco y puedo estar triste”* refleja un intento del participante por reivindicar su derecho a sentir una emoción negativa, pero también evidencia la dificultad de mantener esa postura frente a las expectativas sociales. El uso de “me merezco” sugiere que, además de experimentar tristeza, el participante siente la necesidad de justificarla, lo que indica una clara invalidación emocional. Esta idea de tener que defender las emociones negativas revela un problema más profundo en cómo las personas gestionan sus emociones en un entorno que prioriza la felicidad como estándar de éxito personal. Además, la expresión “¿cómo vas a estar triste?” subraya la sorpresa o incomprensión que enfrenta al intentar expresar emociones que no encajan en el ideal de positividad. Este conflicto entre la experiencia emocional del participante y

la respuesta social refleja una falta de empatía y de reconocimiento hacia la complejidad emocional humana.

La participante 2 profundiza aún más en su crítica al mencionar que los mensajes positivos parecen diseñados “*para no dejar que las personas piensen: 'No, es que sí es muy triste esa situación que me está pasando', sino que digan: 'Nah, no es tan grave'”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Con esta observación, el participante sugiere que estos mensajes no solo impulsan el positivismo, sino que también fomentan una tendencia a minimizar o trivializar la gravedad de las situaciones difíciles. Aquí se presenta una distinción importante entre lo que se siente y lo que se percibe socialmente como aceptable. El participante sugiere que los mensajes de positividad empujan a las personas a restarle importancia a sus problemas, invitándolas a adoptar una visión superficial de sus dificultades.

Para este participante, los mensajes positivos están contruidos de manera que desestiman una introspección genuina sobre las emociones negativas. La frase “*no dejar que las personas piensen*” indica una interferencia directa en el procesamiento emocional y mental de los individuos, que en lugar de permitirse reconocer y procesar el dolor o la tristeza, son empujados a pensar que “*no es tan grave*”, lo cual refleja un tipo de autoengaño emocional que niega la importancia de las experiencias difíciles.

Asimismo, esta reflexión sugiere que la cultura de la positividad no solo restringe la expresión de emociones negativas, sino que también fomenta un estado de desconexión emocional; ya que la minimización de las dificultades vitales, además de deslegitimar el dolor personal, también puede generar un vacío emocional, donde las personas no se sienten capacitadas para lidiar con sus problemas de forma honesta. Este tipo de positivismo puede llevar a una falta de empatía hacia uno mismo, ya que se prioriza la imagen de fortaleza o felicidad por encima de la autenticidad emocional. Este fenómeno puede tener consecuencias psicológicas a largo plazo, como el desarrollo de problemas de salud mental relacionados con la represión emocional y el estrés acumulado.

En este contexto, las teorías psicológicas sobre la supresión emocional y sus consecuencias son útiles para entender mejor este escenario. De acuerdo con Gross & Levenson

(1997), la supresión emocional, especialmente cuando se realiza de manera crónica, puede tener efectos adversos tanto en la salud mental como física. La investigación ha demostrado que el intento constante de reprimir emociones negativas puede generar mayores niveles de estrés, ansiedad y depresión, además de interferir con el bienestar general. Desde esta perspectiva teórica, la preocupación de la Participante 2 está bien fundamentada, ya que la represión de las emociones no solo puede alienar a las personas de sus experiencias reales, sino que también puede llevar a consecuencias psicológicas adversas. Más adelante, se abordarán en mayor profundidad las implicaciones en la salud mental, examinando cómo este tipo de dinámicas sociales pueden contribuir al desarrollo de trastornos emocionales y cómo el equilibrio emocional se ve afectado por la presión de mantener una actitud positiva constante.

#### **6.2.1.2 Pensamiento Positivo como Estrategia Emocional**

La participante 3 introduce una perspectiva crítica pero también observacional sobre el uso de los mensajes positivos al relacionarlos con la popularidad de la ley de atracción:

*De pronto para ellos sentirse mejor con ellos mismos, porque ahora está muy de moda también eso de la ley de atracción, que lo que piensas atraes. Entonces, si piensas eso, te va a salir algo bueno en tu vida. Eso como que vende mucho también, puede ser. Porque, sí, es una idea que es muy fácil de vender. Yo me acuerdo que cuando escuché eso de la ley de atracción, yo dije: 'Ay, eso es mentira, ay, eso qué cosas'. Pero después vi que mucha gente estaba pensando en eso y decían: 'No, sí sirve'. Entonces era como: 'Ay, estoy pensando en un trabajo y, ay, que voy a conseguir un trabajo después de mi edad'. Entonces, de pronto, también para paliar ese sufrimiento que tienen las personas en el momento, como para asegurarse de que va a estar bien en el futuro por esa incertidumbre que genera el no saber qué va a pasar. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Como se puede observar, al principio, el participante se muestra escéptico y considera que es una “idea fácil de vender”, algo que inicialmente rechazó por completo. Sin embargo, al observar la aceptación que esta creencia tiene en otras personas, parece reconsiderar su punto de

vista, reconociendo que la ley de atracción es percibida por muchos como un mecanismo que funciona para "*paliar ese sufrimiento que tienen las personas*". En este sentido, el participante interpreta que las personas recurren a estas ideas, no tanto porque crean fervientemente en ellas, sino porque les ofrecen una forma de manejar la incertidumbre sobre el futuro.

El participante ve en la ley de atracción y en los mensajes positivos una especie de consuelo emocional. Para muchas personas, estos mensajes podrían representar una manera de sentir que tienen algún control sobre sus circunstancias, especialmente frente a situaciones de incertidumbre o angustia. Además, el participante también destaca el aspecto comercial de esta tendencia, insinuando que su popularidad no solo se debe a su utilidad emocional, sino también a que es un concepto fácil de *vender*. Esto conecta con su observación de que muchas personas utilizan este tipo de pensamiento como una forma de calmar la ansiedad generada por el futuro, como en el caso de alguien que, al pensar en un trabajo que desea, se convence de que lo obtendrá gracias a sus pensamientos positivos.

Aquí se revela una visión pragmática sobre la función de los mensajes positivos: se perciben como una forma de consuelo o *paliativo* frente a la incertidumbre que las personas enfrentan en sus vidas. Es decir, las afirmaciones positivas no solo sirven para motivar, sino también para ofrecer una sensación de control frente a la inseguridad del futuro.

En este sentido, el participante parece estar explorando el valor que las personas le atribuyen a estas creencias como una forma de autoengañarse para mantener una actitud positiva. No obstante, también deja entrever una crítica implícita, al sugerir que este tipo de pensamientos, aunque aparentemente útiles en el corto plazo, podrían basarse más en ilusiones que en una solución real a los problemas que enfrentan las personas. Este proceso de *autoconsuelo* tiene, en parte, una función adaptativa, permitiendo que las personas se aferren a algo positivo cuando sienten que las circunstancias están fuera de su control.

Esta reflexión del participante puede vincularse con la teoría del optimismo defensivo propuesta por Norem & Cantor (1986). Según esta teoría, las personas utilizan el pensamiento positivo como una estrategia para manejar el estrés y la ansiedad ante situaciones inciertas, proyectando expectativas positivas como una forma de reducir la angustia. Sin embargo, esta

estrategia puede tener un doble filo: mientras que a corto plazo ayuda a calmar las emociones negativas, a largo plazo podría alimentar expectativas poco realistas que, de no cumplirse, generarían más frustración. Además, desde una perspectiva crítica de la psicología positiva (Held, 2002), se podría argumentar que esta dependencia de la ley de atracción y otros discursos de positividad podrían generar expectativas poco realistas, alentando a las personas a creer que el simple hecho de pensar en algo positivo puede garantizar resultados favorables. Esto, en última instancia, podría perpetuar un ciclo donde las personas buscan alivio temporal para sus ansiedades a través de la adopción de estas creencias, sin enfrentar las causas subyacentes de sus problemas. Así, la positividad y sus promesas se convierten en una estrategia para manejar el miedo a lo incierto, pero a costa de una comprensión más profunda de la realidad.

Es importante notar que esta idea de la participante 3, relacionada con el uso del pensamiento positivo para manejar la ansiedad ante la incertidumbre, encuentra un eco en la afirmación de la participante 4 antes citada: *"si yo le sonrío a la vida, la vida me va a sonreír a mí"* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). Ambos planteamientos sugieren una creencia compartida en que la actitud positiva puede, de algún modo, influir en los resultados de la vida. Sin embargo, mientras que la participante 3 reconoce las limitaciones de este enfoque al mencionar las expectativas poco realistas que podrían generarse, la participante 4 parece reforzar la idea de que el positivismo y las buenas vibras son suficientes para garantizar resultados favorables, lo que ejemplifica la confianza en la ley de atracción y su potencial efecto ilusorio.

Desde una perspectiva teórica, ambos planteamientos pueden relacionarse con la teoría del optimismo ilusorio (Armor & Taylor, 1998), que sugiere que las personas tienden a sobreestimar la probabilidad de que les ocurran cosas buenas y subestimar la probabilidad de eventos negativos, basándose en su actitud. Mientras que la participante 4 parece representar un caso claro de optimismo ilusorio, la participante 3 ofrece una mirada un poco más crítica a esta tendencia, revelando que este tipo de pensamiento, aunque reconfortante, podría llevar a expectativas poco realistas y, eventualmente, a una mayor decepción cuando las cosas no salen como se esperaba. No obstante, la participante 4 aclara su postura al decir:

*Pero no es tanto como si pienso cosas buenas, es más como si me proyecto con cosas buenas, ¿me hago entender? Porque, pues, yo puedo pensar muchas cosas, pero todo el*

*tiempo soy como: 'Ay, marica, qué rico tal cosa'. Y me pasa eso. O sea, yo como que manifiesto las cosas, y me ha funcionado, sí. Es más, yo manifiesto que me hable una persona, y esa persona me habla. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

En este fragmento, el participante hace una distinción importante: no se trata simplemente de pensar positivamente, sino de “proyectar” esas ideas en una especie de manifestación activa. Para el participante, esta capacidad de manifestar lo que quiere parece ser un proceso casi tangible, donde el esfuerzo consciente de proyectar algo positivo trae resultados favorables, ya que menciona cómo ha manifestado ciertos deseos, y esos deseos se han cumplido, lo que refuerza su convicción en el poder de proyectar energías positivas.

Lo que es clave aquí es la idea de causalidad entre pensamiento-proyección y resultados. El participante no solo espera que lo bueno llegue por pensar en ello, sino que cree firmemente en el poder de la manifestación, donde proyectar deseos concretos hace que estos se materialicen en la realidad. El lenguaje que utiliza refleja seguridad en esta experiencia personal, reforzando la idea de que este proceso funciona para él.

La repetición de “*me ha funcionado*” sugiere que el participante ha experimentado repetidamente la manifestación exitosa de sus deseos, lo que lo lleva a consolidar esta práctica como una verdad en su vida. Esta percepción de control sobre los eventos externos le da una sensación de poder sobre su entorno, lo que le proporciona seguridad emocional ante la incertidumbre.

Aunque la participante 4 menciona la proyección, su descripción de la manifestación parece más cercana a un *razonamiento mágico*, donde el simple acto de desear o proyectar algo es suficiente para que ocurra. En contraste, la autoeficacia se enfoca más en las acciones específicas que las personas toman para lograr sus metas, no solo en la creencia o proyección de que algo sucederá.

Asimismo, este enfoque en la manifestación podría relacionarse con la profecía autocumplida (Merton, 1948), donde las expectativas de una persona sobre un resultado influyen en sus comportamientos, los cuales, a su vez, contribuyen a que el resultado esperado ocurra. En

este sentido, el participante puede no ser consciente de cómo sus acciones conscientes o inconscientes, impulsadas por su expectativa de que las cosas sucedan, podrían estar contribuyendo a que los resultados deseados se materialicen, lo que refuerza su creencia en el poder de la manifestación. Esto refuerza su convicción de que “*manifestar*” es lo que hace que las cosas pasen, cuando en realidad, pueden estar influyendo también otros factores.

### **6.2.1.3 La función social de la positividad: ¿consuelo o cumplimiento social?**

El mismo participante 4 también reconoce las limitaciones de esta perspectiva en el contexto del sufrimiento emocional y la pérdida:

*Es que yo siento que la gente dice eso a veces porque no sabe más qué decir. Porque a veces, supongamos un ejemplo: 'A usted se le muere su mamá', y yo no sé qué decirle. Entonces, uno, en la ignorancia, pero queriendo hacer algo... viendo que esa persona sienta el apoyo de uno, le dice: 'Marica, todo va a estar bien'. ¿No? Pero uno no lo dice en serio, como que 'Todo va a estar bien', sino porque uno no sabe qué más decir, creo, pues, yo. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

Esta reflexión revela una paradoja en su discurso. Mientras que en un contexto de incertidumbre o angustia personal el participante defiende el poder del pensamiento positivo, en situaciones de pérdida o dolor profundo reconoce la superficialidad de estas expresiones y su incapacidad para ofrecer consuelo real. Esto sugiere que, aunque cree en el positivismo como una herramienta para sobrellevar ciertas dificultades, es consciente de que no siempre es útil o sincero, especialmente en momentos de duelo o tristeza profunda.

Esta idea amplía la comprensión de los discursos optimistas, conectándola con una dimensión social y comunicativa: las personas recurren a expresiones como “*todo va a estar bien*” no tanto porque crean en su poder transformador, sino porque se sienten incapaces de ofrecer consuelo genuino o respuestas adecuadas. A diferencia de la convicción expresada anteriormente sobre la ley de atracción y el impacto del pensamiento positivo en el bienestar futuro, aquí el participante revela que dichos mensajes pueden surgir más de la incomodidad o la falta de recursos emocionales, en lugar de una verdadera creencia en su capacidad para resolver el sufrimiento. Aquí se observa una tensión entre la expectativa social de ser positivo y la



realidad emocional que muchas veces no encuentra espacio en estos discursos. Esta presión social para mantenerse optimista en todo momento puede invalidar las emociones negativas y dificultar el proceso natural de duelo o tristeza (Fredrickson, 2009). En este caso, el participante sugiere que la insistencia en que *“todo va a estar bien”* responde más a una falta de recursos emocionales que a una verdadera creencia, lo que refuerza la noción de que los mensajes positivos, aunque bien intencionados, pueden no ser siempre apropiados o efectivos.

En esta misma línea, el participante 1 aporta otra dimensión al análisis cuando afirma: *“Yo siento que es más que nada porque es como agradable, por así decirlo. Es socialmente agradable”*. Esta idea se conecta con lo que venimos discutiendo sobre el uso de los mensajes positivos, no solo como herramientas de motivación personal, sino también como mecanismos socialmente aceptados para manejar situaciones difíciles. En este caso, el participante está sugiriendo que el uso de estos mensajes responde, en parte, a una norma social que favorece la positividad superficial como una forma de interacción agradable y, quizás, políticamente correcta.

Esta observación se relaciona directamente con la reflexión de la participante 4, quien mencionaba que, en momentos de crisis, como la pérdida de un ser querido, las personas recurren a frases como *“todo va a estar bien”* simplemente porque no saben qué más decir. Aquí, el participante 1 añade que este tipo de mensajes no solo se emiten por desconocimiento o incapacidad de manejar el dolor ajeno, sino también porque la sociedad los ha construido como respuestas *“agradables”* que mantienen el confort emocional en las interacciones. En este sentido, el uso de mensajes positivos puede verse como una convención social que evita el enfrentamiento directo con emociones negativas profundas, favoreciendo la armonía superficial en las relaciones.

Ambas ideas se complementan al mostrar que, aunque estos mensajes puedan ser emitidos con buenas intenciones, su función muchas veces no es tanto ayudar genuinamente al otro a procesar sus emociones, sino más bien cumplir con una expectativa social de mantener un ambiente positivo y agradable. Esto lleva a la cuestión de si los mensajes de positividad en realidad promueven una auténtica conexión emocional o si, en muchos casos, sirven para evitar el

malestar que surge al enfrentar emociones difíciles, tanto en quien emite el mensaje como en quien lo recibe.

Desde este punto de vista, lo que estos participantes expresan señala una crítica implícita a la cultura de la positividad socialmente aceptada. Los mensajes optimistas no solo cumplen una función de autocontrol emocional o de motivación personal, como se mencionaba previamente, sino que también parecen tener una función más superficial: la de suavizar el tono de las interacciones sociales para evitar incomodidades. Esto refuerza la idea de que la positividad, en su uso social, puede vaciarse de contenido emocional profundo, sin necesariamente reflejar una verdadera comprensión o apoyo hacia la persona que atraviesa una situación difícil.

Esta tensión entre la necesidad de mantener una imagen social agradable y la realidad emocional de las personas conecta con teorías como la de la disonancia emocional de Hochschild, (1983), donde las emociones expresadas no coinciden con las emociones sentidas. La autora señala que, en ciertos contextos sociales, las personas se ven obligadas a expresar emociones positivas, incluso cuando no las sienten, para cumplir con las expectativas sociales o laborales. Este proceso puede llevar a una desconexión emocional y, en última instancia, a un malestar psicológico, ya que la autenticidad emocional se ve sacrificada por la conveniencia social.

El Participante 1 también enfatiza el aspecto afectivo de estos mensajes: *“Como un acto de cariño, de compañerismo, como: 'Hey, mira, qué bonito esta hoy, las cosas van a estar bien, bonito el sábado', todo eso” (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1).*

Aquí se refuerza la idea de que los mensajes positivos no solo se emiten por la necesidad de motivar o evitar la incomodidad, sino también como gestos de afecto y conexión social. En este contexto, el participante describe el uso de la positividad como una forma de mostrar apoyo y compañerismo en interacciones cotidianas, convirtiéndolos en una especie de ritual social que busca promover el bienestar emocional de los demás.

Este tipo de mensajes se convierten, entonces, en un lenguaje común que facilita la interacción social y que se asocia con la creación de un ambiente afectuoso. Sin embargo, es importante notar que estos actos de cariño pueden carecer de una profundidad emocional si se

utilizan únicamente como fórmulas de cortesía. Aunque bien intencionados, estos mensajes pueden perpetuar la cultura de la positividad que, como se mencionó anteriormente, a menudo minimiza o ignora las emociones negativas que las personas pueden estar experimentando.

La conexión con la reflexión de la participante 4 sobre cómo, en momentos de dolor, las personas recurren a frases optimistas por la falta de alternativas, se fortalece aquí. Ambos participantes parecen sugerir que la positividad puede convertirse en una norma social que se utiliza no solo para ayudar, sino también para mantener una cierta imagen de felicidad y armonía en las relaciones. Este comportamiento, aunque puede ser visto como un acto de cariño, también puede diluir la autenticidad del apoyo emocional que se brinda.

Esto conecta con las ideas de cuidado emocional de Arlie Hochschild (1983), quien describe cómo las emociones son gestionadas dentro de las interacciones sociales para mantener la armonía y el apoyo. Si bien el cuidado emocional tiene como objetivo crear un ambiente afectuoso, cuando se basa en fórmulas sociales preestablecidas (como el uso excesivo de la positividad), puede carecer de autenticidad y profundidad. Esto genera interacciones superficiales, en las que las emociones reales de las personas quedan subordinadas al imperativo de mantener una fachada de optimismo.

Al respecto, la participante 2 introduce una dimensión adicional a la discusión sobre el uso de los mensajes positivos, al señalar una desconexión entre las necesidades personales y las expectativas sociales: *"Ni nosotras mismas nos entendemos qué queremos, porque no estamos buscando agradarnos a nosotras mismas, sino agradarle al otro"* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Este comentario pone en manifiesto cómo, en muchas ocasiones, las personas no actúan para satisfacer sus propias emociones o deseos, sino para alinearse con lo que creen que el otro espera de ellas. Aquí, el participante sugiere que la búsqueda de agradar al otro puede eclipsar la autenticidad emocional personal, generando una tensión entre lo que una persona realmente siente y lo que proyecta hacia los demás. Este comportamiento puede interpretarse como una estrategia para evitar conflictos, mantener la armonía en las relaciones o cumplir con normas sociales establecidas.

En este sentido, la idea de *feeling rules* (reglas de sentimiento) introducida por la socióloga Hochschild (1983) es clara para entender esta dinámica. Las reglas de sentimiento son normas socialmente compartidas que dictan cómo las personas deben sentir y expresar emociones en determinadas situaciones. Por ejemplo, en ciertos contextos laborales o sociales, se espera que los individuos muestren una actitud positiva y oculten sus verdaderos sentimientos para cumplir con las expectativas del entorno.

Al conectar esta cita con las reflexiones de los otros participantes, se observa un patrón en el que el propósito de los mensajes positivos está más relacionado con cumplir expectativas sociales que con una genuina gestión de las emociones. Como mencionaba el Participante 1, “*es socialmente agradable*”, lo que indica que la positividad superficial tiene una función en la dinámica social: suavizar las interacciones y evitar el malestar emocional, tanto del emisor como del receptor. La idea de que “*todo va a estar bien*”, mencionada por la participante 4, surge como una fórmula que, si bien puede ser afectuosa, en el fondo refleja la incomodidad ante la incapacidad de ofrecer consuelo genuino.

Bajo esta perspectiva, la cita de la Participante 2 resalta una dimensión de *auto-sacrificio emocional*, en la que las personas no expresan lo que realmente necesitan o sienten, sino lo que creen que les hará ser vistas de manera favorable por los demás. En este caso, la positividad no se utiliza necesariamente para ayudar a uno mismo a sentirse mejor, sino para cumplir con un rol social que prioriza el bienestar ajeno sobre el propio. Esta discrepancia puede generar una *asincronía emocional*, de la cual hemos venido hablando, donde la emoción expresada no coincide con la emoción sentida, lo que puede tener consecuencias para el bienestar emocional y la autenticidad en las relaciones.

El comentario de la Participante 2 también sugiere una falta de autocomprensión, un fenómeno que podría estar influenciado por la presión social para adaptarse a ciertos estándares de comportamiento. Esta idea refleja cómo las personas, en lugar de centrarse en sus propios deseos y necesidades, buscan constantemente agradar a los demás, lo que genera una desconexión con su verdadera identidad, debido a que la necesidad de cumplir con expectativas externas puede llevar a la pérdida de autenticidad y, como resultado, a una confusión sobre lo que realmente se quiere. Este proceso puede verse exacerbado por las normas sociales que valoran la conformidad

y la validación externa, lo que dificulta la posibilidad de autoexploración y autocomprensión genuinas. En lugar de priorizar el bienestar personal, la búsqueda de aprobación externa puede convertirse en un obstáculo para el desarrollo de una identidad auténtica y el bienestar emocional.

En este sentido, la "gestión de impresiones" descrita por Goffman (1959) e introducida en el apartado anterior, resulta relevante, ya que explica cómo las personas constantemente controlan y adaptan su comportamiento en función de las expectativas de los demás, incluso a expensas de su propia satisfacción emocional. El uso constante de frases optimistas puede ser visto como una forma de actuación social, donde la expresión de positividad se convierte en un instrumento para preservar las relaciones interpersonales y evitar tensiones.

En conclusión, las perspectivas de los participantes revelan una relación diversa y, a menudo, contradictoria con los mensajes positivos en la sociedad contemporánea. Mientras algunos los consideran herramientas útiles para promover la resiliencia y el bienestar emocional, otros critican su capacidad para invalidar emociones genuinas, creando una tensión entre la motivación que pueden ofrecer y el potencial de generar una desconexión emocional. Este análisis refleja cómo, en muchos casos, la positividad se utiliza como un ritual social que facilita la interacción, pero puede ser superficial cuando se impone como una norma que oculta o niega experiencias negativas.

Además, al analizar las interacciones de los participantes, se evidencia una tensión clara entre el deseo de expresar emociones auténticas y la necesidad de ajustarse a las expectativas sociales de positividad. Esta dinámica afecta no solo las interacciones superficiales, sino también la forma en que las personas enfrentan situaciones de dolor o malestar profundo. Si bien los mensajes positivos pueden ser actos de afecto, como sugieren los participantes, su utilización con frecuencia está más dirigida a cumplir con una norma social que a proporcionar un apoyo emocional sincero o efectivo. En este sentido, la positividad puede convertirse en un *mecanismo de supervivencia social*, más que una herramienta de autocuidado o empatía real. Asimismo, se observa que el consumismo, más allá de ser un fenómeno económico, tiene profundas implicaciones emocionales y sociales, ya que para muchos individuos se vincula con su deseo fundamental de ser aceptados, incluidos y, en última instancia, amados.

Sin embargo, una cosa es el propósito que los participantes perciben en los mensajes positivos y otra muy distinta es si están de acuerdo con ellos. En el próximo apartado, profundizaremos en las percepciones de los participantes sobre la positividad tóxica: si conocen el término, si están o no de acuerdo con él, si lo practican o cómo se sienten cuando otros lo aplican en sus interacciones.

### **6.2.2 Conceptualización y percepción de la positividad**

En los últimos años, el concepto de positividad tóxica ha adquirido mayor relevancia, especialmente como crítica al enfoque extremo del “pensamiento positivo”. En el presente trabajo entendemos la positividad tóxica como la imposición de mantener una actitud feliz y optimista sin importar las circunstancias, lo que genera presión social para proyectar un estado de bienestar continuo. Las percepciones de los entrevistados reflejan el malestar que esta tendencia provoca, ya que muchos expresan sentirse forzados a ocultar sus dificultades emocionales, es así como este análisis se centra en explorar cómo los participantes viven y perciben este fenómeno, mostrando una variedad de experiencias que van desde el rechazo absoluto hasta posturas más matizadas, en las que la positividad tóxica aparece como una demanda de mostrar siempre una imagen idealizada y exitosa, incluso en momentos de adversidad. Inicialmente abordaremos las diversas perspectivas de los participantes de forma breve y posterior a ellos profundizaremos en ellas.

La participante 3 describe esta dinámica de positividad tóxica como una constante exigencia por mostrar una imagen positiva y exitosa, sin permitirse espacio para expresar dificultades o emociones negativas. En sus propias palabras, señala:

*La positividad tóxica es, por ejemplo, cuando le imponen a una persona que siempre tienes que estar bien, siempre tienes que mostrarte con tu mejor cara, en tu mejor momento, haciendo las cosas que te gustan, o sea, como que mostrando algo que los demás de pronto dicen, ay, qué bueno, tiene mucha plata, tiene muchas cosas. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La afirmación de este participante sobre la positividad tóxica pone de manifiesto una crítica directa hacia las expectativas sociales en las redes. Según su descripción, existe una presión constante por mostrar “tu mejor cara, en tu mejor momento”, como si el malestar o las

dificultades no tuvieran lugar en estos espacios. La mención a "*mostrar algo que los demás de pronto dicen, ay, qué bueno, tiene mucha plata, tiene muchas cosas*" expone la superficialidad de esta narrativa, donde lo que se muestra no es necesariamente real, sino lo que se supone que los demás quieren ver o lo que genera admiración. Esto pone de manifiesto la desconexión entre la realidad interna de la persona y lo que se proyecta hacia los otros.

Además, este comentario también evidencia una insatisfacción interna, ya que el participante parece consciente de cómo estas dinámicas generan expectativas poco saludables. Al exigir que siempre se esté bien y se muestre una vida plena, se ignoran las emociones negativas, los momentos difíciles y los retos personales. La frase "*tienes que mostrarte con tu mejor cara*" denota una obligación social implícita que afecta a quienes no desean participar de esa teatralidad, pero se ven arrastrados por la presión del entorno digital. Esto también genera una barrera emocional, ya que se refuerza la idea de que solo lo positivo es válido y digno de compartir.

En este sentido, la cita también refleja cómo estas exigencias pueden convertirse en una forma de alienación, donde las personas se distancian de sus propias emociones para encajar en un molde social predefinido. El participante parece estar criticando esta dinámica, reconociendo la tensión que existe entre lo que realmente siente una persona y lo que se ve obligada a mostrar. Esto conlleva a una frustración con el estado actual de las redes sociales, donde la autenticidad queda relegada, y se fomenta un ciclo de comparaciones superficiales basadas en apariencias cuidadosamente curadas.

Este testimonio puede conectarse con el análisis de la teórica cultural Sara Ahmed en *The Promise of Happiness* (2010), donde plantea que la sociedad promueve una cultura de la felicidad, que no solo estigmatiza las emociones negativas como la tristeza o el enojo, sino que también crea una jerarquía moral. En esta jerarquía, las personas que aparentan felicidad y éxito son percibidas como moralmente superiores, mientras que aquellos que expresan emociones consideradas erróneamente como "negativas" son vistos con desdén o inferioridad. La descripción de la participante 3 pone de relieve cómo la presión por proyectar una imagen idealizada y conforme a las expectativas sociales no solo inhibe la expresión auténtica de las

emociones, sino que también puede generar sentimientos de alienación o frustración al no poder compartir abiertamente las dificultades personales.

La omnipresencia de narrativas excesivamente optimistas en las redes sociales revela una contradicción inherente a la cultura digital contemporánea. Si bien la promoción de actitudes positivas aspira a fomentar el bienestar colectivo, su manifestación exacerbada y constante puede conducir a efectos adversos no intencionados. Este fenómeno, que podríamos denominar *la paradoja del positivismo digital*, se caracteriza por generar presiones implícitas hacia la supresión de emociones consideradas negativas, lo que potencialmente resulta en una desconexión del individuo con su auténtico espectro emocional y experiencial. De esta manera, en lugar de promover la resiliencia, la positividad tóxica puede crear una barrera entre las experiencias reales de las personas y la imagen que sienten que deben proyectar ante los demás, contribuyendo así a un entorno donde las emociones genuinas, especialmente las que son vistas como “negativas”, se silencian o minimizan. Como consecuencia, se limitan las posibilidades de un apoyo emocional más auténtico y adecuado, en el que se validen todas las emociones humanas, no solo las etiquetadas como “positivas”.

En lo que respecta al participante 1, este asocia la positividad tóxica con un estilo de vida promovido, principalmente, por las redes sociales enfocadas en el autodesarrollo. En sus palabras: *“Positividad tóxica me suena como al estilo de vida que promueven, por ejemplo, estas cuentas que se dedican a mejorarse a uno mismo”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1). Con esta afirmación el participante está señalando una percepción de que la positividad tóxica no es simplemente una cuestión de mantener una actitud positiva, sino que está vinculada a un discurso constante de automejora. Su elección de palabras, *“mejorarse a uno mismo”*, refleja que este tipo de positividad va más allá de lo motivacional, insinuando que hay un mandato o expectativa implícita en estas cuentas: la mejora personal debe ser un objetivo continuo.

La palabra *“suena”* indica que no está afirmando categóricamente que la positividad tóxica y el autodesarrollo sean lo mismo, pero sugiere que percibe una relación cercana. Es como si esas personas que manejan estas cuentas, al dedicarse a promover el crecimiento personal, también estuvieran empujando una forma de positividad que, en lugar de ser genuina, podría tener un efecto superficial. El participante parece capturar una sensación de imposición o de



presión en este tipo de mensajes, donde el constante enfoque en “*mejorarse*” podría acabar limitando la autenticidad o generando expectativas poco realistas. En este sentido, su comentario parece estar captando la paradoja inherente en este discurso. Por un lado, las redes sociales ofrecen un espacio para el crecimiento personal y la motivación, pero, por otro lado, la repetición constante de mensajes sobre la mejora personal puede convertirse en una presión sutil pero constante que genera malestar.

Este fenómeno resulta problemático porque, en lugar de promover un desarrollo genuino, las expectativas sociales alimentadas por las redes sobre el automejoramiento pueden derivar en una especie de autoexplotación. Tal como señala Byung-Chul Han (2015), las personas se ven forzadas a competir con la imagen idealizada que proyectan otros en plataformas sociales, lo que no solo aumenta el desgaste emocional, sino que también convierte a la positividad en una herramienta de control social. En este sentido, la positividad tóxica promovida en redes refuerza una visión superficial del bienestar, que se centra en aparentar éxito y felicidad, sin un verdadero trabajo emocional interno.

Por su parte, la participante 2 ofrece una perspectiva diferente, destacando cómo el positivismo se ha convertido en una moda que estigmatiza a quienes no encajan en esa narrativa. Expresa:

*El positivismo se volvió una moda y ya los que decimos: ¡y no, qué mierda! -perdón la palabra- somos como los malos, y ya la gente que es como, sí, sé feliz, todo va a estar bien, eres un campeón y no sé qué, esa es la gente que está bien. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Con esta reflexión el participante resalta una tensión evidente en la forma en que se vive y se percibe el positivismo hoy en día. Al decir “*El positivismo se volvió una moda y ya los que decimos: ¡y no, qué mierda! [...] somos como los malos*”, está subrayando cómo el positivismo se ha transformado en un estándar social, casi en una norma, que estigmatiza a quienes no se alinean con esa narrativa optimista. Lo interesante aquí es que su comentario revela la existencia de una dicotomía entre quienes participan en esta “*moda*” de positividad constante y aquellos que se permiten expresar emociones consideradas negativas o contrarias a esta corriente.

La palabra "*moda*" utilizada por el participante implica que percibe el positivismo no como un enfoque profundo, sino como una tendencia superficial que la sociedad sigue más por conformidad o presión social que por convicción genuina. Esto, a su vez, crea una polarización donde las personas que rechazan o cuestionan este enfoque optimista son vistas como "*los malos*", lo que refleja una presión social que impone la positividad constante como única respuesta válida a las emociones. Es como si la negativa a adherirse al discurso del "*sé feliz*" implicara una especie de transgresión, una desviación del comportamiento que socialmente se considera correcto o deseable.

Esta apreciación encuentra sintonía con el análisis de Eva Illouz en *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism* (2007), donde argumenta que la cultura contemporánea ha creado un capitalismo emocional en el que las emociones positivas se convierten en un tipo de capital social. Las personas que muestran y gestionan emociones positivas son valorados y recompensados en este sistema, mientras que aquellos que expresan emociones más complejas, como el enojo o la tristeza, son marginados socialmente. Aquí la participante 2 pone de relieve cómo esta tendencia ha derivado en una presión social que castiga la autenticidad emocional, reforzando la idea de que expresar emociones como el enojo o la tristeza es inapropiado o equivocado. Como podemos ver, ambas autoras, Illouz y Ahmed, coinciden en la crítica de cómo la sociedad privilegia las emociones positivas y estigmatiza las negativas, creando dinámicas de poder y jerarquías en torno a la expresión emocional.

Igualmente, la expresión "*eres un campeón y no sé qué*" que utiliza el participante, capta el tono casi mecánico y repetitivo de los mensajes positivos que circulan en estos contextos. Señala que la positividad, lejos de ser una expresión auténtica o individualizada, se ha convertido en un conjunto de frases hechas que no necesariamente reflejan una verdadera conexión emocional. Este comentario indica una frustración con la superficialidad que parece acompañar la "*moda*" del positivismo, donde la repetición de estos mantras positivos no necesariamente corresponde a una genuina preocupación por el bienestar emocional de las personas, sino a una especie de conformismo social.

De esta manera, la idea del participante denota una crítica a la rigidez de esta "*moda*", que no deja espacio para una diversidad emocional y que termina etiquetando de manera negativa a

quienes se atreven a cuestionarla, lo cual nos lleva a deducir que, al imponer esta norma de positivismo, se invisibilizan otras formas de sentir y expresar emociones, como el enojo o la tristeza, que son igualmente válidas y necesarias para una experiencia emocional plena.

Como podemos ver, el análisis de estos 3 participantes evidencia que, aunque la positividad tóxica se presenta como una herramienta de bienestar, en la práctica puede convertirse en un mecanismo que reprime la vulnerabilidad y genera una cultura de conformidad emocional. La exigencia por mantener una fachada de felicidad constante no solo desvirtúa el valor de las emociones negativas, sino que también crea dinámicas sociales donde cualquier desviación de esta norma se ve castigada. En este contexto, la positividad tóxica no promueve el verdadero bienestar, sino una máscara de bienestar que se vuelve inalcanzable y desgastante para muchos.

#### **6.2.2.1 Crítica a la exigencia de mantener una actitud positiva constante**

La presión por mantener una actitud positiva constante emerge como un tema central en las respuestas de los participantes, revelando un malestar compartido ante la imposición social de estar “siempre bien”. Esta percepción encuentra resonancia en las críticas de Barbara Ehrenreich (2009), en su obra *Bright-Sided: How the Relentless Promotion of Positive Thinking Has Undermined América*, denuncia lo que denomina la “tiranía de la positividad”. Ehrenreich sostiene que esta presión por mantener una perspectiva optimista puede tener efectos perjudiciales, al obligar a las personas a reprimir sentimientos incómodos y evitar enfrentar de manera adecuada los problemas y dificultades inherentes a la vida. La positividad tóxica, en este sentido, se convierte en una forma de negación de la realidad emocional, lo que impide a las personas procesar experiencias difíciles de manera saludable.

Al respecto, varios de los entrevistados expresaron su incomodidad ante esta demanda social. La participante 3, en particular, articula esta preocupación de manera clara, señalando:

*Llega un punto en el que ya es como que todo el tiempo tenés que estar feliz, todo el tiempo tenés que tener motivación para hacer algo y no necesariamente es así. Hay veces en las que uno no va a tener motivación, en las que va a estar triste. Entonces ese*

*positivismo no me parece como muy adecuado tampoco, porque refuerza ese sobre exigirle a la otra persona que siempre tiene que estar bien para hacer las cosas, y no necesariamente. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Con este testimonio se pone de relieve la discrepancia entre las expectativas sociales de mantener un ánimo positivo constante y la realidad emocional de las personas. El participante sugiere que esta demanda es insostenible y contraria a la naturaleza humana, ya que todos experimentamos momentos de tristeza o falta de motivación, emociones que también forman parte de la vida. Al señalar que *“ese positivismo no me parece como muy adecuado tampoco, porque refuerza ese sobre exigirle a la otra persona que siempre tiene que estar bien para hacer las cosas”*, introduce una crítica importante a la narrativa del positivismo constante, donde el discurso de la positividad, al convertirse en una exigencia social, genera una sobrecarga emocional para las personas, llevándolas a sentir que no están cumpliendo con las expectativas si no se sienten bien todo el tiempo. El problema radica en que este tipo de positivismo no deja espacio para la vulnerabilidad o las emociones negativas, las cuales son fundamentales para una experiencia emocional equilibrada.

Asimismo, el comentario del participante sugiere que es crucial abrir espacios donde se permita la autenticidad emocional, reconociendo que la tristeza y la falta de motivación también son emociones válidas. Al cuestionar la pertinencia de un positivismo que insiste en que *“siempre tienes que estar bien”*, el participante está señalando la importancia de aceptar la complejidad de las experiencias emocionales humanas, sin imponer una narrativa rígida de felicidad constante. Este tipo de positivismo, tal como lo describe el participante, no solo es limitante, sino que también puede resultar en una forma de sobrecarga emocional para quienes se ven atrapados en la expectativa de estar siempre bien.

La participante 3 profundiza aún más en esta crítica, señalando que:

*El hacer que las personas piensen siempre positivo es una carga muy grande, pienso yo, porque, o sea, el ser humano no es solamente 'todo bien, todo bien, todo está bien, todo va a estar bien'. No. A veces hay cosas que no van a estar bien, como todas esas cosas que dicen, como que 'olvida tu pasado y recoge solamente las cosas buenas', no me*

*parece, porque es que todo uno lo necesita, tanto lo bueno como lo malo, para poder fortalecerse uno como persona. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Esta perspectiva subraya la importancia de reconocer tanto las experiencias positivas como las negativas para el desarrollo personal. Según este participante, la visión de que todo debe ser constantemente positivo no solo distorsiona la naturaleza humana, sino que también impide el crecimiento genuino, ya que, en lugar de promover una actitud resiliente, la positividad tóxica elimina la posibilidad de aprendizaje que se deriva de las dificultades.

Por medio de esta afirmación, el participante cuestiona la narrativa de que *“todo va a estar bien”*, señalando que no todas las situaciones pueden ser resueltas a través de una mentalidad positiva. Al decir que *“a veces hay cosas que no van a estar bien”*, introduce una visión más equilibrada, reconociendo que tanto las experiencias negativas como las positivas son partes necesarias del proceso de crecimiento personal. Esta observación sugiere que la presión por ignorar o minimizar las emociones difíciles puede impedir a las personas confrontar y aprender de esas experiencias, limitando su capacidad de fortalecerse y evolucionar.

Además, el participante critica la idea de *“olvidar el pasado y recoger solamente las cosas buenas”*, indicando que esta perspectiva de descartar lo negativo es superficial y no refleja el verdadero proceso de desarrollo emocional. El argumento de que *“todo uno lo necesita, tanto lo bueno como lo malo, para poder fortalecerse uno como persona”* pone de relieve la importancia de integrar todas las experiencias, no solo las positivas, en la construcción de la resiliencia y el crecimiento personal. Aquí se presenta una visión más completa del ser humano, donde las emociones y experiencias negativas también tienen un valor, al permitir el aprendizaje, la introspección y la fortaleza interna.

De esta forma, el análisis del participante expone una crítica directa a la positividad tóxica, señalando que la insistencia en enfocarse solo en lo positivo puede negar la complejidad de la vida humana, donde tanto las dificultades como las alegrías son esenciales para el desarrollo. Esta visión más inclusiva de las emociones, que reconoce el valor del malestar o el sufrimiento como parte del crecimiento, contrasta con el enfoque limitado del positivismo superficial que a menudo se promueve en redes sociales o en discursos motivacionales simplistas.

Este análisis se relaciona con los planteamientos de la socióloga Sherry Turkle (2011) mencionada en el apartado de consumo de contenido en redes, donde menciona que las identidades curadas pueden generar un sentimiento de desconexión tanto con uno mismo como con los demás, ya que promueven una imagen irreal y superficial. Este testimonio de la participante 3 resalta esta desconexión, al sugerir que la presión por proyectar únicamente lo positivo no solo impone una carga emocional considerable, sino que también impide la construcción de relaciones genuinas y auténticas basadas en la totalidad de la experiencia humana, con sus luces y sombras.

En esta misma línea, un aspecto central que emergió en las respuestas de los participantes es la crítica hacia la tendencia de invalidar o minimizar las emociones negativas, un fenómeno que Marsha Linehan (1993) describe como “*invalidación emocional*” en su enfoque de la terapia dialéctica conductual. Linehan define este proceso como el acto de desestimar, pasar por alto o criticar las vivencias internas de una persona. En este contexto, los testimonios recogidos ilustran cómo la positividad tóxica puede convertirse en una herramienta de invalidación emocional, al imponer una perspectiva optimista que ignora las emociones complejas y difíciles que forman parte de la experiencia humana.

La participante 2 expresa su frustración de manera contundente ante lo que percibe como un intento de minimizar sus emociones a través de comentarios “positivos”, al afirmar:

*Yo pienso que no, que están muy cansones. Por ejemplo, se me murió alguien, y voy a decir: 'No, pero al menos tengo, no sé, a mi otra familia, y no sé qué'. ¡No! Yo quiero llorar porque se me murió esa persona. Ya. Y es como que: 'Ay, no, estoy pasando por un momento difícil -digamos económico-'. 'No, pero no te falta la comida, y no sé qué'. Sí, yo no estoy diciendo que no, pero uno también quiere otras cosas. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Esta cita muestra cómo el participante percibe que ciertos comentarios “positivos” pueden ser utilizados como una forma de minimizar o invalidar sus emociones. Al describir situaciones como la pérdida de un ser querido o dificultades económicas, el participante destaca

que las respuestas positivas, lejos de ser reconfortantes, bloquean su necesidad de procesar el dolor.

La declaración "*yo quiero llorar porque se me murió esa persona*" refleja claramente una necesidad de espacio para expresar tristeza, pero la narrativa de la positividad lo limita, generando incomodidad. El participante no está rechazando la positividad en sí misma, sino la presión social para reprimir el dolor y el sufrimiento bajo capas de frases motivacionales. En lugar de ayudar, estos comentarios trivializan el proceso emocional y generan una sensación de desconexión entre lo que se siente y lo que se espera expresar. Este análisis pone en evidencia que, cuando la positividad se utiliza como un recurso para evitar emociones complejas, puede crear un clima en el que la tristeza, la frustración o el duelo son vistos como inaceptables o inapropiados. La participante 2 articula elocuentemente esta postura:

*Cuando te pasa algo malo, en ese momento estás viendo el mundo con rabia, porque te pasó algo que te dio rabia. O sea, no es como: 'No, no te enojas, siempre sé pacífico'. No. No. Y de vez en cuando siéntase triste, de vez en cuando esté malhumorado. Es que no hay que ser perfecto, eso fue lo que nos vendió la sociedad, pero no es así. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Esta declaración refleja la importancia de permitir la experiencia completa de las emociones, sin tratar de controlarlas o forzarlas hacia una perspectiva únicamente positiva. Aquí, el participante cuestiona el ideal de perfección emocional promovido por la sociedad, que exige un estado constante de calma y felicidad, pero que, en realidad, oculta la complejidad emocional que las personas experimentan en su vida cotidiana. La frase "*de vez en cuando siéntase triste, de vez en cuando esté malhumorado*" sugiere que las emociones son inevitables y parte natural de la experiencia humana. Al imponer expectativas de positividad, la sociedad deslegitima las emociones difíciles, generando malestar adicional, en este sentido, el participante aboga por una narrativa en la que todas las emociones, incluidas las negativas, sean válidas y merezcan espacio para ser procesadas, argumentando que esta amplitud emocional es parte integral de la experiencia humana auténtica.

---

Esta resistencia del participante a la positividad tóxica puede vincularse con la teoría de la regulación emocional de James Gross (1998, 2015), quien sugiere que estrategias como la "*supresión emocional*" —es decir, inhibir la expresión de emociones negativas— tienen consecuencias perjudiciales cuando se utilizan con frecuencia. Gross sostiene que, aunque la supresión puede ser útil en contextos puntuales, su uso constante impide el procesamiento saludable de las emociones y afecta negativamente el bienestar psicológico. El participante, al expresar su necesidad de llorar por la pérdida de un ser querido, rechaza lo que Gross podría llamar una reevaluación cognitiva forzada, es decir, la presión externa para reinterpretar una emoción negativa como algo positivo.

Además, desde la perspectiva de la teoría de la aceptación y compromiso (ACT) de Hayes et al. (1999), el testimonio del participante puede ser entendido como una defensa de la flexibilidad psicológica. La ACT subraya la importancia de aceptar las experiencias internas, incluidas las emociones difíciles, sin juzgarlas ni evitarlas. El participante, al rechazar la imposición de la positividad, se alinea con esta idea de aceptar y validar todo el rango emocional, en lugar de evitarlo o reprimirlo.

Igualmente, el concepto de "meta-emociones" propuesto por Gottman et al. (1996) también resuena en las palabras del participante, ya que estas sugieren una preferencia por actitudes que validen tanto las emociones positivas como las negativas. Al desafiar la norma social de que las emociones deben ser positivas, el participante aboga por un entendimiento más inclusivo y flexible de la experiencia emocional, promoviendo la legitimidad de sentir tristeza, frustración o dolor sin ser juzgado o invalidado.



### **6.2.2.1.1 Reclamando la libertad de sentir sin juicio**

Como podemos ver, las citas de los participantes 1, 2 y 3 reflejan precisamente esta sensación de que no se les permite estar tristes, enojados o simplemente experimentar emociones difíciles sin que se les imponga una actitud positiva forzada. La participante 2 sintetiza esta experiencia con la siguiente afirmación: “*Y uno es como: ‘¡Sí! Pero yo quiero estar triste por esto, y ya. No es que me vaya a quedar ahí, pero déjame estar triste’*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2).

Esta reflexión subraya la necesidad de un espacio emocional donde se pueda aceptar la tristeza sin juicio. Aquí se refleja una lucha interna entre la necesidad de sentir tristeza y la presión social para adoptar una actitud positiva. El uso de “*uno es como*” sugiere una sensación de incompreensión y la presión de conformarse a expectativas externas sobre cómo deberían manejar sus emociones.

Esta cita también destaca la importancia de permitirnos sentir emociones difíciles sin el temor a ser juzgados o a ser considerados negativos. El participante reconoce que la tristeza es una emoción natural y necesaria en respuesta a situaciones difíciles. Al mencionar que “*no es que me vaya a quedar ahí*”, el participante subraya que su intención no es permanecer en un estado de tristeza indefinidamente, sino simplemente experimentar esa emoción en el momento. Esto demuestra una necesidad de autenticidad emocional, donde las personas buscan el derecho a sentir sin tener que justificar su estado emocional ante los demás.

La perspectiva del participante resuena con el trabajo de la filósofa Alison Rooke (2020), quien examina cómo el discurso de la positividad puede operar como una forma de control social. Rooke sostiene que la supresión de emociones negativas no solo es artificial, sino también perjudicial, ya que impide el procesamiento saludable de experiencias difíciles. Esta “tiranía emocional”, como ella la denomina, puede paradójicamente intensificar el malestar emocional al negar aspectos esenciales de la experiencia humana. Al forzar a las personas a reprimir sus emociones difíciles, se genera un ciclo de insatisfacción y sufrimiento, ya que se les niega la oportunidad de procesar estas emociones de manera auténtica. La crítica hacia el imperativo de “*ver el lado positivo*” incluso en situaciones adversas refleja este análisis, evidenciando cómo la

búsqueda de una perfección emocional se convierte en una fuente de malestar en lugar de alivio, al restringir la expresión genuina de las emociones.

El Participante 1 articula una crítica similar, pero desde una perspectiva más pragmática:

*El positivismo así excesivo puede ser muy, muy invasivo, muy problemático, por así decirlo. Porque, pues, no me gusta el discurso de que todo es una posibilidad, todo es una oportunidad, esto y lo otro. Porque igual, pues, hay situaciones que sí, simplemente, pues, están mal y uno no debería aprender a aceptar todo o a ver el lado bueno. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Por medio de esta afirmación el participante expresa una crítica al positivismo extremo, describiéndolo como “*muy, muy invasivo*” y “*muy problemático*”. La forma en que articula su descontento revela una incomodidad profunda frente a la noción de que todas las experiencias pueden o deben ser vistas como oportunidades de crecimiento o aprendizaje. El participante usa expresiones como “*todo es una posibilidad, todo es una oportunidad*” para resumir este discurso positivo omnipresente que parece forzar una reinterpretación optimista de cualquier circunstancia. Sin embargo, contrasta este enfoque al afirmar que “*hay situaciones que simplemente están mal*”, sugiriendo que no todo debe ser *neoenfocado* desde una perspectiva positiva. Para él, aceptar y validar el malestar o la dificultad en ciertas situaciones es necesario, rechazando la idea de que uno deba “*ver el lado bueno*” de todo.

Como se puede apreciar, el Participante 1 inicialmente muestra una visión optimista y funcional de los mensajes positivos, viéndolos como herramientas para reencuadrar las dificultades y fomentar el crecimiento personal. Sin embargo, cuando se le pregunta sobre la positividad tóxica como tal, su postura cambia, expresando incomodidad con la idea de que todo debe verse como una oportunidad. En este sentido, reconoce que no todas las situaciones deben aceptarse o interpretarse de manera positiva, señalando que algunas circunstancias simplemente están mal y no deberían justificarse con positivismo excesivo.

Esta crítica evidencia una resistencia frente a la narrativa cultural dominante de positivismo, que parece exigir un *neoenfoque* constante de las experiencias como oportunidades.

Lo que este participante parece señalar es que este discurso podría minimizar o incluso invalidar el sufrimiento real, generando una presión para “*aceptar*” o “*ver el lado bueno*” de circunstancias que, en su visión, son simplemente inaceptables o dolorosas. Al decir que no se debe aprender a “*aceptar todo*”, muestra una defensa de la autenticidad emocional, una defensa del derecho a sentir que ciertas experiencias están mal y no merecen ser forzadas hacia un *neoenfoque* optimista.

Por otro lado, la participante 2 parece complementar esta crítica, con una afirmación que, aunque breve, refuerza la misma línea de pensamiento: “*A veces la vida se siente difícil, y hay que aceptar que la vida es difícil*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Al enfatizar la repetición de la palabra “*difícil*”, subraya una realidad ineludible que, en su opinión, no siempre se puede suavizar con positividad. Además, añade que “*hay situaciones donde uno no se puede mantener positivo, pues queda muy duro*”, lo cual refuerza la idea de que no solo no es deseable, sino que muchas veces resulta imposible aplicar un enfoque positivo ante ciertas dificultades. Por lo tanto, esta declaración no solo reconoce la inevitabilidad del sufrimiento en la experiencia humana, sino que también desafía la noción de que mantener una actitud positiva es siempre posible o deseable.

La participante 3, fortalece esta crítica al subrayar el desgaste emocional que surge al tratar de cumplir con las expectativas impuestas por el discurso de la positividad constante. Afirma:

*Llega un punto en el que ya uno no se siente capaz de cumplir con esa expectativa. Es como decirle a un ser humano: ‘Quítate todas tus otras emociones y nada más, pensá en estar bien’, y eso es imposible, es inhumano. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Esta reflexión cuestiona la inhumanidad de imponer una visión unilateral de bienestar que niega la complejidad emocional de las personas. Esta afirmación señala que las emociones negativas son tan válidas y necesarias como las positivas, y que forzar a alguien a ignorarlas no solo es imposible, sino también dañino, ya que la autenticidad emocional es esencial para el

bienestar, y que, al negar la posibilidad de expresar emociones diversas, se está negando una parte fundamental de la experiencia humana.

La idea de que se espera que las personas “*se quiten todas sus otras emociones*” sugiere que la positividad forzada puede llevar a la represión de algunas emociones legítimas, lo cual podría generar una *asincronía emocional*, ya que la persona se ve obligada a ocultar su verdadero estado emocional para cumplir con un estándar de bienestar superficial.

Esta observación se alinea con la teoría de Grandey (2003) sobre el trabajo emocional y el agotamiento. Según Grandey, la disonancia emocional ocurre cuando hay una discrepancia entre las emociones que uno siente internamente y las que se espera que muestre externamente y esta disparidad puede llevar al agotamiento emocional, un estado caracterizado por una sensación de fatiga y falta de recursos emocionales. El participante describe precisamente este fenómeno al señalar la imposibilidad y la naturaleza “*inhumana*” de mantener constantemente una fachada de bienestar. Este proceso no solo es agotador, sino que también puede conducir a una sensación de inautenticidad y alienación de las propias experiencias emocionales.

#### **6.2.2.2 Positividad en perspectiva: impacto del contexto y la intención en su recepción**

Es importante aclarar que no todos los participantes tienen una visión completamente negativa de la positividad. Algunos ofrecen perspectivas más matizadas, reconociendo que la intención y el contexto son factores clave en cómo se percibe la positividad. La participante 4, por ejemplo, ofrece una visión más equilibrada:

*Es que yo siento que depende de la persona, porque a veces hay gente que llega y te dice eso solo como por saber qué fue lo que te pasó, ¿me hago entender? ¡Por chisme! Y están las personas que en serio no saben qué decir, pero quieren apoyarte. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

A diferencia de una visión completamente negativa, la participante 4 revela una distinción importante entre dos tipos de reacciones positivas que puede recibir de los demás: una basada en el “*chisme*”, es decir, un interés superficial o malintencionado, y otra que proviene de personas

que, aunque no saben cómo actuar, tienen la genuina intención de apoyar. Respecto a esto, el participante subraya que la intención detrás de las palabras juega un papel crucial en cómo estas son percibidas, introduciendo una variable clave: la intención. Desde esta perspectiva, la positividad no es inherentemente negativa, sino que su impacto depende del propósito y la autenticidad de quien la expresa.

Este comentario pone de relieve la importancia de considerar el contexto social y emocional en el que se dan las respuestas positivas. Al describir que algunas personas muestran interés solo “*por chisme*”, el participante sugiere que la positividad puede ser percibida como invasiva o carente de empatía cuando no está fundamentada en un verdadero deseo de apoyo. En contraste, cuando alguien intenta ofrecer apoyo sincero, incluso si no sabe exactamente qué decir, esa intención, al estar basada en la empatía, puede ser recibida con mayor comprensión y tener un efecto menos dañino.

Desde este punto de vista, esta reflexión puede conectarse con el trabajo de Paul Ekman (1975) sobre la comunicación no verbal y las emociones, que sugiere que los receptores de mensajes emocionales son capaces de discernir la intención genuina en una interacción, lo que influye significativamente en cómo perciben el apoyo o la positividad. De igual forma, el comentario se relaciona con el concepto de empatía en la comunicación interpersonal, estudiado por Carl Rogers (1959), quien argumentaba que la empatía genuina es esencial para establecer una conexión auténtica entre las personas. En este caso, el participante destaca la diferencia entre una reacción que carece de empatía (el “chisme”) y otra que, aunque imperfecta, busca apoyar desde una intención empática.

El Participante 1, a pesar de su frecuente crítica hacia la positividad tóxica, introduce una reflexión más matizada que muestra una apertura hacia la positividad cuando esta es genuina y proviene de personas cercanas.

*Igual depende de las personas. Porque, pues, yo también tengo, amigos que sí, generalmente están ahí. Y sí, siento que tienen un valor cuando me dicen que están ahí. Porque es como, sí. No es el hecho de que me digas: ‘Estoy ahí’, sino que es el hecho de*

*que estás ahí y después me decís: ‘Tranquilo, que yo estoy aquí’. Eso tiene un valor. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

En este comentario, el participante reconoce que el simple hecho de estar presente y reafirmar el apoyo puede ser valioso, subrayando la importancia del contexto y de la relación con quien ofrece el apoyo. Asimismo, resalta que no es suficiente con verbalizar frases positivas; lo que realmente marca la diferencia es el hecho de que esas palabras se respalden con una presencia activa y un compromiso real. Para él, el valor de la positividad radica en el hecho de que las personas que la ofrecen no solo declaran que están disponibles, sino que realmente lo demuestran con sus acciones. Esta combinación de palabras y acciones es lo que convierte la positividad en un apoyo efectivo, más allá de las simples palabras que, de no ir acompañadas por esa presencia, podrían ser percibidas como vacías o superficiales.

Según el participante, la intención genuina y el seguimiento consistente son fundamentales para que las expresiones de apoyo y positividad tengan un impacto real. Apreciar que alguien esté “ahí” va más allá de las frases convencionales de apoyo, requiriendo una implicación emocional tangible que aporte tranquilidad en momentos de dificultad. La positividad, en este sentido, se convierte en un recurso valioso cuando se manifiesta desde la autenticidad y la cercanía emocional.

Esta afirmación puede relacionarse con las ideas expuestas por Debbie Joffe Ellis (2021) en su análisis sobre los peligros de la positividad tóxica. Este autor señala que la positividad puede ser valiosa cuando se expresa con sensibilidad y respeto hacia las emociones de la persona que enfrenta una dificultad. Sin embargo, advierte sobre los riesgos de llevar el pensamiento positivo demasiado lejos, subrayando la importancia de un enfoque más equilibrado y sensible al contexto emocional de cada individuo. En esta línea, el comentario del participante destaca que la positividad es más valiosa cuando se expresa de manera auténtica y se respalda con acciones concretas de apoyo, en lugar de limitarse a frases positivas superficiales y vacías.

Igualmente, esta idea de presencia activa y validación emocional puede relacionarse con el concepto de *sostén* en el desarrollo emocional, propuesto por D.W. Winnicott (1965). Este argumentaba que el bienestar emocional de una persona se construye sobre la base de relaciones

consistentes que proporcionan apoyo, en lugar de promesas superficiales. En este contexto, el valor de las palabras del amigo radica en su congruencia con una acción constante de apoyo, lo que ayuda a crear un espacio seguro donde las emociones pueden ser expresadas sin ser minimizadas o negadas. El Participante, entonces, ofrece una visión más equilibrada de la positividad, sugiriendo que, cuando es empática y auténtica, puede convertirse en una herramienta de apoyo emocional, más allá de los efectos potencialmente dañinos de la positividad tóxica.

Desde esta perspectiva se reconoce que la intención detrás de los comentarios positivos es un factor clave en la forma en que se perciben y se experimentan. Cuando la positividad se expresa con empatía y sin negar la realidad de las dificultades, puede ser vista como un apoyo genuino. Por otra parte, la participante 4 ofrece una visión que difiere un poco de la de otros participantes respecto a la positividad tóxica. Mientras que algunos ven la positividad excesiva como algo que puede ser perjudicial o invalidante en ciertos contextos, la participante 4 cuestiona directamente esta noción, afirmando: *"Es que yo no siento que haya como una positividad tóxica, pues yo no sé, usted es positivo y ya, ¿por qué ser positivo tendría que ser tóxico para otra persona?"* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4).

El participante sugiere que el ser positivo, en sí mismo, no debería percibirse como algo negativo o dañino para otros. Para él, el simple hecho de mantener una actitud positiva no tiene por qué tener efectos adversos en las personas que lo rodean, y cuestiona si la noción de "positividad tóxica" realmente tiene fundamento. Esta diferencia entre los participantes refleja un debate sobre cómo se percibe la positividad en diferentes situaciones. Mientras que los demás participantes expresan un rechazo hacia la positividad que minimiza o ignora las emociones difíciles, la participante 4 adopta una postura más neutral, en la que considera que la positividad, en su esencia, no debería ser vista como tóxica. Esta discrepancia destaca que la percepción de la positividad está influenciada por la experiencia personal, las expectativas culturales y la forma en que se comunica.

El cuestionamiento de la participante 4 también podría interpretarse como una defensa de la libertad individual de mantener una actitud positiva sin que esto se considere perjudicial para los demás. Al no percibir la positividad como una imposición, este participante indica que la

toxicidad depende más de cómo el individuo reacciona ante la actitud de otros que de la positividad en sí misma.

Sin embargo, la participante 4 no encuentra problemática la positividad tóxica en ninguna situación, ya que, al preguntarle si consideraría que en algún momento la positividad llevada al extremo podría ser perjudicial, responde: *“En mi experiencia, no, no, la positividad en exceso no es perjudicial para mí, en absoluto”* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). Esta afirmación refleja una percepción personal que niega el impacto negativo de la positividad extrema. Este testimonio sugiere que el participante asocia la positividad con un beneficio constante, sin considerar posibles efectos adversos. Esta perspectiva podría estar influenciada por experiencias personales, como lo refleja otra de sus afirmaciones: *“Yo siento que, si uno es como muy positivo, le pasan a uno cosas buenas. Sí, y aparte, pues, mi mamá es muy positiva y a mi mamá le pasan muchas cosas buenas todo el tiempo”* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). Aquí, el participante establece una relación directa entre la positividad y la recompensa.

Este comentario refleja una visión unidimensional de la positividad, en la que esta es vista exclusivamente como un fenómeno positivo sin tener en cuenta posibles efectos negativos. Su experiencia personal parece haber moldeado esta perspectiva, ya que asocia la positividad con resultados favorables, tanto en su propia vida como en la de su madre. Esta conexión entre una actitud positiva y la recepción de beneficios podría ser una creencia internalizada a partir de su entorno familiar, lo que fortalece su convicción de que la positividad siempre genera buenos resultados.

Es interesante que, aunque otros participantes han expresado preocupaciones sobre la positividad tóxica, la participante 4 se mantiene firme en su posición, lo que sugiere que su evaluación de la positividad está profundamente influenciada por sus vivencias personales. Esta perspectiva podría limitar su capacidad para reconocer que, en algunos contextos, la positividad extrema puede minimizar las emociones negativas o las dificultades que otros enfrentan, lo que podría tener efectos perjudiciales para su bienestar o el de los demás.



El énfasis del participante en los beneficios de la positividad también parece estar vinculado a una creencia de causalidad: ser positivo conduce a buenos resultados. Este tipo de pensamiento refuerza una percepción de control sobre el destino y puede influir en su resistencia a aceptar que la positividad puede ser inadecuada o dañina en ciertas circunstancias.

Esta postura de la participante 4 puede relacionarse con el concepto de *optimismo disposicional* en psicología, que se refiere a la tendencia general a esperar resultados positivos en la vida. Según estudios como los de Scheier y Carver (1985), las personas con altos niveles de optimismo tienden a creer que lo positivo les sucederá con más frecuencia y que tienen más control sobre su entorno, lo que parece alinearse con la afirmación del participante de que "*a las personas positivas les pasan cosas buenas*". Este tipo de optimismo puede llevar a una evaluación sesgada de las situaciones, en las que solo se valoran los aspectos positivos y se minimizan o ignoran las dificultades.

Además, esta postura también puede estar vinculada a un *razonamiento mágico*, donde el participante parece creer que su positividad, y la de su madre, es la responsable de los buenos acontecimientos en sus vidas. Este tipo de pensamiento puede ser reforzado por experiencias personales en las que la positividad parece haber traído resultados positivos, pero puede ser problemático cuando impide reconocer el impacto negativo de una positividad forzada o excesiva.

La resistencia del participante a aceptar los aspectos negativos de la positividad extrema puede conectarse con la teoría de positividad tóxica de Whitney Goodman (2021). Esta teoría sugiere que una positividad incesante puede invalidar las emociones negativas, evitar el crecimiento personal y generar una presión para aparentar bienestar, independientemente de las circunstancias reales. Si bien el participante se siente cómodo con esta positividad constante, la psicología sugiere que forzar la positividad o negar los problemas puede resultar en disonancia emocional y en la imposibilidad de gestionar las dificultades de manera saludable.

En este sentido, la postura de la participante 4 refleja una perspectiva que, en cierta medida, se diferencia del enfoque de Seligman (2011), quien enfatiza la importancia del equilibrio emocional. Para Seligman, el bienestar no se trata solo de cultivar emociones positivas,

sino también de aprender a navegar las dificultades y reconocer el valor de las emociones negativas. Mientras que el participante parece rechazar la idea de una positividad tóxica, Seligman subraya que las emociones negativas no deben ser ignoradas, ya que forman parte del bienestar integral. El testimonio del participante, aunque coherente con una creencia en el poder de la positividad, sugiere una falta de reconocimiento de los posibles efectos adversos de llevar esta actitud al extremo, lo que genera una visión parcial del bienestar emocional.

Adicional a esto, la participante 4 pone énfasis en que la toxicidad atribuida a la positividad no siempre proviene de la persona que la expresa, sino de la forma en que el observador la percibe. Así, que la incomodidad o rechazo hacia la positividad puede estar relacionada con emociones internas no resueltas, como la envidia o la frustración, lo que lleva a interpretar la positividad de otros de manera negativa. En palabras del participante:

*“¿Por qué te tiene que importar que otra persona sea súper positiva? Sos envidioso, y esa envidia hace que sea tóxico para vos. Entonces, no creo, eso ya es como a nivel personal, usted mismo hace que sea tóxico, o eso creo yo”. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

Al afirmar: “*Sos envidioso, y esa envidia hace que sea tóxico para vos*”, el participante propone que la percepción de la positividad como tóxica es un reflejo de un conflicto interno del observador, más que una característica objetiva de la actitud positiva. Según este participante, la envidia del observador es lo que convierte la positividad en algo negativo, mientras que para la persona que la expresa, esa actitud no tiene implicaciones tóxicas. De este modo, minimiza la posibilidad de que la positividad sea inherentemente dañina y enfatiza que es la respuesta emocional del observador la que determina su impacto.

Esta observación invita a una reflexión sobre cómo la positividad se experimenta de manera diferente según la disposición emocional de quien la recibe. Así, lo que algunos podrían percibir como un apoyo genuino, otros lo podrían interpretar como una actitud superficial o inapropiada, dependiendo de su estado emocional y su capacidad de manejar las emociones que surgen al ver la actitud positiva de otros. De este modo, minimiza la posibilidad de que la

positividad sea inherentemente dañina y enfatiza que es la respuesta emocional del observador la que determina su impacto.

Esta perspectiva también plantea una pregunta sobre los límites entre la positividad auténtica y la percepción subjetiva de la toxicidad. La positividad, por tanto, no puede considerarse exclusivamente como buena o mala en términos absolutos, sino que está mediada por las dinámicas interpersonales y la predisposición psicológica de las personas involucradas.

De esta forma, este análisis se puede vincular con la teoría de la *disonancia cognitiva* de León Festinger (1957). La cual ocurre cuando una persona experimenta una incomodidad psicológica debido a la incongruencia entre sus creencias, emociones y acciones. En el caso de la participante 4, podría interpretarse que la envidia o el malestar del observador al presenciar la positividad crea una disonancia, ya que esa positividad no coincide con su estado emocional o creencias, lo que provoca que se perciba como “tóxica”. Asimismo, la *teoría de la atribución* de Fritz Heider (1958), también resuena con las ideas de este participante ya que sugiere que las personas tienden a atribuir causas a los eventos en función de su perspectiva personal. Si un observador atribuye la positividad de otro a la superficialidad o la ve como una amenaza a su propio bienestar, es probable que la perciba como tóxica. Esto refuerza la idea de que la percepción de la positividad tóxica está más relacionada con la interpretación personal que con el comportamiento objetivo de la otra persona.

Adicionalmente, el trabajo de Barbara Fredrickson (2009) sobre las emociones positivas complementa este análisis. Fredrickson argumenta que las emociones positivas pueden ampliar las capacidades cognitivas y emocionales, pero solo cuando son auténticas y ajustadas al contexto. Si una persona no está emocionalmente preparada para recibir positividad (por ejemplo, debido a la envidia o un estado emocional negativo), es probable que no experimente los beneficios que estas emociones pueden ofrecer. En este sentido, la positividad, cuando se percibe como forzada o fuera de lugar, puede ser vista como disruptiva, en lugar de constructiva. Así, la autora reconoce que el valor de la positividad no reside simplemente en su presencia, sino en su autenticidad y en la forma en que se ajusta a las circunstancias.

Sin embargo, hay algo muy relevante por aclarar, y es que, cuando se presentan algunas frases que ejemplifican positividad tóxica, incluso la participante 4 reconoce que existen formas de expresar positividad que pueden ser problemáticas. Esto se evidencia claramente en su reacción, ya que, en lugar de aceptar dichas expresiones, ofrece alternativas que considera más apropiadas para evitar el impacto negativo de este tipo de discurso.

*¡Qué gonorra que a uno le digan eso! Pero es que, bueno, ahí ya es como que... Porque, por ejemplo, yo considero que, hey, ¿qué, quieres hablarlo? O ¿cómo te puedo ayudar? No: 'Todo va a mejorar'. ¿Usted qué va a saber? (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

Como podemos ver, a pesar de su defensa inicial de la positividad, muestra un cambio en su postura cuando se le presentan ejemplos de lo que podría considerarse positividad tóxica. Ante frases como “no te preocupes, todo va a mejorar”, o “todo va a estar bien”, reacciona con molestia. Esto sugiere que, aunque minimiza la existencia de una positividad inherentemente tóxica, reconoce que hay formas de expresar positividad que pueden resultar inadecuadas o frustrantes. En lugar de ofrecer una simple afirmación optimista, prefiere alternativas que se centren en el apoyo activo y la validación emocional, como preguntar: “¿Quieres hablarlo? O ¿cómo te puedo ayudar?”. Este participante parece valorar una interacción más empática y basada en el acompañamiento, en lugar de una positividad que desestima las emociones del otro.

De esta manera, el participante revela una sensibilidad hacia las formas en que la positividad puede ser mal recibida. Aunque inicialmente no veía la positividad como algo que pudiera ser tóxico, esta reacción muestra que reconoce que no todas las expresiones positivas son apropiadas o útiles. La frase “¿Usted qué va a saber?” refleja la frustración que puede surgir cuando se recibe una respuesta que trivializa el dolor o el malestar. El participante sugiere que ofrecer un apoyo más personalizado y abierto a la conversación sería más útil que simplemente afirmar que “todo va a mejorar”, una expresión que percibe como vacía o desconectada de la realidad emocional del momento.

Este enfoque implica que el problema no radica en la positividad en sí misma, sino en cómo se comunica y en si responde adecuadamente a las necesidades emocionales del otro. Las

alternativas propuestas por el participante, como preguntar cómo ayudar o invitar a hablar, muestran un reconocimiento de que la validación y el acompañamiento activo son esenciales para que la positividad no se perciba como despectiva o insensible.

El psicólogo George Bonanno (2004) sugiere que la capacidad de una persona para superar adversidades depende en gran medida de la validación y el apoyo que recibe de su entorno social. Respuestas que ignoran o subestiman el sufrimiento, como la positividad vacía, pueden obstaculizar la resiliencia, mientras que el apoyo empático y centrado en el diálogo facilita un proceso de recuperación más saludable. Al respecto, la participante 3 reflexiona sobre la incertidumbre del futuro y la problemática de generar expectativas infundadas. En su testimonio, expresa:

*No sabemos cómo van a estar las cosas en el futuro, si van a estar bien o van a estar mal. Yo creo que decirle a una persona que no se preocupe porque todo va a estar bien, sin saberlo, es como darle una expectativa que nosotros no sabemos si va a pasar o no. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Este comentario indica que el participante percibe las frases de positividad como potencialmente engañosas, ya que no se puede garantizar que el resultado sea positivo. Además, muestra una preocupación por la honestidad emocional en las interacciones humanas, al considerar que es problemático ofrecer consuelo sin tener certeza de que lo prometido se cumplirá.

En este sentido, el participante introduce una visión crítica sobre la práctica de tranquilizar a los demás con frases optimistas sin base real, subrayando la incertidumbre inherente al futuro. La preocupación por generar expectativas irreales está presente en su discurso, destacando que, al prometer un desenlace positivo sin tener certeza de ello, se podría estar fomentando una falsa esperanza, lo que podría resultar en decepción y un daño emocional cuando la realidad no coincide con lo esperado.

Esta crítica refleja una responsabilidad ética en el uso de mensajes optimistas. En lugar de brindar consuelo temporal, este participante parece abogar por una mayor autenticidad y realismo

en las interacciones, sugiriendo que es preferible reconocer las limitaciones de lo que se sabe, en lugar de promover un optimismo desinformado. La postura del participante cuestiona la validez de las afirmaciones positivas que intentan calmar, señalando que el desconocimiento sobre el futuro debería llevar a un enfoque más cuidadoso y realista en la manera de ofrecer apoyo.

El concepto de falsas expectativas que menciona la participante 3 puede relacionarse con la teoría de expectativas y emociones de Lazarus (1991). Según Lazarus, las emociones están influenciadas por la evaluación de lo que se espera que suceda. Si una persona es alentada a creer que todo irá bien y finalmente no es así, esto puede generar emociones negativas como la frustración o el enojo, lo que hace que el bienestar emocional se vea aún más afectado de lo que hubiera sido sin dicha expectativa.

Boniwell y Zimbardo (2004) sugieren que el optimismo realista—una forma de optimismo que reconoce los desafíos y limitaciones del futuro—es más eficaz para promover un bienestar duradero. Este tipo de optimismo acepta que el futuro es incierto y que no todo resultará necesariamente bien, pero que aun así es posible enfrentar los problemas con una mentalidad positiva. De esta manera, el testimonio de este participante parece estar alineado con esta visión de realismo optimista, en lugar de promover un optimismo ingenuo o tóxico que podría resultar en mayor malestar.

Asimismo, la postura de la Participante 3 está también en consonancia con el concepto de autenticidad emocional. Según estudios de Kernis y Goldman (2006), ser auténtico y honesto con las emociones propias y ajenas es crucial para un bienestar psicológico saludable. Pretender que las cosas siempre saldrán bien, como señala el participante, podría ir en contra de la autenticidad emocional, lo que puede conducir a una desconexión con las experiencias reales y a una mayor frustración cuando las expectativas no se cumplen.

Ahora bien, más que cuestionar si ser positivo es correcto o incorrecto, los participantes destacan que el verdadero problema radica en cómo se utiliza y hasta qué extremo se lleva. En este sentido, un punto importante que emerge es la relación entre positividad, felicidad y salud mental, un tema que se abordará en mayor profundidad más adelante, pero que la participante 2 introduce con una reflexión valiosa:

*Es que hemos malinterpretado todo, incluso ser positivos; uno puede ser positivo, pero no irse como tan al extremo... Entonces, por ejemplo, es que yo tengo mucha salud mental porque siempre estoy feliz. Pero realmente, ¿siempre estás feliz? O tú nos quieres hacer ver que siempre estás feliz. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Este comentario subraya una crítica hacia la idea de que estar siempre positivo implica tener una buena salud mental. El participante cuestiona la autenticidad de quienes parecen proyectar una imagen de felicidad constante, sugiriendo que podría tratarse de una fachada en lugar de una representación genuina de sus emociones. Igualmente, el participante destaca una asincronía emocional entre lo que algunas personas muestran (una felicidad constante) y lo que realmente experimentan. Al cuestionar la autenticidad de esa positividad extrema, el participante pone de relieve un problema más profundo: la presión social para proyectar una imagen de bienestar y felicidad ininterrumpida. Esta crítica sugiere que la positividad puede convertirse en una carga emocional cuando se lleva al extremo de ocultar las emociones negativas.

El participante no está argumentando en contra de ser positivo en sí mismo, sino en contra de una positividad excesiva que se desvincula de las emociones reales. Esta posición es relevante porque expone cómo la positividad mal entendida o forzada puede crear una imagen distorsionada del bienestar, conduciendo a una represión emocional. En lugar de fomentar una salud mental genuina, esta presión por mantener una fachada de felicidad podría, en realidad, perjudicar el bienestar emocional de las personas.

Eva Illouz (2012) señala cómo la búsqueda constante de la felicidad ha sido impuesta como una norma social en las sociedades contemporáneas. Aunque ya se discutió en el previamente, resulta relevante en este contexto, ya que ilustra la crítica de Illouz sobre la presión social que obliga a las personas a mostrarse siempre positivas, lo que distorsiona el verdadero significado de tener "salud mental". Creer que estar siempre feliz es sinónimo de bienestar es una interpretación errónea que minimiza la importancia de enfrentar y gestionar las emociones negativas de manera saludable y auténtica. Esta fachada de felicidad constante, que la participante 2 pone en duda, refleja una tendencia cultural en la que la positividad y el bienestar emocional se idealizan de forma superficial, fomentando una comprensión limitada del equilibrio emocional. En este sentido, es crucial reconocer que el bienestar no se trata solo de la ausencia de

emociones negativas, sino de una aceptación integral de todas las experiencias emocionales que forman parte de la vida.

A esta crítica se suma la teoría de la “tiranía de la actitud positiva” de Held (2002), que plantea que la presión social por mantener una actitud constantemente positiva puede tener efectos adversos en el bienestar psicológico. En lugar de fomentar un entorno en el que se validen todas las emociones, este enfoque obliga a las personas a negar o suprimir las emociones negativas legítimas. La acumulación de estas emociones no expresadas puede derivar en una carga psicológica aún mayor. Así, la positividad extrema, en lugar de ser un indicador de salud mental, puede convertirse en un factor que la compromete.

La participante 4 introduce una nueva capa al análisis, al señalar que el concepto de positividad tóxica está perdiendo fuerza en ciertos contextos sociales: *“Es que no, no, uno ya no dice casi eso (positivismo tóxico)”* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). Esta observación sugiere que, al menos en algunos círculos, el discurso en torno a la positividad está evolucionando, moviéndose hacia una mayor aceptación de la complejidad emocional. Esta tendencia hacia un cambio de discurso se alinea con el análisis de Susan David (2018) en *Emotional Agility*, donde propone que la sociedad está comenzando a rechazar la “tiranía de la positividad” para valorar todas las emociones como parte integral de la experiencia humana. David argumenta que todas las emociones, incluso aquellas etiquetadas como “negativas”, tienen una función y son necesarias para el bienestar psicológico, un enfoque que refleja una evolución cultural hacia una visión más equilibrada de la salud emocional.

En conjunto, estos comentarios destacan una creciente crítica hacia la positividad tóxica y un reconocimiento de la importancia de aceptar la gama completa de emociones humanas. Mientras que las generaciones más jóvenes parecen más abiertas a la expresión emocional auténtica, existe una percepción de que las generaciones mayores mantienen aún el discurso de la positividad constante. Sin embargo, la transición cultural hacia una mayor aceptación de la complejidad emocional es evidente y refleja un cambio hacia un enfoque más genuino y menos performativo en la gestión de las emociones.



Es importante resaltar que este análisis también debe situarse en el contexto cultural y social de los participantes, ya que las percepciones sobre la positividad y la emocionalidad pueden variar dependiendo del entorno en el que se encuentren. No obstante, las reflexiones presentadas ofrecen una visión valiosa de cómo algunas personas están respondiendo a la imposición de un discurso de positividad incondicional y cómo están explorando nuevas formas de relacionarse con sus emociones de manera más auténtica y saludable.

En este apartado se exploraron las diversas perspectivas sobre la positividad tóxica, destacando tanto las críticas hacia la imposición de una actitud positiva constante como los argumentos que resaltan los beneficios de mantener una visión optimista. El análisis pone de manifiesto cómo la percepción de la positividad está moldeada por experiencias personales, así como por influencias culturales y generacionales. Además, se resalta la relevancia de la autenticidad emocional y la validación de todas las emociones, advirtiendo que una positividad extrema puede ser perjudicial. Los participantes reflexionan sobre la relación entre positividad, felicidad y salud mental, cuestionando la creencia de que la felicidad constante sea un reflejo del bienestar psicológico.

Este análisis proporciona una visión integral sobre la respuesta de las personas ante el discurso de positividad incondicional, mostrando cómo están comenzando a explorar formas más auténticas y saludables de gestionar sus emociones. Existe una tendencia hacia un enfoque más equilibrado que reconoce la complejidad de la experiencia emocional humana, alejándose de la presión por aparentar felicidad constante. Este cambio apunta hacia una evolución cultural que favorece una comprensión más profunda del bienestar emocional, valorando todas las emociones como componentes esenciales de una vida plena y auténtica. A partir de esta reflexión, el siguiente apartado se centrará en analizar los factores que influyen en la incorporación de la positividad tóxica en la vida y el lenguaje de las personas como una forma de relacionarse con los demás.

### **6.2.3 Factores que influyen en la percepción de la positividad**

Los factores que influyen en la adopción de una actitud de positividad tóxica se pueden entender desde diversas perspectivas, según lo expresado por los participantes. Esta sección explora cómo el entorno, los recursos emocionales y económicos, la crianza y las dinámicas sociales impactan en la forma en que las personas abordan sus emociones y se relacionan con los demás desde una perspectiva aparentemente positiva. A través de las citas presentadas, se analizará cómo ciertos factores, como el privilegio o la resiliencia desarrollada por experiencias previas, pueden moldear la inclinación hacia la positividad, mientras que las limitaciones en recursos emocionales o económicos pueden afectar negativamente la capacidad de las personas para lidiar con esta narrativa.

#### **6.2.3.1 Privilegio y recursos: el papel del entorno socioeconómico**

Algunos participantes hacen un énfasis en la influencia de los recursos y el entorno en el manejo emocional, destacando cómo la abundancia, tanto económica como emocional, provee herramientas para manejar mejor los desafíos. El Participante 1 lo expresa de la siguiente manera:

*El hecho de haya entornos más saludables genera que las personas tengan más herramientas, lo que forma personas más capaces en el ámbito emocional. En entornos con más abundancia, las personas están mejor preparadas y, al enfrentar estas frases o situaciones, no se ven tan afectadas. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Este Participante menciona cómo “entornos más saludables” generan “personas más capaces en el ámbito emocional”, lo que parece señalar una relación causal entre el ambiente en que una persona se desarrolla y su capacidad para gestionar emociones. La idea de “herramientas” emocionales implica que las personas que crecen en entornos con más recursos tienen no solo acceso a estos, sino también la capacidad de utilizarlos para enfrentar desafíos, lo cual es clave en su planteamiento.

Así pues, el participante parece estar expresando una visión en la que las personas en entornos privilegiados además de tener mejores oportunidades de desarrollo emocional también desarrollan una especie de “escudo” frente a situaciones difíciles. Aquí surge la noción de que la

abundancia, quizá económica y afectiva, genera, por un lado, una mayor capacidad para gestionar las emociones, pero también podría estar relacionada con un cierto distanciamiento o una incapacidad para comprender las emociones de los demás que no cuentan con esos recursos.

Es posible que, en algunos casos, el exceso de recursos y la protección que estos brindan conlleve una desconexión con las emociones negativas o los problemas que otras personas enfrentan, lo cual podría vincularse con el fenómeno de la positividad tóxica. Aunque el participante no menciona directamente este fenómeno, su énfasis en la abundancia y la preparación emocional permite inferir que aquellas personas con más recursos pueden desarrollar una menor tolerancia a la vulnerabilidad emocional, promoviendo una actitud que evita lo negativo.

La teoría ecológica de Bronfenbrenner subraya cómo el desarrollo emocional de una persona está profundamente influenciado por el entorno inmediato (microsistema) y el contexto más amplio (macrosistema) es útil para comprender esta visión. En entornos con más recursos económicos, educativos y emocionales, las personas están expuestas a sistemas que promueven el bienestar y el crecimiento personal, lo cual facilita la resiliencia. Sin embargo, también puede generar una falta de contacto con las realidades emocionales de quienes no cuentan con estas mismas ventajas. Este punto es respaldado por investigaciones que sugieren que un acceso adecuado a recursos fomenta una mayor capacidad para afrontar adversidades, mientras que la falta de estos puede limitar la resiliencia y aumentar la vulnerabilidad emocional (Bronfenbrenner, 1979).

El análisis que hace este participante sobre los entornos abundantes y la preparación emocional se complementa con su crítica a las narrativas de positividad tóxica, las cuales, según él, son emitidas desde el privilegio: *“Las personas que emiten estos mensajes suelen hablar desde el privilegio o la comodidad. Si tienes herramientas ilimitadas, pues, es fácil decir que no hay excusas y que todo es posible con esfuerzo”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1). Mientras que en su primer planteamiento señala que el acceso a recursos facilita una mayor resiliencia emocional, en esta segunda cita profundiza en cómo esa abundancia puede también generar una desconexión con las dificultades ajenas.

El participante describe cómo *“las personas que emiten estos mensajes suelen hablar desde el privilegio o la comodidad”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1), lo que sugiere que las narrativas de positividad tóxica están estrechamente relacionadas con las desigualdades sociales y económicas. Aquí, la positividad no es vista como una herramienta neutral o universalmente accesible, sino como una postura facilitada por el acceso a *“herramientas ilimitadas”*. En este sentido, la positividad se convierte en un lujo que aquellos en situaciones de mayor vulnerabilidad no pueden permitirse de la misma manera. La frase *“es fácil decir que no hay excusas”* refleja esa desconexión entre quienes cuentan con recursos y quienes no, subrayando cómo las personas en una posición privilegiada tienden a subestimar o simplificar las dificultades ajenas.

También se pone manifiesto una crítica a la idea de que *“todo es posible con esfuerzo”* ya que se ignoran las barreras estructurales que enfrentan aquellos con menos recursos, generando una posible frustración o sentimientos de insuficiencia en personas que no logran cumplir con las expectativas de una actitud positiva ante cualquier adversidad. Además, el énfasis en la desconexión entre quienes emiten estos mensajes y aquellos que los reciben parece resaltar una falta de empatía y comprensión por las circunstancias de los demás.

La positividad tóxica desde la perspectiva de este participante también parece reforzar dinámicas de poder y desigualdad. Aquellos que están en una posición de ventaja pueden mantener estas narrativas también para reforzar su propia sensación de control y éxito, atribuyendo su bienestar a su actitud y esfuerzo personal, en lugar de a las ventajas que puedan haber disfrutado. Este sesgo hacia la minimización de los factores contextuales refleja lo que McIntosh (1988) llama el *“privilegio invisible”*: la tendencia de las personas en posiciones de poder o comodidad a no percibir las barreras que enfrentan quienes no tienen acceso a los mismos recursos, siendo indiferentes a los beneficios que obtienen debido a su posición en la estructura social. Esta ceguera ante las realidades de los demás puede llevar a que las personas privilegiadas continúen con esta narrativa de que cualquier adversidad se supera únicamente con esfuerzo personal, deslegitimando las experiencias de quienes enfrentan mayores obstáculos estructurales.

Participante 1 extiende la reflexión previa al enfatizar el papel crucial del entorno familiar en el desarrollo de las herramientas emocionales, explicando que la estabilidad y el apoyo dentro de una familia funcional, según el participante, proporcionan no solo recursos económicos, sino también una base emocional sólida para enfrentar los desafíos de la vida.

*Hay personas de diferente nivel social o de ingresos, criadas en familias funcionales, lo que les da mayores recursos, tanto económicos como emocionales. Si crecí en una familia con padres presentes y me criaron de manera asertiva, tendré más herramientas para enfrentar situaciones emocionales, gracias a la estabilidad que me ofreció mi núcleo familiar. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Esta idea complementa sus observaciones anteriores sobre cómo la abundancia de recursos y el privilegio pueden influir en la capacidad emocional, pero ahora introduce un nuevo componente: la importancia de la crianza asertiva y la presencia emocional de los padres. En este contexto, el participante parece sostener que la capacidad de una persona para resistir las presiones de la positividad tóxica está enraizada en la fortaleza emocional que proviene de un entorno familiar saludable y que las personas que crecen en familias funcionales tienen más recursos internos para gestionar sus emociones de manera asertiva y para no caer en narrativas simplificadas, como la positividad tóxica, que ignoran la complejidad de las emociones humanas. La frase "*más herramientas para enfrentar situaciones emocionales*" refuerza la idea de que tanto el privilegio material como el emocional, derivado de la crianza y el entorno, contribuyen a una mejor gestión emocional. Sin embargo, también plantea un cuestionamiento implícito: aquellos que han crecido en entornos menos funcionales o con menos recursos pueden enfrentar mayores desafíos en resistir las presiones de narrativas como la positividad tóxica, donde se minimizan las emociones negativas en favor de una actitud superficialmente positiva.

Este planteamiento puede conectarse con el modelo de la psicología del desarrollo, que pone énfasis en la influencia del entorno inmediato, como la familia, en la formación del bienestar emocional. Investigaciones sobre apego y desarrollo infantil subrayan que un ambiente familiar estable, con padres presentes y emocionalmente disponibles, crea un sentido de seguridad que fomenta la resiliencia emocional en la adultez (Bowlby, 1988). A través de este enfoque, podemos ver cómo el entorno familiar, cuando es funcional, se convierte en un recurso

clave que permite a los individuos afrontar mejor tanto las dificultades emocionales como las narrativas poco realistas, como la positividad tóxica.

### 6.2.3.2 El peso social de la gratitud

La participante 2 añade otro factor influyente para que las personas se relacionen desde esta perspectiva positiva: el agradecimiento, donde se espera que seas positivo porque no te hace falta lo que a otros sí:

*Si yo digo que está complicada la vida, dicen: 'Ay, pero al menos tenés esto, y tenés esto otro, y tenés aquello otro'. Entonces, como que no me dejan sentir mi emoción de tristeza por ciertas cosas. Porque es que debo ser agradecido por lo que tengo, y yo no estoy diciendo que no lo sea. Es que digo que el ser positivo y el agradecimiento son cosas diferentes. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

El participante introduce el agradecimiento como un factor influyente en la presión para adoptar una actitud positiva, especialmente cuando otras personas le recuerdan lo que tiene en comparación con aquellos que carecen de ello. En su testimonio, explica cómo, al expresar su tristeza o frustración, recibe respuestas como “*Ay, pero al menos tenés esto, y tenés esto otro, y tenés aquello otro*”. Esta frase, refleja una expectativa social de que se debe ser agradecido y enfocarse en lo positivo, lo que, según ella, le impide expresar libremente su tristeza. Al parecer siente que este tipo de comentarios limitan su capacidad para sentir emociones negativas, dado que se espera de ella una actitud positiva solo porque disfruta de ciertos privilegios o aspectos de bienestar que otros podrían no tener. Además, el participante enfatiza que, para él, “*ser positivo y el agradecimiento son cosas diferentes*”, expresando una distinción importante en su manera de experimentar y valorar ambas emociones. A través de esta distinción, argumenta que su tristeza no debería confundirse con falta de gratitud.

En este sentido, el testimonio de la participante 2 sugiere que el agradecimiento, en lugar de ser una expresión genuina y personal, se convierte en una especie de “*obligación social*” que minimiza las emociones negativas y promueve una visión de que solo lo positivo tiene valor. Al sentir que “*no me dejan sentir mi emoción de tristeza*”, describe una experiencia de invalidación emocional, en la cual su tristeza es interpretada como una falta de aprecio por lo que posee. Así,

lo que podría ser una emoción natural y legítima es percibido por el participante como inapropiado o incluso malagradecido, generando un conflicto interno ya que, aunque valora lo que tiene, también desea el derecho a expresar su tristeza cuando lo necesite.

La participante 2 amplía su punto, señalando cómo las redes sociales, especialmente Instagram, refuerzan esta expectativa de agradecer constantemente:

*Pero en Instagram se ve mucho eso: 'Es que tienes que ser feliz, es que tienes que ser agradecido. Es que mira, esta persona no tiene esto o lo otro y aun así es feliz. Entonces uno es como: 'Ay no, soy muy mal agradecido'. Y no, es que estás triste, y es normal. Hoy te levantaste de mal genio, te pasó una situación, y es normal. No es que esté mal agradeciendo lo que tengo, no. Es que hoy me pasó una situación y yo me merezco y puedo estar triste. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

El participante describe cómo la comparación con quienes, a pesar de tener menos, parecen felices o agradecidos, le genera una sensación de culpa, expresada en el pensamiento “soy muy mal agradecido”. Para él, este tipo de mensajes transmitidos a través de las redes sociales generan una presión por reprimir la tristeza y enfatizar la gratitud, cuando en realidad lo que desea es simplemente expresar sus emociones sin sentirse juzgado o culpable por hacerlo. En este sentido, estos comentarios destacan la presión social para mantener una actitud positiva y agradecida, incluso cuando se experimentan emociones negativas legítimas. Esta expectativa puede contribuir a la supresión de emociones auténticas y al desarrollo de una positividad tóxica que no permite el procesamiento saludable de experiencias difíciles.

Este participante también resalta el rol de las redes sociales como Instagram en reforzar esta tendencia. La frase “tienes que ser feliz, tienes que ser agradecido” refleja un mandato social implícito que promueve la gratitud y la felicidad como estados permanentes. En este sentido, las redes no solo exigen gratitud y positividad, sino que también crean un estándar de comparación. Cuando el participante observa personas que, teniendo menos, parecen ser felices y agradecidas, experimenta una presión adicional para no expresar sus emociones negativas, lo cual puede llevarla a una autoevaluación crítica y a una sensación de culpa, reflejada en su pensamiento de “soy muy mal agradecido”. Sin embargo, en su declaración final, defiende su

derecho a experimentar emociones “normales” como el mal humor o la tristeza, argumentando que su estado de ánimo es simplemente una respuesta humana a las circunstancias y no una señal de ingratitud.

Para abordar la presión social del agradecimiento y su impacto en la expresión emocional, podemos conectar estas observaciones con las ideas de la socióloga Eva Illouz (2007), plantea que las emociones positivas y la gratitud están siendo promovidas como condiciones para la buena vida, en tanto que se espera que los individuos no solo gestionen sus emociones, sino que las orienten hacia una interpretación optimista de sus circunstancias. Illouz explica que esta imposición de la positividad no permite el reconocimiento y validación de las emociones negativas, lo cual puede llevar a un tipo de auto-vigilancia emocional.

En este sentido, el participante parece vivir esta tiranía en la forma de comentarios sociales y mensajes en redes sociales, donde la gratitud se presenta no como una elección, sino como un deber implícito que invalida el derecho a experimentar tristeza. Al describir cómo las personas le recuerdan constantemente lo que tiene y le instan a “*ser feliz, ser agradecido*”, podemos observar esta presión cultural hacia la positividad, donde las personas se ven obligadas a autocensurar sus emociones auténticas que no correspondan al ideal de bienestar constante, generando una desconexión que puede afectar su capacidad para relacionarse de manera auténtica con otros.

### **6.2.3.3 Positividad como escudo**

Desde otro punto de vista, la participante 4 alude a cómo el sufrimiento puede generar un cambio en la perspectiva emocional, describiendo cómo una persona, tras enfrentar diversas dificultades o traumas, puede optar por adoptar una actitud más positiva:

*Yo pienso que una persona no es súper positiva de la noche a la mañana. Tuvo que haber pasado por muchas cosas, por etapas de la vida, no sé, quizás traumas o algo. Tal vez un día se cansó de estar súper triste y pensó: '¡Qué gonorra estar así tan triste! Mejor hoy voy a estar positiva. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*



Este Participante introduce una perspectiva distinta en el análisis de la positividad tóxica, sugiriendo que esta actitud no siempre es un producto exclusivo del privilegio o de un entorno favorable o una expectativa social, sino que también puede emerger como una respuesta ante experiencias de sufrimiento o trauma. La frase *"tal vez, un día se cansó de estar súper triste"* indica que la positividad excesiva puede ser un mecanismo de defensa frente a la tristeza crónica o el dolor emocional. Este tipo de adaptación revela una complejidad emocional en la cual, ante la incapacidad de procesar adecuadamente las emociones negativas, la persona opta por una actitud positiva excesiva como forma de protegerse.

Con este comentario se amplía la comprensión de la positividad tóxica al enmarcarla como una estrategia consciente para escapar del dolor. En lugar de ser simplemente una manifestación de privilegio o comodidad, o ser una obligación impuesta por la sociedad para mostrar agradecimiento por lo que se tiene, como lo sugerían los comentarios anteriores, aquí se explora cómo el sufrimiento puede empujar a las personas a adoptar esta actitud como una forma autónoma de resistencia frente a emociones que perciben como insostenibles. Esta visión complementa la idea de que las personas, al enfrentar adversidades, no siempre desarrollan estrategias de resiliencia saludables; en algunos casos, la positividad tóxica podría ser una manifestación desproporcionada de ese esfuerzo por superar el malestar emocional.

Este enfoque puede vincularse con la teoría de la resiliencia de Masten (2001), que describe cómo las personas responden de diversas maneras ante experiencias traumáticas o difíciles. La resiliencia implica la capacidad de adaptarse ante la adversidad, pero no siempre de forma equilibrada o saludable. En este caso, la positividad tóxica podría ser vista como una adaptación desmesurada, donde el individuo utiliza la positividad como una forma de evitar el dolor, en lugar de enfrentarlo de manera directa. Aunque es un intento de superar el malestar, puede terminar negando o minimizando las emociones negativas, lo que a largo plazo podría resultar contraproducente para el bienestar emocional.

Al destacar el posible origen traumático de la positividad tóxica, se ofrece una visión más empática hacia quienes adoptan esta actitud, sugiriendo que, para algunas personas, la positividad extrema puede ser el resultado de un proceso emocional doloroso, más que una postura simplista o derivada de privilegios. Además, se observa que la positividad tóxica no solo puede surgir de la

abundancia de recursos y la desconexión emocional que puede generar el privilegio y la presión social, sino también como una estrategia reactiva ante el dolor. Este análisis invita a ver la positividad tóxica como un fenómeno más complejo, en el que los factores socioeconómicos, familiares y emocionales se entrelazan con las experiencias individuales de sufrimiento.

Sin embargo, este mismo participante también reconoce que pueden existir múltiples factores para que la gente se relacione desde la positividad. Así como puede haber personas que se cansen de sufrir, también puede haber quienes lo oculten, pero, además, otros que simplemente son felices genuinamente:

*Creo que puede pasar que la gente que está todo el tiempo muy feliz es la que más triste está o más problemas tiene. ¡Puede pasar! Pero también puede ser que alguien simplemente sea muy feliz y ya, le pasan cosas buenas. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

Este comentario sugiere una visión más matizada de la positividad tóxica, donde no siempre se asume que una actitud positiva sea un reflejo de privilegio o de negación del sufrimiento. El participante introduce la posibilidad de que la felicidad genuina exista, lo cual amplía la discusión al mostrar que no todas las personas que se muestran positivas lo hacen desde un lugar de incongruencia emocional. Sin embargo, al mencionar que *"la gente que está todo el tiempo muy feliz es la que más triste está"*, el participante también alude a la idea de que la positividad tóxica puede ser una forma de equilibrar otras emociones.

En esta cita expuesta por la participante 4 se observa claramente el fenómeno de la *asincronía emocional* que describe como las personas al ser incapaces de mostrar sus emociones auténticas, se obligan a suprimir emociones negativas, mientras mantienen una apariencia de felicidad. Aunque la participante 4 no afirma que esto ocurra en todos los casos, sí infiere que podría haber una relación entre la positividad extrema y la represión emocional.

Además, este mismo participante introduce una perspectiva adicional sobre cómo la positividad o negatividad personal puede influir en las interacciones y el intercambio de experiencias con los demás, sugiriendo que la esencia interna de una persona se refleja en lo que

comparte con su entorno: *“Yo digo que cada quien comparte un poquito de lo que tiene, ¿no? Si usted es súper positivo, comparte cosas positivas, y si es negativo, pues o no comparte nada o comparte cosas negativas”* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). Esta afirmación destaca la idea de que la actitud positiva o negativa es un componente intrínseco de la identidad de cada individuo, lo que indica que uno no puede compartir algo que no posee. Si una persona se siente optimista y contenta, es probable que proyecte esa energía en sus interacciones, generando un ambiente propicio para el bienestar colectivo. Por el contrario, si alguien está sumido en la negatividad, es posible que sus interacciones se vean marcadas por una falta de generosidad emocional, ya sea al no compartir sus pensamientos o al transmitir mensajes pesimistas.

Según Seligman (2002), en su trabajo sobre la psicología positiva, donde explica que la forma en que una persona se relaciona con el mundo está profundamente conectada con su estado emocional y su visión de la vida. Seligman enfatiza que las características de la personalidad, como la resiliencia y la gratitud, son fundamentales para cultivar una vida satisfactoria y significativa. Así, un individuo que exhibe una actitud positiva no solo experimenta beneficios personales, sino que también tiene el potencial de enriquecer la vida de quienes lo rodean.

Además, también se relaciona con el enfoque de capital emocional, que se refiere a la capacidad de las personas para influir en el bienestar emocional de otros a través de sus propias emociones (Fredrickson, 2001). Según esta perspectiva, las emociones positivas pueden ser contagiosas, y aquellos que poseen un alto capital emocional tienden a crear un ambiente que promueve la conexión y el apoyo entre las personas. En este sentido, la participante 4 ilustra que las emociones y actitudes individuales son más que rasgos personales; son recursos valiosos que modelan las relaciones y la dinámica social.

Esta dinámica puede explicar por qué las redes sociales a menudo se convierten en cultivo para la positividad tóxica, ya que los usuarios que se sienten positivos comparten contenido optimista, mientras que aquellos que experimentan emociones negativas pueden optar por no compartir nada, creando una sobrerrepresentación de contenido positivo. Esto puede llevar a una percepción sesgada de la realidad, donde parece que todos los demás están constantemente felices y exitosos, lo que a su vez puede exacerbar sentimientos de inadecuación o presión para mantener una fachada de positividad constante.

### 6.2.3.3 La ilusión de aceptación

La participante 2, por su parte, describe cómo la validación social y el reconocimiento público en redes sociales puede alimentar la necesidad de mostrar una vida idealizada:

*Si uno se pone a verlo, era una cosa de locos. Era como... Hay cosas a las que nunca me invitaban y de repente me empezaron a invitar: reuniones, lugares, cosas así. Entonces, yo digo que en realidad es un cambio tan grande que es imposible no notarlo. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Este comentario pone de manifiesto la influencia que tiene el reconocimiento social en la vida de los individuos. La experiencia de la Participante 2 muestra que el reconocimiento en las redes sociales puede crear una percepción distorsionada de las relaciones interpersonales, donde la necesidad de aprobación social puede llevar a las personas a adoptar comportamientos que les permitan encajar en un ideal. Al describir cómo “*de repente me empezaron a invitar*” a eventos y lugares tras proyectar una imagen más positiva o exitosa, el participante subraya la relación entre la validación social y la necesidad de mantener una apariencia de felicidad constante. La frase “*es un cambio tan grande que es imposible no notarlo*” refleja el impacto tangible que estas interacciones tienen en la vida real, donde el reconocimiento público a través de redes sociales puede generar una presión para sostener una fachada de éxito y bienestar para participar en una vida pública más ostentosa y validada por los demás.

Desde la perspectiva de este participante, se revela cómo las plataformas sociales pueden alimentar la necesidad de autopresentación, donde las personas buscan mantener una narrativa de éxito y felicidad continua, no solo para recibir la validación de otros, sino también para acceder a oportunidades sociales que quizás no habrían tenido sin esa imagen positiva. Aquí se ve una doble presión: por un lado, la búsqueda de aceptación y reconocimiento social, y por otro, la necesidad de mantener esa imagen para continuar recibiendo esos beneficios. Esta situación puede generar una tensión interna, donde la persona se ve atrapada en una narrativa de positividad que, aunque recompensada socialmente, no siempre refleja su realidad emocional.

En esta misma línea, este participante expresa de manera explícita una idea que parece estar implícita en muchos de los discursos de los otros participantes: el deseo de ser aceptado, de agradar y de pertenecer, tanto a nivel individual como social. Aquí la participante 2 ofrece una visión clara de cómo el consumismo y la búsqueda de validación están estrechamente relacionados con las expectativas sociales y el anhelo de ser querido:

*Por eso la gente se obsesiona con tener más y mostrarlo porque entre más tenga, entonces mejor me van a tratar, más me van a incluir y más me van a querer. Y mi conclusión del mundo es que al final lo único que queremos es ser amados. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

En este fragmento, este participante señala que las personas buscan acumular bienes materiales y exhibirlos como una forma de obtener reconocimiento, inclusión y amor por parte de los demás. Su observación está vinculada a la percepción de que tener más se traduce en un trato más favorable, una mayor inclusión en los círculos sociales y, en última instancia, en ser más apreciado. La conclusión del participante es contundente: lo que subyace a este comportamiento es un profundo deseo de “*ser amado*”.

En este sentido, la cita refleja la forma en que la necesidad de pertenencia y la autoimagen se entrelazan con la acumulación material. Para el participante, esta obsesión con el consumo no es simplemente una cuestión de estatus, sino un medio para satisfacer una necesidad emocional más básica: la de ser aceptado y querido. Este razonamiento sugiere que el acto de poseer y mostrar bienes es visto como un mecanismo para obtener aprobación social, lo que implica que el valor personal está, en muchos casos, mediado por lo que uno posee, más que por lo que uno es. El hecho de que el participante concluya que “*lo único que queremos es ser amados*” refuerza la idea de que este comportamiento materialista es una respuesta a la carencia o inseguridad afectiva.

El deseo de adquirir y exhibir bienes puede interpretarse como una manera de validar el propio valor a través de la percepción ajena. En este sentido, el comentario de la participante sugiere una conexión con la jerarquía de necesidades de Maslow (1943), en la que las necesidades de pertenencia y amor se posicionan como fundamentales tras la satisfacción de las

necesidades básicas de seguridad. De acuerdo con esta teoría, una vez asegurada la estabilidad física, las personas tienden a buscar aceptación y afecto. La participante parece insinuar que el consumo y la exhibición de bienes son expresiones modernas de esta búsqueda de conexión emocional.

El análisis también resuena con la crítica de Bauman (2007) sobre la sociedad de consumo, donde la identidad del individuo a menudo se define a través de lo que posee y exhibe, perpetuando la noción de que el consumo puede suplir la conexión emocional genuina. De este modo, la obsesión por poseer puede ser vista como una búsqueda de amor y pertenencia, aunque a menudo es indicativa de una insatisfacción más profunda.

### 6.2.3.3 Crianza y experiencias personales

La participante 4, quien ha ofrecido diversas interpretaciones sobre los factores que influyen en la positividad, aporta una visión interesante sobre el papel de la crianza en el desarrollo de una actitud positiva:

*Mi mamá es mi mejor amiga. Entonces, siempre que me va a regañar, claro que me regaña, pero me dice: 'Mira, yo sé que, para la conciencia que tienes en este momento, hiciste eso por lo que sabes. Pero como mamá, sí te tengo que regañar porque lo hiciste mal.' O sea, ella no es de pegar, ¡noooo, nunca! Ella me explica las cosas y me dice: 'Mira, a la próxima lo puedes hacer así.' Siento que es por eso, por la educación que me dio, porque mi mamá me crió así. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

Aquí se resalta cómo una educación basada en la empatía y la resolución de conflictos puede ayudar a los individuos a enfrentar desafíos emocionales de manera más saludable. Este Participante describe la influencia positiva de su madre en su desarrollo emocional y en su manera de enfrentar los desafíos, destacando cómo su madre adopta un estilo de crianza basado en la empatía y la comunicación. Este enfoque comprensivo y explicativo contrasta con estilos de crianza más autoritarios. El participante resalta que, aunque su madre reprueba ciertas conductas, lo hace de una manera que ofrece explicaciones en lugar de castigos físicos, enfatizando: “¡Noooo, nunca!”, al referirse a los castigos físicos. Además, la madre ofrece alternativas para el futuro, lo que permite al participante aprender de sus errores en un ambiente afectuoso: “Ella me

*explica las cosas y me dice: 'Mira, a la próxima lo puedes hacer así'". Este aspecto de la crianza, que enfatiza el entendimiento y el aprendizaje, parece ser fundamental en el desarrollo de su actitud positiva y resiliente, como él mismo concluye: "Siento que es por eso, por la educación que me dio, porque mi mamá me crió así".*

Este enfoque materno parece haber generado en el participante una habilidad para abordar los problemas con una mentalidad flexible y resolutiva, sin caer en la evitación de emociones difíciles o en la negación de la realidad de los problemas. Así, se resalta cómo una crianza basada en la comprensión y el apoyo puede promover un desarrollo emocional saludable, alejado de la superficialidad que a menudo se asocia con el positivismo extremo.

Rose (1990), describe cómo los saberes psicológicos han permeado las prácticas cotidianas de crianza. En su relato, el participante muestra cómo su madre incorpora conceptos de empatía y resolución de conflictos al educarlo, elementos que forman parte de una psicologización de la vida cotidiana. Este enfoque materno, que evita el castigo físico y se centra en el diálogo y la comprensión emocional, demuestra cómo los principios psicológicos se aplican en la familia para favorecer un desarrollo emocional saludable. Este enfoque contrasta con algo que hemos mencionado antes: el construccionismo psicológico criticado por Béjar (2011), ya que no reduce el desarrollo emocional a una simple cuestión de actitud individual, sino que reconoce la importancia del vínculo madre-hijo y el proceso gradual de aprendizaje emocional, como se evidencia cuando el participante menciona que su madre *"siente la emoción, la analiza y la resuelve"*, mostrando un proceso reflexivo que va más allá de la mera prescripción de pensamiento positivo.

Al respecto, el Participante 1 ofrece una perspectiva crítica sobre las limitaciones de la positividad tóxica, señalando que, aunque existen múltiples factores que pueden llevar a las personas a adoptar esta postura, no siempre resulta efectiva:

*Aunque te bombardeen con esa idea de que no hay excusas, que es la actitud que le pongas a la vida, hay situaciones que son más grandes que nosotros, independientemente de la actitud que tengamos. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

Este testimonio destaca que, aunque se promueva insistentemente la idea de que una actitud positiva puede superar cualquier adversidad, hay realidades que sobrepasan el control individual. Esto muestra una resistencia a la noción simplista de la positividad extrema, evidenciando una visión más realista de la vida. En lugar de creer que todos los problemas pueden superarse con optimismo, el participante subraya que ciertas dificultades pueden ser abrumadoras y no dependen únicamente de la actitud personal. Este punto de vista también apunta a un cuestionamiento sobre la idea de la autosuficiencia emocional y la capacidad de control total sobre el entorno, sugiriendo una postura crítica frente a la positividad tóxica, que puede presionar a las personas a ignorar o minimizar las dificultades.

Asimismo, el Participante 1 profundiza en la idea de que la actitud positiva no siempre se correlaciona con los eventos de la vida: *“Hay situaciones que se escapan de uno. Mi idea es que, a lo largo de la semana o del día a día, te pasan cosas buenas y malas, pero no siento que eso esté ligado a la actitud”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1). Esta observación resalta la desconexión entre la narrativa de la positividad tóxica y la realidad de las experiencias cotidianas. El participante reconoce que los eventos positivos y negativos ocurren independientemente de la actitud que uno mantenga, lo cual contradice la idea de que una actitud positiva garantiza resultados positivos, como mencionó la participante 4 al hablar de la creencia en la ley de la atracción. Esta perspectiva se alinea con enfoques más realistas de la psicología, como la Terapia de Aceptación y Compromiso (ACT), que enfatiza la importancia de aceptar tanto las experiencias positivas como las negativas en lugar de mantener una positividad constante (Hayes., 1999). Igualmente, la postura del participante encuentra eco en el enfoque de “realismo crítico” de Margaret Archer (1995), quien sugiere que la estructura social y las circunstancias de vida limitan la capacidad de los individuos para influir en su propio bienestar solo a través de su actitud.

En este apartado se analizaron los diversos factores que influyen en la adopción de la positividad, encontrando que estos son multifacéticos y complejos. Se identificó que el entorno socioeconómico y los recursos emocionales juegan un papel fundamental, donde los ambientes más privilegiados pueden proporcionar mejores herramientas para el manejo emocional, aunque también pueden generar una desconexión con las realidades de otros. Asimismo, se encontró que



la presión social por mantener una actitud de gratitud constante puede llevar a la invalidación de emociones negativas, especialmente en redes sociales, donde se promueve una narrativa de felicidad continua. La crianza y el entorno familiar emergieron como factores cruciales, donde una educación basada en la empatía y la comunicación puede promover un desarrollo emocional más saludable. Se identificó, además, que la búsqueda de aceptación social y amor subyace a muchos comportamientos de exhibición de positividad, especialmente en redes sociales. Finalmente, se encontró una perspectiva crítica que reconoce las limitaciones de la positividad tóxica, señalando que hay situaciones que escapan al control individual y que la actitud positiva no necesariamente determina los resultados en la vida, cuestionando así la eficacia y validez de mantener una postura de positividad constante.

El análisis integral de la percepción, manifestación y factores de influencia de la positividad tóxica revela un panorama complejo donde convergen elementos sociales, culturales, económicos y psicológicos. Los hallazgos demuestran una evolución en la comprensión social de la positividad, transitando desde una aceptación acrítica hacia un cuestionamiento más profundo de sus implicaciones, evidenciando una tensión constante entre la presión social por mantener una actitud positiva y la necesidad fundamental de autenticidad emocional.

La investigación muestra que los mensajes positivos, aunque pueden funcionar como herramientas de resiliencia, frecuentemente operan como rituales sociales superficiales que pueden invalidar experiencias emocionales genuinas. Esta dinámica se ve amplificada por factores socioeconómicos, la influencia de las redes sociales y los patrones de crianza, que en conjunto moldean cómo los individuos perciben y manifiestan la positividad en sus vidas.

Particularmente significativo es el surgimiento de una conciencia crítica, especialmente entre las generaciones más jóvenes, que cuestiona la imposición de una felicidad constante y aboga por un enfoque más equilibrado en el manejo emocional. Esta perspectiva reconoce que la positividad tóxica puede funcionar como un mecanismo de defensa ante el trauma o como una respuesta a la presión social, pero cuestiona su efectividad como estrategia de bienestar emocional a largo plazo.

### 6.3 Impacto de la positividad tóxica en la salud mental y el Bienestar

Después de conocer el modo en que los participantes se involucran en el fenómeno de la positividad tóxica desde el medio digital y tener un acercamiento a cómo se percibe desde diversos puntos de vista se puede tener un panorama amplio de la manera general en que los individuos implicados en la investigación lo entienden. El presente apartado tiene como objetivo presentar las consecuencias que trae consigo la positividad tóxica en la salud mental, involucrando el papel de las emociones y la expectativa social como factores determinantes en su efecto final.

#### 6.3.1 Efectos de la positividad tóxica en la salud mental

Los participantes resaltaron una relación directa entre salud mental y positividad tóxica tanto en el ámbito de las redes sociales como en la vida diaria cotidiana, donde se logra reflejar el impacto positivo y negativo que puede tener el contenido digital compartido globalmente. Una de las tendencias principales fue señalar esta relación hacia el lado negativo, principalmente problemas de salud mental como estrés, insuficiencia, culpabilidad y depresión. La participante 3 lo expresó así:

*Eso puede desencadenar problemas psicológicos, puede desencadenar estrés por tanta cosa que hay tanto en el mundo como por disfrutar que de pronto a veces uno no se siente bien con nada porque hay tanto para consumir que uno dice, bueno, pruebo de eso, no me siento bien, pruebo de lo otro, tampoco me siento bien, entonces son como tantas cosas así juntas que uno dice, no, entonces pues, más que todo como yo pienso que en nuestras zonas mentales. Como en sentirse culpable, en no sentirse suficiente, en como querer agradar a todos, pero lo principal es como querer agradar a uno, pero al querer agradar a todos uno está como que haciendo las cosas al revés. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante nos muestra de manera clara el efecto que puede causar el estar expuesto a una sobrecarga de opciones, que en última instancia conduce a la inhibición propia deseada y se dirige a seguir la tendencia o estándar predeterminado, al ver que una cantidad considerable de personas se acogen a una tendencia, más acentuado en el caso de que sean cercanas, se prioriza la

aprobación externa sobre la satisfacción personal. Se identifica un patrón de búsqueda constante de satisfacción externa que puede llevar a un bucle de insatisfacción, debido al flujo e interacción rápida de información en redes sociales que diariamente promueve e incentiva ciertos modelos a seguir, lo que a su vez lleva a sentimientos de culpabilidad e insuficiencia debido a la comparación social y las expectativas internalizadas en la persona.

Uno de los temas más mencionados fue el desarrollo de problemas de salud mental debido a la comparación con las realidades modificadas que se muestran en redes sociales creadas por las mismas redes y la cultura de consumo, lo que crea un estándar determinado de cómo deberían ser, verse o funcionar las cosas. Es común encontrarse con versiones idealizadas en redes sociales, el participante 1 lo expresa de la siguiente manera:

*Cuando entro por ejemplo a las redes sociales, yo me encuentro con muchas realidades alteradas (...) entonces, pues, se pueden generar muchos trastornos de depresión y eso con estas realidades alteradas, porque es lo que genera las redes sociales en ese lado del positivismo, en ese lado. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

La comparación hace parte del día a día en las redes sociales y en las situaciones de la vida cotidiana, en el ámbito digital principalmente se presenta de forma masiva instaurando modelos insostenibles en el tiempo, con los que las personas interactúan y tratan de encontrar un equilibrio, pero que con el tiempo lo que se desarrolla son pensamientos y sentimientos negativos que llevan al aislamiento, ansiedad y depresión, también puede desencadenar una profunda sensación de inadecuación, llevando a los individuos a sentir que nunca alcanzan los estándares de éxito, felicidad o realización personal que perciben en los demás.

En el mundo digital es normal encontrar personas promocionando marcas, recomendando productos o divulgando cierto tipo de discursos, lo que conlleva que los espectadores y consumidores se identifiquen y sigan esa tendencia, creando una necesidad de parecerse o ser igual, sea comprando o adaptando comportamientos. Al respecto la participante 2 dice “*entonces sí, si yo no tengo esa ropa, entonces yo no, no valgo. O no encajo en la sociedad*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), aquí se introduce la necesidad de pertenencia de los seres humanos, este análisis está en concordancia con lo que dice Baumeister (1995) quien menciona que el ser humano posee un impulso profundo y esencial de conexión social, la

aspiración de crear y conservar un conjunto básico de relaciones interpersonales estables, enriquecedoras y llenas de sentido es una característica que comparten prácticamente todos los individuos, independientemente de su contexto cultural o personal, además dice que su ausencia puede tener consecuencias significativas para el bienestar individual.

Como resultado de la imposibilidad de estar y verse cerca a las imágenes proyectadas en redes sociales las personas creen que el problema son ellos mismos. El participante 1 lo detalla de la siguiente forma:

*Por el lado de que yo veo, pues, a ver como hombre, por ejemplo, los ideales que me inculcan, que le inculcan a uno como hombre en la casa son como de que el poder y todas esas cosas, entonces claro, uno entra en las redes sociales y uno ve que todo el mundo es súper musculoso, que todo el mundo tiene un carro deportivo, que todo el mundo vive en el poblado etc. Los niveles, eso que transmiten, eso es superioridad, ese poder, eso que nos inculcan y uno dice pero yo soy flaco, pero yo no tengo un trabajo que me de tanta plata, yo no puedo darme estas comodidades, yo no me puedo ver así, en eso no me puedo ver así, y claro yo me deprimó, porque entonces yo digo, pues, pero es que si yo todo lo que veo de gente así pues yo siento que lo único que no es así soy yo, qué está pasando, el problema soy yo. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

El participante nos ofrece una perspectiva valiosa sobre los estereotipos de género y las representaciones en las redes sociales que afectan directamente en la autopercepción y la salud mental, mencionando como las redes sociales exageran los estereotipos aceptados socialmente sobre los roles de género y el aspecto físico generando una distorsión de la percepción de la realidad, se evidencia también que la presión no solo es física sino también socioeconómica, además el estar expuesto a contenido repetido de vidas alteradas forja la idea de que las otras personas tienen vidas mejores, lo que se convierte en un objetivo para la persona si se alinea con sus ambiciones. Cuando el participante dice “*el problema soy yo*” se observa claramente la internalización de estándares externos irreales, contribuyendo al desarrollo de la depresión o ansiedad debido al no sentirse identificado con lo expuesto en redes.

Engeln (2017) expone que las plataformas de redes sociales han generado un entorno donde nos encontramos continuamente expuestos a representaciones alteradas y embellecidas de

la realidad, este fenómeno no solo altera nuestra comprensión de lo que se considera normal o posible en cuanto a la apariencia física, sino que también genera una presión incesante por mostrar una imagen idealizada de nuestras propias experiencias vitales. Como consecuencia, nos encontramos ante una generación que invierte una cantidad desmedida de sus recursos temporales, energéticos y emocionales en el intento de alcanzar estándares que son, en esencia, ficticios e inalcanzables. El problema en última instancia es que no se pueden alcanzar, lo que lleva a las personas a desarrollar problemas de salud mental que comienza desde la visualización de un vídeo o una imagen irreal a conflictos con su familia o en su lugar de trabajo, terminando en la evolución de diagnóstico de depresión, baja autoestima, ansiedad, trastornos de conducta alimentaria, entre otros.

En las redes sociales la información se desplaza mucho más rápido de un lugar a otro, esto junto con la necesidad de pertenencia explicada anteriormente lleva a las personas a seguir de manera casi automática la tendencia propuesta en las redes, desde comprar un producto hasta tener una actitud determinada, la última se expone de manera muy clara con lo expresado por la participante 2:

*Si todo el mundo está feliz en Instagram y todo el mundo está feliz en las redes sociales, ¿por qué tengo que estar triste? Qué mal que yo esté triste y todo el mundo esté feliz (...) yo tengo que ser como los otros que están felices. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Aquí se relacionan los términos de felicidad y salud mental, donde se cree que si las personas son felices tienen una mejor vida. Respecto a esto la participante 2 dice “*es que la salud mental no tiene nada que ver con estar feliz. Es que... Es que yo digo que la felicidad está sobrevalorada*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), con esta declaración la participante desafía la noción popular de que la felicidad es un indicador directo de la salud mental, además lanza una crítica al imperativo de la felicidad, una obsesión impulsada principalmente por intereses comerciales y políticos. Toma relevancia la complejidad de la salud mental, que no puede reducirse a un solo estado emocional, lo que evidencia un reconocimiento y conciencia de las emociones y la capacidad de agencia.

Adicional a la anterior relación, está la tendencia a vincular la positividad con la felicidad, respecto a esto la participante 4 menciona que “*ser positivo no necesariamente quiere decir que usted esté feliz, pero si creo que cuando usted está feliz de una u otra forma es positivo*” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4), lo que implica una relación bidireccional en la que si bien la felicidad parece promover una actitud positiva, también se podría interpretar que mantener una actitud positiva podría favorecer estados de felicidad, se puede señalar también que la positividad es más bien una actitud o forma de ver el mundo, que no necesariamente depende de sentirse bien emocionalmente en un momento determinado. Por último, se sugiere que el estado emocional de la felicidad facilita una visión positiva de las cosas, probablemente porque la felicidad genera una sensación de bienestar que puede influir en cómo se percibe la realidad. La relación entre felicidad y positividad se abordará más adelante, en la cual se agudiza en problemas de salud mental.

La presión por mantener una actitud positiva en todo momento y la publicación específica de los mejores momentos o los considerados más felices, crean una tendencia en el que las personas publican solo este tipo de contenido, y en caso de no ser así se vuelve un objeto de burla, discriminación y aislamiento del entorno digital y social, que a largo promueve problemas de salud mental como culpabilidad y estrés. La participante 3 apoya lo anteriormente mencionado agregando:

*En mi lugar de prácticas me decían casi siempre, es que tienes que tener mejor actitud y había veces en las que yo iba muy cansada, estaba muy aburrida, estaba muy triste y no me daba como que para yo sonreírle a todo el mundo, entonces me decían, es que, “ay, es que usted es muy apática a veces”, “ella unas veces viene contenta y otras veces no tanto”, entonces yo me sentía como culpable por no estar contenta siempre. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante expone una situación que se presenta a menudo en el contexto social, la desaprobación de las emociones que se consideran negativas y la tendencia a suprimirlas, se infiere que las personas esperan una consistencia emocional todo el tiempo, pero eso es imposible debido a nuestra condición humana compleja. Ante una situación difícil la persona siente emociones intensas que expresar pero se encuentra con un conflicto entre las emociones que

siente y las que se supone debe mostrar, evidenciando una internalización de expectativas externas poco realistas, esta encrucijada termina en una incorrecta gestión de emociones que lleva a una experiencia no auténtica con el riesgo de fomentar problemas a nivel emocional y mental, particularmente esta situación ilustra de manera clara la falta de comprensión y reconocimiento de las necesidades de salud mental en el lugar de trabajo donde lo único que se espera es que la persona sea productiva.

En contraposición a lo expuesto, se menciona que adoptar una visión positiva puede reducir problemas de salud mental como la depresión, el participante 1 lo menciona de la siguiente manera “*si yo aprendo a ver las situaciones que estén en mi vida de una manera positiva, pues, va a ser más difícil, tal vez, que yo me llegué a deprimir por esas cosas*” (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1), este relato resalta que si se cambia la forma en que se interpretan las situaciones se pueden alterar las respuestas emocionales. De este modo cuando las personas ven las adversidades de manera positiva pueden aumentar su capacidad de resolución desplegando sus recursos internos y externos que pueden adaptar de manera más fácil que siendo una situación interpretada negativamente. Si bien ver las situaciones difíciles y la vida en general desde un punto de vista positiva puede traer beneficios y contribuir a mejorar el bienestar se está dejando de lado varios aspectos fuera como el riesgo de caer en la positividad tóxica, el no tener en cuenta que la salud mental es multifactorial y con el solo cambio de pensamiento nos basta, y la falta de reconocimiento de las emociones consideradas negativas, ya que también tienen funciones adaptativas.

### ***6.3.2 Distorsión de la percepción del bienestar y expectativas sociales***

Uno de los aspectos a resaltar en los relatos es la distorsión del concepto de bienestar debido al consumismo y la apariencia externa, prevalece el tener sobre el ser cuando se trata de estar bien, la participante 3 lo expresó así:

*Uno va y consigue algo, le toma la foto, y la gente cree que uno está bien. A veces las personas invalidan eso, diciendo ¿Cómo va a estar mal si está comprando, viajando, comiendo o haciendo tal cosa? y cuando uno les dice que está mal, responden: Pero ¿cómo vas a estar mal si tienes todo? Pasa mucho eso. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

Esta participante pone en evidencia el complejo tema de la percepción de la felicidad y el bienestar en las redes sociales, se sugiere que las personas comparten momentos específicos a través de fotos, posts o *reels* creando una imagen de bienestar, también se pone de relieve la tendencia de que los logros materiales o las experiencias en determinados sitios o con determinadas personas son equivalentes a tener bienestar o estar feliz, esta tendencia está acompañada por la invalidación y cuestionamiento de los sentimientos hacia las personas que poseen todo esto y no se sienten felices. Se puede inferir que la participante comprende el concepto de bienestar más allá de logros externos o materiales, pero que en el ámbito digital es usual tener expectativas sobre lo que es o no es la felicidad e incluso estandarizando que ciertas experiencias o posesiones deberían garantizar la felicidad ejerciendo presión sobre el resto de las personas.

La participante 2 apoya lo anterior diciendo “*Es que hay que conseguir eso para uno estar bien*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), esto implica que la persona toma el tener cosas materiales como un mandato o una obligación que se valida en las redes sociales, a su vez vincula la felicidad y el bienestar como algo externo y no como un estado más internalizado e individualizado. Si se analiza de manera más profunda la participante alude un sentimiento de estar incompleta al no tener posesiones, poniendo en duda incluso su propia condición de ser humana, amplía su punto de vista diciendo:

*Por ejemplo, tuve un tiempo en el que sí pensaba que uno tenía que ser como un tiburón, que tenía que conseguir de todo y ser de todo. Porque si no, entonces yo no era una ganadora. Y si no era una ganadora, ¿qué era en el mundo? Si no tenía todas esas cosas, entonces yo no era yo, no era la persona que soy. Porque si no tenía lo que ellos tenían, ¿entonces quién era? (Comunicación personal, 11 de junio 2024, P2)*

La participante conecta de una manera profunda la identidad personal con el éxito en el contexto de una sociedad en constante competencia, menciona la renombrada *mentalidad de tiburón* que comúnmente se asocia con agresividad y competitividad en el mundo de los negocios. Esto muestra la conexión intrínseca entre el valor personal y los logros externos de manera bidireccional sugiriendo a su vez una relación con el éxito, que generalmente se asocia a lo que consigues, a la construcción de un nombre y a dónde puede llegar una persona,



planteándose como un ideal. En caso de que la persona no tenga acceso a estas posesiones materiales entra en un conflicto existencial, pues no tener significa no ser, generado por una internalización externa de normas sociales derivada de la comparación social, esta reflexión coincide con lo dicho por Fromm (1976) "Si yo soy lo que tengo y si lo que tengo se pierde, entonces ¿quién soy? Nadie sino un testimonio frustrado, contradictorio, patético de una falsa manera de vivir" (p. 91).

Tanto en el medio digital como en el entorno social cotidiano existe una presión por estar en sincronía con las demandas sociales, una de esas demandas es el imperativo de la felicidad, en el cual no importa lo que pase, se debe tener una actitud positiva y una apertura siempre a estar feliz y sacarle provecho a cada situación, en las historias y publicaciones diarias de las redes sociales las personas expresan su felicidad por medio de adquisiciones materiales principalmente e invitan a las demás personas a adquirirlas porque probablemente también estarán felices, respecto a esto la participante 2 dice:

*Si no te compras esto, no vas a ser feliz. Si no tienes esto, mejor dicho, ¿qué estás haciendo con tu vida? Si no te ves así, ¿qué estás haciendo con tu vida? Si no comes súper saludable, ¿qué estás haciendo con tu vida? Si no has ido a ese restaurante... Entonces uno está corriendo detrás de eso, detrás de: 'No, es que dijeron que hay que ir a ese restaurante para ser feliz' o 'es que dijeron que tengo que comprarme esto para estar bien'. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Se puede apreciar en este relato, en primer lugar, que las personas asocian la felicidad con posesiones materiales, como si la felicidad dependiera de tener o hacer cierto tipo de cosas y comportamientos; en segundo lugar, el juicio social constante al que se exponen las personas por sus decisiones; en tercer lugar, la presión por ajustarse a estándares de belleza, moda y estilos de vida que se presentan como mandatos sociales, en cuarto lugar el esfuerzo constante y agotador que se realiza por alcanzar los estándares establecidos como si fuera una carrera por un premio y en quinto lugar los introyectos, entendidos como ideas externas o impuestas por el entorno que, al oírlas repetidamente, las hacemos nuestras sin cuestionarlas, ya que reconocemos que seguirlas nos puede traer ciertos beneficios. Este proceso de comparación y adaptación constante puede llevar a lo que De Botton (2004) denomina "ansiedad de estatus digital", la exposición continua a

imágenes seleccionadas de las vidas de los demás, con sus cuerpos modificados y experiencias idealizadas, incrementa la presión por ajustarse a estos estándares, los usuarios pueden experimentar una sensación de insuficiencia o inferioridad al compararse con representaciones que, aunque son artificiales, se presentan como reales. Esta ansiedad de estatus digital no solo afecta la autopercepción, sino que también puede llevar a una búsqueda continua de validación y aceptación en línea, donde las normas estéticas y sociales son inalcanzables para la mayoría.

El resultado de la búsqueda de la felicidad según lo promulgado en redes sociales termina en un ciclo interminable de insatisfacción debido a que siempre se irá tras algo que otros dijeron sin tener en cuenta la dimensión personal, además de lo anterior se puede concluir que se puede llegar a perder autenticidad y autonomía al querer cumplir las expectativas sociales, en este caso la participante muestra una posición crítica frente a las normas sociales. La reflexión del participante destaca el impacto que puede tener esta presión social en el bienestar personal, ya que fomenta la autoexigencia y el ocultamiento de las emociones reales. Es decir, obliga a las personas a proyectar una imagen de bienestar que no siempre corresponde con su estado interior, lo que puede resultar en una desconexión entre lo que sienten y lo que se ven obligados a mostrar al mundo. Esta *asincronía emocional*, a su vez, puede generar sentimientos de frustración o insuficiencia, ya que quienes no logran mantenerse en ese estado de felicidad constante podrían sentirse inadecuados o fallidos.

El consumismo se presenta como la panacea para todos los problemas, esto apoyado por el sesgo a emociones consideradas negativas logra socialmente un incremento e intensificación de los problemas de salud mental ofreciendo soluciones superficiales a problemas más profundos. La relación que se establece entre felicidad y posesiones materiales viene de un modelo de consumo que sobrepone el tener sobre el ser dejando entre líneas un mensaje que dice que si tienes cosas materiales puedes ser feliz, respecto a esto Lipovetsky (2007) dice que el consumismo actúa como un poderoso sistema de atracción, ofreciendo la ilusión de una felicidad inmediata y accesible para todos, como si fuera un derecho universal en una sociedad democrática. No obstante, esta oferta encierra una contradicción fundamental, a medida que las personas consumen más, en lugar de alcanzar la satisfacción prometida, experimentan un aumento en sus niveles de insatisfacción y un deseo cada vez mayor de adquirir más cosas. Así,

el consumo, en lugar de cumplir su promesa de felicidad, genera un ciclo interminable de deseo y frustración.

La acumulación de bienes y el acceso a privilegios están fuertemente asociados con el estatus social, mientras tu estatus sea más alto es más probable que tengas acceso a cierto tipo de objetos o experiencias, en el ámbito académico y laboral se acentúa mucho más esta diferencia a nivel social, el participante 1 lo expresa de la siguiente manera:

*Tengo que sacar un puntaje súper alto en el colegio, y después, sacar notas súper altas en la universidad. O me siento mal porque mandé cinco hojas de vida y me llamaron de una cafetería, pero yo estoy estudiando para ser profesor, ¿cómo voy a estar en una cafetería? Veo eso, que la mayoría de mi entorno social se preocupa mucho por esas cosas. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

El participante hace visible una preocupación a nivel social que está muy arraigada en la sociedad actual, donde es mucho más importante lo que tienes o puedes ofrecer a lo que seas como persona, cosas como el lugar donde trabajas, el salario que ganas, el lugar donde vives o la ropa que vistes mide a nivel social tu valor como persona. Esto impacta directamente la autoestima y pone una presión constante por estar en un nivel más avanzado con el fin de cumplir expectativas sociales, también pone en evidencia la clara disonancia entre la formación académica y las oportunidades laborales disponibles en este país, donde predomina la frustración y la baja autoestima ante un panorama desigual que puede terminar en el desarrollo de problemas de salud mental.

En la sociedad contemporánea si tienes ciertos privilegios es más probable que las personas a tu alrededor te perciban como alguien a quien admirar y seguir tu ejemplo, te convierte en una persona a la que las personas se quieren acercar e incluso una persona a la que se le permite ser y hacer de manera poco restringida, el tener privilegios te permite estar en un nivel más alto que el resto, lo que cambia radicalmente el trato ofrecido, la participante 2 lo expresa así:

*Fue impresionante el cambio que tuvo la gente conmigo. O sea, era una cosa de locos. Si uno se pone a verlo, era de locos. Había cosas a las que nunca me invitaban y de repente*

*empezaron a invitarme: reuniones, cosas, lugares. Entonces, yo digo que en realidad es un cambio tan grande que es imposible no verlo. Y por eso la gente se obsesiona con tener más, porque entre más tengas, mejor te van a tratar, más te van a incluir, más te van a querer. Mi conclusión es que al final, todo lo que queremos es ser amados. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

La participante expresa su asombro por los comportamientos y las atenciones que las personas adoptan con ella cuando poseía ciertos objetos, como el celular, agrega diciendo:

*Tú sacas tu celular, medio lo muestras y cambia “por la marca”. Es inmediato el hecho de que la persona cambia su actitud, cómo te está atendiendo, a cómo voy vestida, si voy bien vestida me tratan diferente a si voy mal vestida. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Esto denota un cambio notable en el trato por el estatus material abriendo puertas sociales que antes estaban cerradas, pone en descubierto el ciclo del materialismo en el que las personas quieren ser personas con privilegios para poder ser incluidas, valoradas, mejor tratadas y queridas reforzando la necesidad de acumular cada vez más, es una relación directa entre posesión y aceptación social, filtrando el trato bajo las posesiones y acceso a privilegios que tienes. Esto también lleva a la reflexión sobre la superficialidad de las relaciones sociales, las cuales se basan en el interés más que en la intención de establecer conexiones genuinas, además aquí se pone sobre la mesa ese deseo básico de ser amados y aceptados, que con el fin de lograrlo se hace lo posible sin importar que el costo sea no ser auténtico.

La participante 3 ofrece una perspectiva que engloba la dimensión psicológica implícita en el consumismo, principalmente se destaca el papel de las emociones en la decisión de comprar y conseguir bienes materiales, dice:

*También, por el afán de no sentir, tratamos de quitar las emociones negativas. Entonces creemos que, con el consumismo, como comprando ropa, comida, o cosas, eso va a mitigar el dolor o el vacío que uno tiene en ese momento. Y no necesariamente es así. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

En esta cita ofrece una perspectiva crítica sobre el consumismo como mecanismo de evitación emocional, sugiriendo un deseo de suprimir y escapar de emociones y situaciones incómodas a través de la adquisición de bienes materiales. La participante indica la tendencia a ver ciertas emociones como desagradables o problemáticas lo que las hace más propensas a ser evitadas, las personas que compran y acumulan cosas creen que esta acción les dará el alivio emocional que necesitan, pero no lo consiguen, lo único que logran es evitar y poner su atención en algo más de manera temporal, porque la única forma de encontrar alivio es gestionando la emoción. La palabra “vacío” manifiesta una búsqueda más profunda de significado y propósito que no encuentra saciedad con cosas materiales, las personas recurren a comportamientos externos como las compras para gestionar estados internos como las emociones, esto contribuye a la acumulación de cosas, ya que nunca va se va a poder gestionar una emoción pero en cambio sí se van a tener muchos objetos materiales que sirven como recordatorio de la desafortunada búsqueda de sentido alimentada por la gratificación inmediata de la compra.

Respecto a esto Kasser (2002) dice que cuando las personas internalizan la creencia de que la adquisición de riqueza y posesiones materiales es parte central para su felicidad y definición de tener una buena vida, tienden a experimentar numerosas consecuencias negativas sociales y psicológicas, incluyendo ansiedad, depresión, baja autoestima y menos experiencias de emociones placenteras en la vida cotidiana. Esto contradice los mensajes publicitados en redes sociales que dicen que tener más equivale a sentirse mejor, la acumulación de bienes es una vía falsa a la felicidad y el bienestar.

La expectativa social está presente en la mayoría de aspectos de la vida cotidiana, el imperativo de la felicidad es una de las cuales se hace evidente en el lugar de trabajo, el hogar, los sitios públicos y las conversaciones, las personas que se exponen diariamente a tener que cumplir la expectativa de ser feliz y estar bien tienen un punto de quiebre que se puede ilustrar en las palabras de la participante 3:

*Llega un punto en el que tienes que estar bien siempre, y ya uno no se siente capaz de cumplir con esa expectativa. Es como decirle a un ser humano: 'No, quítate todas tus otras emociones y solo piensa en estar bien', y eso es imposible, es inhumano. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

En sus palabras se puede percibir que reconoce la naturaleza irreal e inalcanzable de la expectativa de estar bien todo el tiempo, es imposible tener un estado emocional positivo todo el tiempo, esto sugiere el agotamiento que conlleva mantener una fachada permanente, esto es una crítica directa al positivismo tóxico, la persona siempre queda en la línea divisoria entre lo que la sociedad espera y lo que es humanamente posible o saludable. A parte de esto el seguir esta expectativa niega la naturaleza compleja y multifacética de las emociones humanas reduciéndolas solo a unas pocas, se puede inferir que la participante comprende que todas las emociones son válidas y necesarias, no sólo las consideradas positivas.

El bienestar involucra una serie de factores a nivel social, económico, psicológico y personal, que interrelacionados dan como resultado un óptimo desarrollo de la persona movilizandolos recursos y habilidades que lo llevan a reconocerse y poder afrontar de manera más adecuada las situaciones que se presentan en el día a día. Asimismo, la teoría de la autodeterminación (Deci y Ryan, 2000) destaca la necesidad de satisfacer las necesidades psicológicas básicas de autonomía, competencia y relación para lograr un mayor bienestar. La positividad tóxica puede interpretarse como una restricción a la autonomía y la libre expresión de las personas, lo cual puede frustrar estas necesidades y afectar su bienestar. Pero hemos visto hasta ahora que se ha relacionado el término bienestar con estatus material, estado de felicidad entendido como estar bien y seguir la expectativa social, queda muy claro que la percepción de bienestar expuesta por los participantes se encuentra distorsionada por factores externos o, dicho de otra manera, el término está malinterpretado en términos sociales dominando con más fuerza la capa externa que la capa interna.

Para concluir, se pudo evidenciar a través de los diferentes relatos la importancia que toma en la vida cotidiana la expectativa social y la necesidad de tener un estatus material como equivalentes a éxito y bienestar, distorsionando completamente el concepto, lo que lleva a alternativas inadecuadas e ineficientes a la hora de gestionar las emociones y situaciones cotidianas, también se analizó el alcance de la influencia social a través de la comparación, el cual impulsa un modelo de consumo y contribuye al desarrollo de problemas de salud mental. Se puede decir que tanto en el consumismo como en la expectativa social del imperativo de la felicidad hay un tema en común: la evitación de emociones que se consideran negativas o perjudiciales, este tema será ampliado en el siguiente apartado, en el que también se abordará

cómo la positividad tóxica afecta la manera en que las personas gestionan sus emociones, se destaca la importancia de permitir la expresión completa de todas las emociones y las consecuencias de suprimirlas.

### **6.3.3 *Expresión y gestión de emociones***

Las emociones son un componente central de nuestro universo psicológico y nuestra relación en general con las situaciones que se presentan. Uno de los temas más recurrentes en el análisis del discurso de los participantes fue el rechazo y predisposición hacia las emociones que se consideran negativas por parte de la sociedad, principalmente la tristeza. La participante 2 dice al respecto que *“estamos en una sociedad donde no te permiten estar triste y donde está mal sentirte mal”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), en este fragmento la participante hace una crítica sobre expectativas emocionales presentes en la sociedad contemporánea, habla sobre la invalidación de las experiencias emocionales que son consideradas inapropiadas como lo es la tristeza o la ira, sugiere una presión social para adherirse a ciertos estándares emocionales y señala una falta de espacios para la vulnerabilidad de manera abierta.

Además, destaca la estigmatización hacia las emociones consideradas negativas como inaceptables teniendo incluso un alcance a nivel individual de tomarse como un fracaso personal, se menciona la supresión de emociones como mecanismo social en lugar de la expresión y procesamiento saludable, por último, se alude al término de positividad debido a la presión social por mantener una apariencia constante de felicidad. Esta reflexión se alinea con lo dicho por Barbara Held (2002), que en su crítica a la positividad forzada argumenta que insistir en una actitud positiva constante puede llevar a una negación de las emociones negativas, lo que en última instancia resulta en una experiencia emocional incompleta o insatisfactoria.

El estigma hacia las emociones que se consideran como negativas tienen raíces sociales y culturales que vienen desde hace mucho tiempo según la perspectiva de uno de los participantes. El conocimiento que tenemos sobre las emociones y cómo gestionarlas las adquirimos desde pequeños empezando con la familia y luego terminamos de consolidar ese conocimiento a lo largo del ciclo vital en otros espacios como la escuela, la universidad y el lugar de trabajo, respecto a esto la participante 3 dice:

---

*Anteriormente yo también veía que, por ejemplo, así mismo con los niños, no los dejaban llorar ni siquiera porque ahí mismo ya les estaban dando comida, tetero, un montón de cosas y entonces el niño a veces, o sea, solamente quería llorar. Es como desde chiquitos que a uno le enseñan que llorar está mal, entonces la mamá le decía al niño si te pego y llorás te vuelvo a pegar más duro, desde muchos años atrás se han invalidado las emociones desde todos los ámbitos, la escuela, el trabajo, la familia. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante ofrece una opinión crítica sobre cómo la sociedad desde la temprana edad ha alentado y apoyado la supresión emocional, especialmente de las emociones consideradas negativas como la tristeza, el miedo y la ira, se señala cómo desde niños empezamos a relacionar ciertas emociones con algo negativo que tenemos que evitar, el rechazo a esas emociones se refuerza cuando recibimos un castigo o una consecuencia negativa al tratar de expresarlas, además sugiere que al estar inmerso en todas las instituciones sociales principales es un fenómeno generalizado y extendido a todas las personas y los comportamientos. Las primeras experiencias moldean nuestra relación con las emociones, al igual que lo aprendido en los primeros años de vida configuran nuestra forma de ver y actuar en el mundo, las implicaciones de no aprender a reconocer y gestionar las emociones son reforzados por patrones de crianza tradicionales que deja ver sus consecuencias a largo plazo.

El participante 1 nos muestra una de las razones principales por las que las personas prefieren no mostrarse vulnerables emocionalmente “*si yo estoy mal, cuando yo me siento mal, a mí me da mucha pereza que lleguen mis amigos y me digan que estoy triste porque me pasó esto, esto y esto*” (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1), se puede inferir de su relato un sentimiento de molestia e irritabilidad cuando se presenta esta situación, al ver que sus amigos lo que quieren es intentar explicar y racionalizar la tristeza le genera un sentimiento de frustración, lo que deriva en un rechazo al consuelo.

Las personas han interiorizado el discurso del rechazo a ciertas emociones consideradas negativas, las cuales no compartimos el hecho de clasificarlas como positivas o negativas, preferimos mejor nombrarlas cómodas o incómodas, la desaprobación por las emociones



incómodas se internaliza a tal punto de que está mal sentirlas y usan todo tipo de mecanismos para evitarlas, la participante 3 dice:

*Yo trato como de calmar eso inmediatamente, como de que estoy muy mal, entonces estoy mal y busco inmediatamente algo, tengo que salir a caminar, tengo que salir a trotar, tengo que leer un libro, tengo que escuchar música, tengo que ver una película, o sea, tengo que hacer algo en ese momento, es a veces, no es como siempre, pero sí cuando yo siento una tristeza muy profunda yo digo no, o sea, como que esto me va a desbordar tanto que yo inmediatamente tengo que hacer algo y a veces como yo sé que yo tengo los recursos entonces ahí mismo llamo como a alguien, entonces no me permito sentir el momento de tristeza sola a veces, sino que ahí mismo tengo que llamar a alguien o hacer algo. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante muestra una intermitencia en la forma de gestionar las emociones que puede evidenciar autoconciencia y conocimiento sobre la adecuada canalización de las emociones, expresa una necesidad inmediata de aliviar una emoción incómoda como la tristeza evitando el riesgo de que pueda escalar a un desborde emocional, enumera actividades que realiza como mecanismos de defensa que le sirven como distracción o evitación de la emoción, aunque también menciona el apoyo social como estrategia de afrontamiento. Además, se reconoce en su relato la consciencia de sus recursos internos para afrontar la emoción llevando a la reflexión de que si hay recursos se puede gestionar mejor las emociones lo que en caso contrario se dificulta un poco más. A parte de lo anterior, menciona que no se permite estar triste cuando se encuentra sola, también se puede identificar un patrón donde predomina la evitación emocional que sobre la experiencia directa de emociones incómodas. Como se ha dicho a lo largo del apartado la distracción o evitación proporciona un alivio a corto plazo, pero la mejor forma de afrontar las emociones incómodas es darse un espacio para sentirlas y procesarlas de manera adecuada.

Una de las distracciones que con frecuencia se utilizan para evadir las emociones y situaciones incómodas son las redes sociales que ofrecen una variedad de entretenimiento que incluye fotos, *reels*, posts, videos, historias, *chats*, entre otros. La cantidad de información visual que circula en redes sociales permite encontrar una afinidad con los gustos personales que incentiva la prolongación del tiempo empleado en redes sociales, la participante 3 dice al respecto

*“es a veces que tapo, en ocasiones, también con relación a las redes sociales, o sea, como que estoy aburrida entonces me pongo a ver videos de chistes y así, también es tratar de tapar la emoción en su momento”* (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3), se destaca que la participante reconoce que el uso de redes sociales es un mecanismo de evitación emocional, aunque también menciona que no es constante, lo utiliza en ocasiones, lo que evidencia una considerable autorreflexión y reconocimiento de sus patrones de comportamiento.

Se menciona el aburrimiento como emoción incómoda a la cual debe evitar y sirve como detonante para recurrir al uso de las redes sociales, también se puede identificar la búsqueda de contenido positivo que pueda elevar el estado de ánimo y evitar sentir aburrimiento, recurre a estímulos que puedan hacer contraparte en un intento de evitar y posteriormente cambiar su estado emocional. Al igual que las demás citas de los participantes se menciona comúnmente que hacia las emociones incómodas se presenta una respuesta inmediata, automática que se tiene tan interiorizada que al momento de aparecer una emoción incómoda actúa.

A pesar de coincidir los participantes en que se tienen unos estándares emocionales establecidos socialmente también han mencionado que estamos pasando por un cambio en la lectura de las emociones, impulsado por los medios de comunicación y la producción audiovisual se han venido entendiendo de otra forma las emociones, sus funciones y la forma de gestionarlas, siguiendo la misma línea la participante 3 dice *“ya pues por todo este boom de esa película intensamente ya como que las personas se han unido como, bueno, entonces las emociones son importantes, las emociones hay que vivirlas, todas son buenas, todas nos sirven”* (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3). La participante hace referencia a la película de Pixar intensamente estrenada en 2015, una película hecha para que los niños entendieran de una forma más dinámica y clara el papel de las emociones básicas en el día a día, pero que de manera general tuvo un impacto en todo tipo de público, tuvo una recepción favorable, luego se realizó una segunda entrega de la película en la que se incluyeron emociones secundarias. El lanzamiento de estas películas y series enfocadas en la salud mental muestran cómo los medios de entretenimiento se involucran y puede influir en la narrativa y comprensión de la salud mental y las emociones, reflejando una nueva apreciación y cambio a nivel colectivo que contribuye a una mayor consciencia y aceptación de las emociones, ya que es contenido que fácilmente puede llegar a las personas.

La promoción de las emociones a través de medios de entretenimiento bien encausados nos permite validar la idea de que es saludable experimentar y expresar emociones en lugar de suprimirlas, además permite la aceptación de todas las emociones cambiando la percepción de clasificarlas en malas o buenas por todas son necesarias e importantes, reconociendo la función de cada emoción en las situaciones diarias y la forma de gestionirlas, de forma general se puede percibir un cambio significativo en la percepción pública de las emociones. Este análisis se alinea con lo propuesto por Goleman (1995) sobre la inteligencia emocional, donde define la inteligencia emocional como un concepto multidimensional conformado por autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales, es un concepto que va más allá del coeficiente intelectual tradicional y que tiene un impacto fundamental en el éxito personal y profesional de un individuo, además se menciona que es una inteligencia que se puede aprender y que contribuye al bienestar emocional y mental, esto aporta a la comprensión de las emociones y su aceptación como parte integral de la experiencia humana.

De la misma forma que predomina la supresión de emociones incómodas, sobresale, como mandato social, la felicidad, el estar bien, la participante 2 dice *“nos han inculcado que no debemos ponernos tristes y que siempre debemos estar felices”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), expresa en sus palabras un proceso de socialización y adoctrinamiento cultural, en el que la tristeza es vista como emoción a evitar, representa una instrucción a patologizar la tristeza y mantener una apariencia constante de felicidad, la participante 3 apoya lo anterior diciendo que *“la positividad es como algo que le exigen a uno, como que, o sea, ay, tienes que ser positivo (...) es algo que impone la sociedad, pienso yo”* (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3). Se sugiere una percepción de positividad como imposición devenida de una presión externa, lo que limita la libertad de expresión emocional, como se ha venido desarrollando es un mandato irrealista e inalcanzable, que se puede interpretar como un mecanismo de control emocional, lo que da como resultado la *asincronía emocional* donde no corresponde lo que se siente con lo que se expresa. Esta reflexión coincide con lo que Ehrenreich (2009) describe como "la creencia de que es posible -e incluso obligatorio- ser feliz y optimista en todo momento" (p. 22). Según la autora, esta creencia no sólo conduce a una negación de la realidad, sino que también genera una represión de emociones fundamentales para el proceso de enfrentamiento y superación de las adversidades. La constante presión por proyectar felicidad y

éxito no deja espacio para la vulnerabilidad, lo que a largo plazo puede derivar en un agotamiento emocional o en la incapacidad de desarrollar una relación sana con las emociones más complejas, como el dolor o la tristeza.

Si la norma social dice que debemos estar felices las personas que integran su conjunto la siguen debido a la necesidad de pertenencia social y el rechazo a las consecuencias que implican no seguirla, la aceptación de la felicidad y estar bien se introyectan a tal forma que el primer impulso que se tiene es a promover la felicidad, lo que genera un rechazo a las personas que expresan su vulnerabilidad, la participante 2 lo expresa así *“ya usted no puede hablar con alguien sin que le diga, “no, pero ánimo, todo va a estar bien, agradece lo que tienes, al menos no sé que...”*”(Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Es evidente la crítica al positivismo tóxica y las frases de consuelo superficiales, frases predeterminadas que se dicen de manera automática para brindarle apoyo a las personas, que muchas veces se dicen sin ninguna intención negativa, pero que al contrastar con situaciones difíciles tiene un efecto negativo, estas frases y mensajes positivos se desarrollaron en apartados anteriores. Algunas de estas frases son problematizadas porque minimizan la profundidad del sufrimiento o la emoción y pretende resolver con una palabra algo complejo, es una respuesta superficial a una situación más profunda, que trae nuevamente a la discusión el estatus material al mencionar que debe agradecer lo que tiene, desviando la atención del problema real pasando la culpa a la persona. Generalmente estas frases aumentan la frustración y el sentimiento de incompreensión.

Como se ha hablado en los anteriores apartados, destacando los problemas de salud mental que se presentan, en este apartado se hace mucho más presente la aparición de estos, debido a la relación directa entre emociones y salud mental, uno de los primeros sentimientos que se presenta es la culpabilidad, la participante 2 lo expresa así *“es como si uno se tuviera que sentir mal por estar triste”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), se encuentra implícito el mandato social de la felicidad que a subes condena la expresión de emociones incómodas, implica invalidación de la experiencia emocional auténtica y un sentimiento de vergüenza por mostrarse naturalmente humano. Además. la culpa funciona como mecanismo de control social, todo esto potencia el desarrollo de mecanismos de afrontamiento desadaptativos descritos anteriormente, la participante 3 apoya esta idea diciendo:

*en mi lugar de prácticas me decían casi siempre, es que tienes que tener mejor actitud y había veces en las que yo iba muy cansada, estaba muy aburrida, estaba muy triste y no me daba como que para yo sonreírle a todo el mundo, entonces me decían, es que, ay, es que usted es muy apática a veces, ella unas veces viene contenta y otras veces no tanto, entonces yo me sentía como culpable por no estar contenta siempre. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante visibiliza en las dinámicas de presión emocional que se presentan en los entornos laborales, donde los trabajadores muchas veces se encuentran en constante *asincronía emocional* por las diferentes situaciones que se presentan, se evidencia una imposición de un estado emocional específico, en este caso un estado positivo o feliz, se desaprovechan las emociones incómodas y se etiqueta con adjetivos negativos a la persona por estar en sintonía con las emociones socialmente esperadas, es común que se exija una suerte de felicidad artificial. Este análisis se alinea con lo dicho por Illouz (2008) que dice que la sociedad actual ha transformado la felicidad en una obligación ineludible, más allá de simplemente experimentar bienestar, se nos exige alcanzar un estado de excelencia emocional permanente, donde debemos constantemente mejorar y elevar nuestra calidad de vida, pero curiosamente, esta presión por ser felices de manera constante y absoluta termina generando efectos contrarios como angustia y sentimientos de inadecuación, ya que la meta propuesta es inalcanzable. En esta cita podemos ver una transformación sociológica en la que no basta con sentirnos bien, sino que nos tenemos que sentir extraordinarios, generando unos estándares irreales que en lo único que terminan produciendo son sentimientos de inadecuación, agotamiento emocional, culpa y ansiedad, lo que también perpetúa la comparación permanente y la invisibilización del umbral complejo de las emociones.

Debido a la exposición a la exigencia de la felicidad se llega a un punto de quiebre que se mencionó de manera superficial en el apartado anterior principalmente como producto de las expectativas sociales. En este apartado se mencionan de manera más amplia las consecuencias psicológicas que esto conlleva, la represión como mecanismo de defensa acumula y acumula hasta llegar a un estallido emocional inevitable que contribuye en el desarrollo de patologías como depresión y ansiedad, la participante 2 concuerda con esto diciendo:

*Porque no están dejando al ser humano sentir. Y uno cuando no expresa sus emociones ni relata cómo realmente se siente, eso al final lo abrumba tanto a uno que uno explota. Por eso es que somos tan depresivos y ansiosos. Somos una de las generaciones más depresivas y ansiosas. Porque es que no te están dejando sentir. Simplemente te están diciendo que te mantengas feliz. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

La participante lanza una crítica y una especie de denuncia hacia los mecanismos sociales y culturales que estandarizan la experiencia humana, se reconoce que es un fenómeno colectivo que se extiende a una generación entera, además se normaliza la supresión emocional, censurando de manera tajante la vulnerabilidad, imponiendo un estado emocional “correcto” que se acepta socialmente. La reflexión que se nos ofrece es que la supresión emocional genera más sufrimiento, adicional se infiere en su relato su conciencia sobre la necesidad de permitir la expresión de emociones y rescatar la autenticidad y el derecho a sentir genuinamente. Esta percepción sobre el incremento de sufrimiento debido a la supresión emocional y la necesidad de enfocarse más en el bienestar propio se alinea con los hallazgos de Kristin Neff (2011) sobre la autocompasión, señala que "la supresión de emociones negativas puede llevar a un aumento del estrés psicológico y a una disminución del bienestar" (p. 81).

En lugar de suprimir emociones sesgadas negativamente, también propone un enfoque basado en la autocompasión, que implica la aceptación total de las emociones, reconociendo que los momentos de dolor y sufrimiento son parte integral de la experiencia humana. El bienestar, según el autor, no radica en evitar las emociones negativas, sino en aceptarlas y procesarlas con autocompasión y sin juicio. La participante 4 sigue la misma línea de interpretación diciendo “*porque si no lo siento, yo siento que es algo que se va a quedar ahí como reprimido, reprimido, reprimido, y se va a llenar como de otras cosas que reprima, y en algún momento estallan*” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4). En este relato persiste la idea de que como resultado de reprimir emociones se llega a un punto en el que es inevitable un estallido emocional, adicional se menciona que se pueden combinar las cosas reprimidas de diferentes categorías, de manera asociativa una emoción se junta con una situación y viceversa creando conexiones nuevas, esto puede tener como resultado el desarrollo de problemas de salud mental como depresión, baja autoestima, culpabilidad, ansiedad, somatizaciones, entre otros.

La supresión emocional actúa como una forma de tapar o evitar las emociones incómodas, la opción alternativa adecuada a este mecanismo es la gestión de emociones, respecto a esto la participante 3 dice: *“después una las tapa y después surgen con más fuerza, entonces, claro, si, o sea, por eso es importante saber que gestionar no es lo mismo que tapar”* (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3). La participante nos ofrece una distinción entre el término tapar y gestionar, presenta autoconciencia sobre las consecuencias que puede traer tapar o evitar las emociones expresando que mientras más tiempo se pase acumulando emociones es más probable que cuando suceda el estallido emocional surja con más fuerza. Se puede inferir que las emociones reprimidas si no se gestionan pueden reaparecer posiblemente de manera más intensa, ya que usualmente se opta por soluciones temporales y se puede obstaculizar la gestión de emociones a largo plazo. Como mensaje principal de la cita se puede subrayar que resolver una emoción o una situación significa abordarlo directamente y no simplemente esconderlo.

Los participantes indicaron tener conocimiento sobre la gestión de emociones, es un tema tan importante como conocer las emociones y sus funciones, ya que las acciones que se realicen antes, durante y después de sentir una emoción tendrán un impacto a corto y largo plazo en el comportamiento, se puede decir que socialmente debido a estigmas y desconocimiento no se tienen las herramientas para gestionar adecuadamente las emociones, la participante 3 dice:

*Porque de todas maneras no nos han enseñado cómo manejarlas, porque de pronto la tristeza puede desembocar en otras cosas, como hacerse daño a uno, o pues, puede desembocar en cosas negativas, entonces, por no saber cómo gestionarlas en el momento, por ejemplo, el enojo puede desencadenar en que yo le pegue a la otra persona o en que yo me haga daño también a mí misma, entonces como no sabemos gestionar en el momento yo creo que por eso las personas ven eso malo, porque las emociones son como muy impulsivas, yo hago algo y no me tomo el momento de pensar, de calmarme y eso es gestionar, es canalizar la emoción, entonces desde que estamos pequeños no nos han enseñado a canalizar esas emociones. Entonces, creo que por eso la sociedad trata como de invalidarlas tanto, porque no sabemos gestionar. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante hace una reflexión sobre cómo el poco conocimiento sobre la gestión de emociones incómodas da como resultado una invalidación de las mismas, explica cómo las emociones no gestionadas pueden llevar a consecuencias negativas como comportamientos destructivos tanto hacia nosotros mismos como hacia los demás. Se enfatiza en la idea de que socialmente no se han dado las herramientas para gestionar las emociones, hace especial mención de la emoción de ira, la cual debe ser bien gestionada porque por su naturaleza impulsiva es bien sabido que puede terminar en actos no pensados que luego se castigan socialmente y jurídicamente, también se menciona nuevamente la ausencia de estrategias de autorregulación desde la infancia. Además de esto, resalta que gestionar significa tomarse un momento para pensar, calmarse y canalizar la emoción de manera constructiva, de manera implícita lanza la propuesta de la necesidad de educación emocional y la importancia de desarrollar estrategias de regulación emocional. La participante 4 sigue la misma línea del argumento y dice:

*Pero todo depende de cómo canalices esas emociones, porque a ver, yo si digo que está mal estar enojado, si tú vas y te desquitas con otra persona, y a veces esa persona es el menos culpable de la que te pasó, ahí yo digo que sí está mal. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

La participante apoya lo anteriormente dicho diciendo que está mal cuando las emociones mal gestionadas terminan en comportamientos potencialmente agresivos y peligrosos para las demás personas, menciona que nuestra reacción a las emociones depende en gran parte a cómo se canalicen. Los participantes hacen una reflexión sobre la importancia de las emociones, reconocen que todas son importantes y necesarias en la vida, resaltan que el poder sentir nos hace humanos, la participante 2 dice:

*Pero es que los seres humanos para eso somos, para sentir. O sea, si no, no lloraríamos, no nos daría rabia. Pues si no, solo tendríamos la emoción de la alegría. Si. Solo seríamos súper felices y nooo. Por eso están las otras emociones, para vivirlas, para sentirlas. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

La participante reconoce tanto las emociones cómodas como las incómodas, menciona que tenemos más emociones a parte de la alegría promovida socialmente impuesta como



mandato, se acepta de manera comprensiva las emociones y los procesos que deben transitarse para poder gestionarlas de manera adecuada, la participante 3 apoya esta percepción diciendo:

*Para mí las emociones todas son muy importantes, absolutamente todas y yo creo que a pesar de eso, de que yo sé que todas las emociones son muy importantes a veces me siento triste o me siento con ansiedad, porque a veces es normal sentir ansiedad, pues no en exceso, pero a veces lo siento. (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3)*

La participante acepta la importancia de todas las emociones, además acepta que a veces se siente vulnerable, sin embargo, lo toma como algo normal y natural, aceptar el papel de cada una de las emociones ayuda a comprender de mejor manera la forma en que podemos gestionarlas, de manera general los participantes muestran autoconciencia y reconocimiento de las emociones como pilares importantes de la salud mental. Este análisis se alinea con la teoría de la validación emocional de Linehan (1993) que enfatiza la importancia de reconocer y aceptar las emociones de las personas, incluyendo aquellas que pueden ser consideradas "negativas", cuando se niega o se invalida la experiencia emocional, puede generar consecuencias negativas a nivel individual y relacional. Esto se refleja en el rechazo de los participantes a la presión por mantener una fachada de positividad constante, así mismo es de vital importancia no olvidar que somos seres sociales, seres que constantemente estamos inmersos en una relación con diferentes personas, al aceptar y comprender que las emociones son naturales y que hacen parte de la vida nos permite tener una mejor relación e integración con nosotros mismos y los demás, ya que lo que afecta individualmente eventualmente afecta colectivamente, validar la experiencia emocional significa validar en sí misma la experiencia humana.

Como conclusión, se pudo indagar de manera amplia la relación de los participantes con las emociones, se mostraron abiertos a aceptar que tanto las emociones cómodas como las incómodas juegan un papel importante en el bienestar y la salud mental, se exploró la forma en la que los participantes perciben las normas y los mandatos sociales, de los cuales se pudo reconocer que se tiene gran capacidad crítica hacia lo preestablecido. Se hizo un recorrido sobre la interpretación y comprensión de las emociones a nivel histórico y social, llegando a la reflexión de que aún nos encontramos en una sociedad donde prevalece el imperativo de la felicidad pero que cada día avanza hacia la aceptación de otras emociones, por último, la gestión

adecuada de las emociones es un elemento clave que tiene que estar presente para un mejor desenvolvimiento personal. A Continuación, se abordarán las alternativas a la positividad tóxica propuestas por los participantes, mencionando el equilibrio emocional, la aceptación de la realidad y la correcta gestión de emociones.

## **6.4 Alternativas a la positividad tóxica**

Luego de presentar la forma cómo comprenden los participantes la positividad tóxica dentro de un contexto social, cultural, político y económico, se evidenció validación constante al imperativo de la felicidad y la comparación como competencia entre las personas. También se puede decir que todos los participantes tienen una gran capacidad analítica y reflexiva que los lleva a cuestionarse sobre los mandatos sociales, se percibe autoconciencia y autocrítica en momentos de alienación colectiva. La descripción realizada hasta el momento nos permite dar paso a la última categoría, la cual abordará las alternativas a la positividad tóxica integrando aspectos y recursos principalmente personales de los participantes. Sin embargo, también se desarrollarán alternativas a nivel social que influyen de manera significativa en la forma cómo interiorizamos y cuestionamos los mandatos sociales, en este caso, la felicidad llevada al extremo como positividad tóxica.

Esta categoría inicialmente no fue planteada como parte de la descripción, debido a que la investigación está enfocada en explorar el fenómeno de la positividad tóxica y conocer cómo las personas la representan, a pesar de eso, los participantes plantearon desde sus experiencias y reflexiones alternativas a este fenómeno que vamos a desarrollar a continuación.

### **6.4.1 Equilibrio emocional y aceptación de la realidad**

Un aspecto en común que tuvieron los participantes fue señalar el equilibrio emocional como alternativa a la positividad tóxica, teniendo siempre muy presente que está permitido tener momentos de vulnerabilidad, pero de igual forma procesar las emociones incómodas y buscar la forma de seguir con el curso cotidiano de la vida. La participante 2 lo dice de la siguiente manera:

*Para todo tiene que haber un equilibrio en la vida. Y uno no siempre puede, hay días donde tiene que tirar en un rincón, llorar un ratito, sobarse. Yo no sé, comer un helado, tenerse pesar. Y uno dice: ay sí, lo lamento tanto. Y ya después ya continuar con la vida. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

Esta participante resalta la importancia del equilibrio emocional y la validación de momentos de vulnerabilidad como parte natural del proceso de vida, se reconoce la necesidad de tener un balance en la forma como se afrontan las dificultades y los momentos felices, también se acepta la imposibilidad de estar siempre bien. Se mencionan algunas pautas de autocuidado, definidas por Maslach y Leiter (2016), como aquellas acciones organizadas y planificadas que un individuo pone en práctica de forma intencional y anticipada con el propósito de preservar su salud integral en las dimensiones física, psicológica y emocional, son un conjunto de conductas intencionales orientadas a fortalecer el bienestar personal, gestionar situaciones estresantes y lograr un balance adecuado entre la vida laboral y personal, la participante menciona algunas estrategias como llorar, el aislamiento temporal, la autocompasión y la acción de brindarse un gusto como comerse un helado. De manera global, la participante nos ilustra un proceso en el que se comienza con un malestar, se pasa por la oportunidad de permitirse sentir, luego se acude a alguna práctica de autocuidado y se finaliza con la continuación de la vida, en ese proceso interfieren aspectos como la resiliencia, la validación de emociones y los recursos personales de cada persona. En este sentido, Goleman (1995) dice que el equilibrio emocional no implica ignorar las emociones negativas, sino saber gestionarlas de manera que no afecten nuestras decisiones ni comprometan nuestro bienestar, el autor resalta la importancia de reconocer y gestionar tanto las emociones cómodas como las incómodas para mantener un estado de bienestar integral y funcional, se analiza la forma en que se deben abordar las emociones de manera saludable, señalando la evitación como mecanismo inadecuado, cuando aprendemos a aceptar todas las emociones como parte de la vida se pueden desarrollar formas de gestionarlas e incorporarlas para beneficio propio.

La participante 4 se conecta con lo dicho anteriormente en la medida en que también reconoce la importancia de tener espacios para sentir las emociones y que tiene claro que no puede haber un estancamiento en la emoción sino procesarla y seguir con el curso vital, lo expresa así:

*Es que supongamos que usted puede ser muy, muy positivo, excesivamente positivo, pero que usted también tenga como esos espacios en los que estoy enojada y eso, no tiene que decir que yo no sea positiva, simplemente estoy enojada y pues estoy viviendo este enojo*

*o esta tristeza, pero como tener, claro, que usted no se va a quedar enojada todo el día, ¿me hago entender? (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

La participante aborda el equilibrio entre el positivismo y la autenticidad emocional, señalando la dualidad entre ser positivo y validar las emociones incómodas defendiendo la coexistencia de ambos estados, dejando en claro que ser positivo no excluye experimentar ira, también se reconoce la temporalidad de las emociones cuando dice “*usted no se va a quedar enojada todo el día*”. El reconocimiento de las emociones como estados temporales nos ayuda a entender que se pueden gestionar en su momento para evitar consecuencias negativas, debido a esto aprender a gestionar adecuadamente las emociones es fundamental como herramienta personal.

Aprender a gestionar las emociones se propone como alternativa para permitirse sentir y expresar todas las emociones, ya que en la medida en que se tengan las herramientas y recursos tanto internos como externos para gestionar las emociones se puede llegar a una mejor aceptación y manejo de éstas. En este sentido, la persona que no sabe gestionar sus emociones recurre a mecanismos insalubres interiorizados desde edad temprana, pero la persona que sabe gestionar sus emociones encuentra formas para canalizarlas y validar todos sus estados emocionales porque comprende sus funciones. La participante 3 dice: “*entonces yo creo que sí, que en la medida en que gestionemos se pueden dar como mejor ese espacio para uno permitirse sentirlas*” (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3), en su relato se establece una relación directa entre la capacidad de gestión emocional y la libertad para expresar las emociones plenamente. Es una relación causa-efecto, donde la causa es la adecuada gestión emocional y el efecto es el permiso para sentir, también se puede inferir que la gestión emocional es una habilidad que se puede desarrollar por medio de un proceso activo donde la persona se permite ser en todo el espectro emocional promoviendo el autoconocimiento y la autenticidad.

Salovey (1990) define la gestión emocional como la habilidad de percibir, comprender y manejar eficazmente las emociones, tanto en uno mismo como en los demás. Esto implica tener conciencia de los propios estados emocionales, entender su significado y ser capaz de regularlos de forma constructiva. El autor considera que esta competencia es fundamental dentro de la inteligencia emocional, ya que permite un manejo adaptativo de las emociones individuales y en

las interacciones sociales, es muy importante tener en cuenta tanto la dimensión personal como la colectiva, la forma como actuamos y apoyamos a los demás cuando experimentan emociones cómodas e incómodas.

Los participantes coincidieron en decir que es relevante ofrecer apoyo emocional mediante distracción, pero sin invalidar las emociones, ofreciendo opciones o acciones para que la persona no esté anclada a la emoción por un tiempo prolongado, sin embargo, entender a la persona y permitirle sentir su emoción es indispensable, la participante 4 lo expresa así:

*Para que esa persona no esté todo el día como que ajá, “qué gonorra lo que me está pasando”, entretenerla un poquito, pero no decirle es que no tienes que sentir esa tristeza, o no tienes que agobiarte por ese problema que te esté pasando, no. Cada persona siente de acuerdo con sus capacidades, sí sabes, ¿me hago entender? La vuelta es esa que, “hey, te entretengo con algo, marica, no sé, comámonos eso que a vos te guste, de pronto se te sube un poquito el ánimo”, pero no es como que “no tienes que sentirte triste, o todo va a estar bien”, eso es muy horrible. Usted está sintiendo su dolor, su tristeza, su frustración, y sea libre de sentirla, ¿no? (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

En su relato se destaca la importancia de respetar y acompañar la experiencia emocional de las personas, en lugar de intentar negar o imponer soluciones, menciona la singularidad de cada proceso y la necesidad de brindar apoyo sin invalidar las emociones. La participante hace hincapié en que no se le debe decir a la persona que se acompaña que no debe sentir la emoción o frases como todo va a estar bien, ya que esto lo único que hace es invalidar la emoción e imponer un estado emocional contrario, se reconoce la capacidad individual que tiene la persona de sentir y gestionar sus propias emociones respetando a su vez esa singularidad. Además, se puede inferir que una forma de actuar común que tienen las personas alrededor de una situación difícil con alguien consiste propiciar se presente tratar de ayudarla de alguna forma sea por medio de la escucha activa, la contención emocional, respetando el espacio y optar por alejarse temporalmente o realizar actividades que le gustan a la persona para levantar el ánimo. Todas estas formas de apoyo que nacen desde la empatía y son herramientas útiles porque al redirigir la atención a algo más se puede aliviar de manera temporal la angustia aislando los pensamientos y

sentimientos negativos, permite tomar un respiro y enfocar desde otro ángulo la situación y en última instancia los momentos difíciles se vuelven más llevaderos.

Uno de los aspectos destacados es el de ponderar la realidad sobre la situación emocional, se reconoce y se acepta que ser positivo trae beneficios a nivel mental, pero es insostenible en el tiempo, respecto a esto la participante 2 dice: *“ver en positivo pero no ver en positivo “todo es positivo” ¡no! hay que ser realistas, hay que entender la realidad desde lo que es, o sea esto es malo y ya, pero hay que aceptarlo”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). La participante defiende la positividad, pero concluye que ser positivo no significa ignorar la realidad, se transmite una perspectiva equilibrada sobre la positividad, también se enfatiza la importancia de aceptar la realidad tal cual es en lugar de negar o invalidar los aspectos negativos, se hace alusión a la positividad tóxica cuando menciona ver las cosas positivas pero no todo positivo, infiriendo que no es ni realista ni saludable, se asume que la participante tiene capacidad de análisis y reflexión sobre sus estados emocionales y el de los demás al igual que el alcance y sus consecuencias, se admite que hay situaciones “malas” y que hay que aceptarlas como son, integrando tanto aspectos positivos como negativos para un equilibrio emocional.

La participante 4 concuerda con lo anterior y enfatiza en la importancia de aceptar las emociones tanto cómodas como incómodas en el momento en que aparecen, lo expresa así:

*Usted puede ser muy positivo, pero aceptar que usted esté sintiendo tristeza, ira o lo que sea, y eso no quiere decir que usted te deje de ser positivo, simplemente el momento, en este momento específico te trajo esta emoción específica por la situación que haya sido.* (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)

Desde esta perspectiva, se toma distancia de la idea de que ser positivo significa negar o suprimir las emociones incómodas, se consideran todas las emociones como naturales y enfatiza en que son temporales, reconociendo que las emociones son respuestas a situaciones específicas, además alude a una dualidad en la que se puede mantener una actitud positiva general mientras se experimentan otras emociones como la ira o la tristeza, se puede inferir entendimiento y manejo emocional por parte de la participante. Nos encontramos ante una situación que puede resultar contradictoria, pero que sucede de forma natural y nos puede dar pistas sobre una mejor comprensión de las emociones, la dualidad emocional, que permite atravesar momentos difíciles

sin dejar de percibir su aspecto positivo. Friedrickson (2009) señala que las emociones tanto positivas como negativas tienen la capacidad de existir al mismo tiempo y, en ocasiones, pueden incluso fortalecerse entre sí, creando por medio de esta interacción estados emocionales más elaborados y profundos que ayudan a nuestro crecimiento psicológico. La idea principal de la autora es la coexistencia de estados emocionales aparentemente contradictorios, defendiendo que no hay exclusión entre positivas y negativas. Asimismo, su interrelación puede ser beneficiosa promoviendo el crecimiento personal y psicológico, se puede decir que al convivir ambas emociones se puede llegar a una comprensión más amplia de la situación y proyección hacia el futuro.

Si bien encontrar un balance entre las emociones es esencial, también hay que destacar que en la sociedad actual mostrarse vulnerable o expresar emociones incómodas se vuelve un tema complejo, debido al imperativo de la felicidad y la promoción de la positividad en todos los medios, ponderar la realidad por encima de lo establecido es la única alternativa para poder llevar una vida equilibrada. La participante 2 describe la insostenibilidad de un estado emocional positivo constante, dice *“es que a veces la vida se siente difícil y hay que aceptar que la vida es difícil. Y hay situaciones donde uno no se puede mantener positivo, pues queda muy duro”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). En su relato, la participante acepta de forma consciente que hay situaciones difíciles que rebasan los límites de la positividad, situaciones en las que no se puede mantener una visión positiva y la realidad pasa al primer lugar, se habla de lo difícil que es aceptar y admitirse vulnerable, se válida que no siempre es posible ni necesario mantenerse positivo, lo que conduce a aceptar las limitaciones frente a situaciones difíciles y las respuestas emocionales ante ellas. Este enfoque promueve una relación más saludable con las dificultades de la vida alejándose de la presión constante de mantener una actitud positiva en toda situación acercándose cada vez más a aceptar la complejidad del ser humano.

Un ámbito en el que se puede ver de manera manifiesta la positividad tóxica es en las redes sociales, es un espacio donde pululan las representaciones de realidades alteradas y a detalle manipuladas para enviar un mensaje específico: *mantén una actitud positiva*. Un factor clave para tener un equilibrio emocional y estar anclado a la realidad es tener claro que el mensaje que se sostiene en redes sociales no es real, no existen vidas perfectas como las muestran al público, detrás de esa fachada hay mucha información, emociones y realidades ocultas, que por

razones personales, sociales, culturales o económicas no se muestran, la participante 2 analiza esta postura diciendo:

*Entender que es que la vida no siempre es así de buena. Y no es como la muestran en las redes sociales. Es que las redes sociales nos muestran la vida que no existe ¡Porque nadie es así de feliz! Porque todos tenemos muchas situaciones. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

La participante cuestiona la autenticidad de las vidas representadas en redes sociales, menciona que las expectativas que se presentan son irreales y reconoce que nadie es feliz todo el tiempo. A través de su relato se normaliza la experiencia humana que incluye desafíos, dificultades y situaciones difíciles, la participante es consciente de la realidad compleja y la distorsión que se realiza de las imágenes y la información. Se puede decir que esta percepción sobre veracidad de las vidas curadas en línea es uno de los puntos en los que coinciden los participantes demostrando gran capacidad de crítica y análisis. Pensar en una vida perfecta de inmediato remite a unas condiciones y unas actitudes predeterminadas que alimentan la ilusión de una vida posible e ideal, se muestra como si fuera un sueño o una meta por cumplir que casi siempre está sostenida por deficiencias propias, adicional a esto la participante dice “*porque todo el mundo dice: ¡entonces todo el mundo tiene una vida perfecta, menos yo! Y no es eso. Ellos muestran la parte perfecta*” (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2). Se nos brinda un panorama que muestra cómo las personas se sienten inadecuadas al compararse con otras, generando malestar emocional y culpabilización por no ser como el resto, es normal que las personas tengan momentos felices y se sientan positivos, pero el problema aparece cuando es el único contenido que comparten y que otros visualizan. Por eso se destaca que en su discurso se reconoce que solo es una pequeña parte de la vida que se muestra, es un pequeño porcentaje de un total mucho más amplio, debido a esto es fundamental cuestionar las vidas presentadas como perfectas.

Otra de las alternativas propuestas por una de las participantes está relacionada directamente con las emociones. En este sentido, aprender de las experiencias pasadas, resignificando y sanando sus heridas para continuar con el curso de la vida, acción que aporta a estar en la realidad y vivir el presente, la participante 4 lo describe así “*no siento que uno tenga*



*que olvidarse del pasado, siento que uno tiene que sanar ese pasado y aprender de esas cosas. Pero tener conciencia de lo que fue, lo que sucedió. ¿Me hago entender? No olvidarse completamente de eso” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4).* Se plantea no olvidar el pasado simplemente, sino pasar por un proceso emocional de sanación y aprendizaje, lo que posibilita una mejor relación consigo mismo y con las experiencias de la vida, también se reconoce la importancia de mantener una conciencia histórica personal la cual da valor al pasado como fuente de aprendizaje y crecimiento, se infiere que el olvido no es la solución, argumento relacionado directamente con las emociones en la medida que son éstas las respuestas ante las experiencias, que, si no son gestionadas, pueden causar mucho más malestar. Cuando se ha pasado por situaciones o experiencias difíciles se tiende a tratar de olvidar o simplemente no hacer nada con la esperanza de que todo va a seguir su curso normal, esto a largo plazo produce consecuencias negativas que empiezan a afectar en todos los aspectos de la vida, actualmente por medio de una fachada de felicidad y positividad constante se busca enfrentar la vida, mecanismo que a largo plazo genera tolerancia y no funciona efectivamente.

La participante agrega *“no quedarse estancada y encontrar la solución” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*, es una apreciación que moviliza a la acción, pretende identificar una emoción y gestionarla para que posteriormente se encuentre una solución a una situación determinada, pasar por emociones incómodas ayuda a reintegrar y reflexionar sobre la vida, pero si ocurre un estancamiento es posible que se tornen y se perciban todas las experiencias desde un mismo ángulo sin dejar paso a demás matices. El imperativo de la solución está tan internalizado en nosotros, que cada vez que nos enfrentamos a una emoción incómoda consecuencia de una situación difícil de inmediato estamos buscando una solución o una forma de poder seguir la vida diaria, este imperativo se desarrollará de manera más amplia en el siguiente apartado.

Este apartado describió de manera general la borrosa delimitación de lo real y lo irreal en el marco de la positividad tóxica. La realidad actúa como un perito que comprueba y mide el nivel de afinidad con cosas externas, que en un contraste amplio de citas de los participantes permite evidenciar una gran capacidad para cuestionar los estándares sociales y aceptar los altibajos de la vida como algo natural. Se pudo vislumbrar un recorrido por las diferentes formas de gestión emocional que emplean los participantes tanto en ellos mismos como en los demás, notando una inmediata acción cuando se involucran emociones incómodas y, en caso contrario,

sus relatos muestran que entienden las emociones cómodas como temporales. Por último, el equilibrio emocional, la adecuada gestión emocional e interrogarse por lo mostrado en redes sociales se presentan como recursos personales para contrarrestar la positividad tóxica, aunque también se puede extender a nivel social. En el siguiente, y último subapartado, se abordará la importancia de desarrollar un criterio propio, cuestionar el consumismo y entender la felicidad desde una perspectiva más crítica y realista.

#### **6.4.2 Enfoque práctico y pensamiento crítico**

Los participantes le dieron un enfoque práctico a la positividad, en la medida en que brinda información útil o busca soluciones. En otras palabras, se infiere que de nada sirve la positividad sin utilidad. El positivismo pasa a ser una herramienta siempre y cuando se le saque el mayor beneficio a nivel individual y social. El participante 1 describe de manera detallada la forma en que se debe usar la positividad:

*Cuando yo me siento ansioso porque no sé hacer un trabajo, pues, cuando yo veo una explicación, yo ya no me siento ansioso, tal vez me siento abrumado porque digo tengo mucho que hacer, pero ya no siento ansias porque ya tengo un camino de desarrollo, cuando yo me siento triste por una situación pues yo primero necesito que me den como información para afrontar esa situación pero no que me digan que todo va a estar bien porque eso no me soluciona nada, yo necesito que me digan, pues mira, estoy triste por esto y esto, pero, pues, yo sé que puedo hacer esto y eso. Bueno, ahí ya hay soluciones, ya hay información, si hay información es como si hubiera luz, si hay luz, pues yo ya no le puedo tener miedo a la oscuridad, entonces para mí la solución, pues para concluir todo eso es ayudar con información asertiva, sobre cómo las situaciones se pueden controlar, evitar o llevar, más que estas frases prefabricadas de ¡todo va a estar bien!, ¡no te preocupes!, ¡todo va a pasar! (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

En el relato del participante se destacan algunos puntos clave. Primero, se puede notar que cuando se tiene información clara la incertidumbre disminuye. En este caso concreto la ansiedad disminuye cuando se obtiene claridad sobre cómo realizar una tarea, se diferencia la sensación de estar ansioso sin control a estar abrumado con control sobre la situación, la información actúa como un mapa que transforma emoción en otra mucho más manejable. También se puede

evidenciar un rechazo hacia el consuelo con frases prefabricadas que no poseen ningún tipo de utilidad, por el contrario, se plantea la implementación de información y búsqueda de soluciones prácticas y tangibles que realmente contribuyan a la gestión de una emoción o situación. Se valora mucho más la información que movilice a la acción que el apoyo emocional vacío y superficial, se usa la metáfora de la luz y la oscuridad para ilustrar de manera clara el funcionamiento del beneficio de la positividad a través de la información y la solución, la información es homologada por la luz y la incertidumbre es homologada con la oscuridad, sugiriendo que el conocimiento disipa los miedos como la luz disipa la oscuridad. Destaca que el verdadero apoyo emocional debe ser constructivo y orientado a las soluciones, se enfatiza en la importancia de ofrecer herramientas y proporcionar información asertiva como contrapeso al positivismo tóxico. Este análisis se alinea con las palabras de Brown (2018) quien expone que la claridad es una forma de mostrar consideración, al ofrecer información precisa y soluciones prácticas, disminuimos el miedo y la incertidumbre, fomentando un entorno de confianza y acción, esta apreciación permite el vínculo con la otra persona.

La participante 4 concuerda con lo dicho por el participante 1, en tanto reitera el enfoque constructivo en la gestión emocional, el rechazo al consuelo superficial y la promoción de buscar herramientas prácticas dice que *“Por ejemplo, yo considero que, “hey ¿qué? ¿quieres hablarlo? O ¿cómo te puedo ayudar?” No, “todo va a mejorar”, “¿usted qué va a saber?” Pues, quien quita que va y se tuerce un pie se muere. ¿Sí saben?” (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*. Se menciona la comunicación asertiva y empática para gestionar situaciones difíciles y emociones incómodas por medio del uso de preguntas abiertas para conocer la situación y el estado emocional, el diálogo para promover la expresión verbal y el respeto por la autonomía del otro como agente activo en la resolución de su propia condición. Asimismo, se rechaza de forma tácita el uso de frases preestablecidas socialmente para brindar apoyo emocional, ya que son frases superficiales, sin fundamento práctico. Frases como “todo va a mejorar” tienden a predecir un cambio sin ninguna base sólida, por lo que la participante cuestiona esta forma genérica al preguntar *“¿usted qué va a saber?”*, interroga esa capacidad de predecir el futuro y el conocimiento sobre situaciones ajenas en las que poco o nada se tiene interferencia, además apoya su argumento ilustrando lo imprevisible que es la vida en una situación donde se puede morir, lo que lleva a lo absurdo la idea de hacer promesas sin garantía. En su relato se propone

una comunicación más auténtica y respetuosa con el otro, donde se ofrezca presencia, escucha y apoyo real, que resulta más valiosa que dar esperanzas falsas y frases comunes.

Se destaca la importancia de desarrollar un criterio propio en la formación de opiniones para propiciar un distanciamiento entre lo que se promociona y los deseos propios, el autoconocimiento y la autenticidad en la forma como desarrollamos un estilo de vida permite poner sobre lo externo las necesidades internas, el participante 1 dice *“en decisiones y en ámbitos más de opinión, sí suelo formarme más bien como opiniones a partir de lo que yo vea, pues, sacarme mis propias conclusiones”* (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1). Esta narrativa refleja un proceso personal de formación de criterio en base a sus experiencias por observación o participación directas, se puede notar que su rol es activo frente al entorno y no pasivo, indicando un pensamiento crítico, independencia intelectual y autoconfianza. También se puede decir que hay un proceso de reflexión y análisis personal especificando su aplicación a hechos y opiniones, se puede ejemplificar un balance entre la recepción de información y el procesamiento personal de esa información.

De manera central, se infiere que tener criterio propio permite no adoptar de manera automática opiniones ajenas, en el contexto específico de la positividad tóxica no tener una actitud positiva constante, en este mismo sentido Paul (1990) dice que el pensamiento crítico consiste en analizar la información y las ideas que encontramos, considerándolas desde distintas perspectivas, cuestionando las creencias previas y formándonos conclusiones fundamentadas en pruebas sólidas, en lugar de aceptar sin más lo que se nos presenta. Así, el pensamiento crítico nos permite a través de nuestras propias experiencias procesar la información que nos llega y consolidar conclusiones propias, al mismo tiempo que cuestiona creencias preconcebidas por medio de un proceso activo en constante construcción que fortalece la independencia y rechaza la aceptación automática de información.

Son principalmente las redes sociales las que promueven información, opiniones e ideas sobre las cosas en general, información que tiene mucha exposición y permite más fácilmente la internalización de modelos externos, debido a esto la participante 2 nos describe otra de las alternativas a la positividad tóxica muy ligada al criterio propio:

*Yo me alejé un tiempo de las redes sociales. Eso me ayudó mucho. Porque yo dejé de como compararme con la vida de los demás. Porque quién sabe qué habrá hecho esa persona que no he hecho yo. O esa es la felicidad para esa persona y para mí no. Entonces fue como cambiar mi forma de ver la vida. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

En su narración se refleja un proceso de crecimiento personal significativo, en el que el distanciamiento de las redes sociales actuó como mediador para una transformación más profunda en la forma de entender la felicidad y el éxito personal, se muestra una evolución desde una perspectiva comparativa hacia una más auténtica y personal, la decisión de alejarse de las redes sociales se toma como una acción consciente a partir de identificar la necesidad por las consecuencias negativas de su uso, esto permite enfocar la atención en sí mismo discriminando a su vez necesidades, deseos, gustos, actitudes y planes a futuro fuera del lente social. La ruptura con los estándares sociales posibilita la liberación de presiones sociales y el reconocimiento de un patrón nocivo de comportamiento. La participante reflexiona sobre los contextos individuales que experimentan las personas para llegar a una conducta y entiende que cada proceso es diferente, lo que lleva a formar opiniones diferentes sobre las mismas circunstancias, la felicidad es uno de los temas que más se estandariza en redes sociales, el cual se asocia a éxito y bienestar, es muy importante en este punto comprender estos conceptos de manera subjetiva reconociendo la individualidad y aceptando su característica polisémica.

El contexto influye de manera determinante en nuestra formación de opiniones, al punto que no sabemos diferenciarnos del otro, el pensamiento crítico y el cuestionamiento a lo establecido propicia una apreciación propia, la participante 4 nos ilustra cómo pudo adaptar de manera propia una creencia religiosa:

*Pero yo no sé, yo como que siempre debatí mucho, yo no sé, no era como que, ay, sí, yo creo en Dios y trago y mastico y... No. Yo lo debatía y ya saqué mis conclusiones y creencias y ahí, pues yo no sé si, pues de cómo que ir sacando mis propias cosas, pero sí creo en Dios, pero no en el Dios que pintan las religiones, como mi propio Dios personalizado. (Comunicación personal, 24 de Junio 2024, P4)*

La participante demuestra la capacidad de mantener una creencia espiritual mientras rechaza la aceptación ciega de interpretaciones tradicionales transmitidas por instituciones aceptadas socialmente, destaca un proceso de cuestionamiento activo indicando un pensamiento crítico y demostrando inconformidad con aceptar sin realizar preguntas. Por medio de éstas se desafía y se critica al conformismo religioso tan marcado en un país mayoritariamente creyente sostenido principalmente por la población adulta mayor. Crear nuevas interpretaciones es un proceso de construcción personal que indica autonomía y madurez reflexiva, en su relato se puede inferir que se separa la espiritualidad de la religiosidad, al igual que se puede ver la separación con las creencias heredadas.

Una de las acciones imprescindibles en la que coinciden los participantes es en cuestionar la importancia de las expectativas sociales y la comparación, pensar en cumplir un estándar, tener que verse igual que una foto o adoptar la misma actitud que otros, son inquietudes que alejan la perspectiva de lo social y lo acerca a lo personal. Además, ayuda a comprender que cada persona tiene su proceso y sus comportamientos son el resultado de una serie de experiencias vividas, la participante 3 dice al respecto, *“entonces sí, es como tratar de ver todo el espectro no solamente la foto con el diploma o el viaje que tuvo la persona sino por todo lo que tuvo que pasar para estar ahí también”* (Comunicación personal, 18 de Junio 2024, P3). En este relato se puede reflexionar sobre la importancia de ver más allá de lo superficial, invita a optar por una visión más holística en la que se busca una comprensión completa con todas las dimensiones incluidas de la persona, en la que no solamente se tenga en cuenta el resultado final exhibido, sino todo el proceso con las dificultades y los esfuerzos realizados. También se convoca a cuestionar desde lo que se ve y contrastar con la realidad propia. Se puede inferir que la comparación sucede muchas veces al ver un contraste posible diferente, pero si tenemos en cuenta el trasfondo se puede ver desde otro ángulo, transformando el mandato en una posibilidad.

La participante 2 nos comparte su visión sobre la comparación, además de su forma personal de afrontarla, que principalmente es potenciar su autoconfianza, autoconciencia, autoestima y observación crítica de la realidad, construir una identidad propia permite no seguir tan fácilmente lo estandarizado, siguiendo la misma línea dice:

*Claro, volvemos a lo mismo, las mujeres no tenemos admiración. Pues, somos muy poquitas las que lo hacemos. Somos es como comparándonos siempre con otros. Por lo mismo que yo te decía, estamos como confundidos con la belleza. No, no es como, es que para mí, yo soy linda y ya, y de malas, como la piraña mueca. (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2)*

La participante analiza particularmente la relación entre las mujeres y la autoestima, señalando un patrón cultural y una problemática de género en el que se identifica una carencia colectiva de admiración mutua, se reconoce la comparación como un hábito que puede ser nocivo e incentivar a la desigualdad y confrontación social, también cuestiona los estándares de belleza, las presiones sociales y las distorsiones, raíz de la perpetuación de la competencia y comparación entre mujeres. En su relato se puede evidenciar un rechazo a la validación externa y una demostración de seguridad y autoaceptación, se produce una ruptura de estereotipos y patrones convencionales, además de una independencia de las opiniones ajenas promoviendo la autodeterminación. Branden (1994) dice al respecto que el verdadero valor de una persona se encuentra en su esencia, no en sus posesiones ni en los logros ajenos. Al desarrollar una autoestima sólida, dejamos de compararnos con los demás y comenzamos a definir el éxito según nuestros propios términos, el autor destaca la autoestima como la línea divisoria entre sí mismo y los demás, esta afirmación nos permite pensar que la autoestima es la herramienta propia que cada persona tiene para fortalecer su identidad y su capacidad de interpretación en el mundo.

Es común compararse en redes sociales, pero incluso en el contexto social más cercano también ocurre que al ver las situaciones relativamente similares, se atenúan las diferencias se pueden notar desigualdades, el participante 1 relata cómo en una situación de comparación la mejor opción es el autocontrol:

*la comparación, que yo me comparé como “ah pero si mi amigo y yo estamos como en situaciones muy iguales pues que veo que a él como que si se le dan mejores las cosas que a mí”, pero principalmente si ha sido más que nada por la observación porque yo pues intento como no preocuparme mucho por las cosas que yo no puedo controlar. (Comunicación personal, 25 de Mayo 2024, P1)*

El participante nos relata el reconocimiento del acto de compararse y una posterior autorreflexión de la situación, se identifica la búsqueda de referentes cercanos y entre los contextos los puntos en común que permitan una conexión y separar las diferencias. Al notar disparidad en los resultados se tiende a buscar la respuesta en uno mismo, pero se reconoce que los procesos de vida son diferentes aceptando la realidad, demostrando gran capacidad de autoconciencia y cuestionamiento sobre el control en las situaciones, se puede llegar a la conclusión que mientras más potenciada está la capacidad individual mayor será el control sobre las reacciones a situaciones disruptivas.

Por último, una de las alternativas que se propone es desligarse del pensamiento social consumista, la participante 2 lo expresa así. *“De yo entender que es que yo no soy por lo que yo tengo. Yo simplemente soy. Ya soy”* (Comunicación personal, 11 de Junio 2024, P2), este relato se relaciona directamente con lo abordado en la tercera categoría en la que se abordó la identidad basada principalmente en los bienes materiales, se reconoce un rechazo a la anterior afirmación y aceptación de la existencia pura con su esencia personal, desde esta perspectiva se valida la existencia sin condiciones, también se cuestionan los valores sociales y se demuestra autoaceptación.

Como conclusión, este último subapartado exploró las alternativas frente a la positividad tóxica teniendo como eje central el pensamiento crítico y el desarrollo de un criterio propio, sobresalen los recursos personales como principales estrategias de afrontamiento ante las expectativas planteadas socialmente. La positividad se plantea como beneficiosa siempre que brinde información o una solución útil, la comunicación asertiva y la empatía juegan un papel muy importante en la gestión de emociones tanto propias como en los demás. Ligado a esto se presenta un rechazo colectivo a las frases prefabricadas para dar consuelo, se destaca de parte de los participantes capacidad para cuestionar, analizar y reflexionar sobre su contexto cercano y el contexto presentado en redes sociales, a nivel general se puede recoger a lo largo de las categorías información variada y valiosa que contribuyó al mayor entendimiento del fenómeno de la positividad tóxica y sus representaciones.



## 7. Discusión

La positividad tóxica es un fenómeno complejo y profundamente enraizado en las normas culturales, cuyo análisis resulta esencial para comprender sus impactos en el bienestar social y la salud mental. Aunque pueda parecer un término reciente, su origen se vincula a prácticas arraigadas durante generaciones, donde la positividad ha sido promovida como una virtud para afrontar la adversidad con una actitud optimista. Sin embargo, este mandato de “pensar positivamente” se ha transformado en una carga emocional, al exigir la supresión o minimización de emociones consideradas incómodas, como la tristeza, el enojo y la vulnerabilidad. Este fenómeno no solo estigmatiza la expresión genuina del malestar, percibiéndola como un signo de debilidad o fracaso, sino que también afecta de manera significativa la salud mental, particularmente en los jóvenes, quienes atraviesan una etapa crucial de construcción de identidad y manejo emocional.

En esta discusión, se abordarán tres temas principales. En primer lugar, se analizará cómo las narrativas de positividad tóxica, promovidas tanto por las redes sociales como por discursos culturales más amplios, perpetúan la idea de que solo las emociones positivas son aceptables. Este punto incluye una reflexión sobre cómo plataformas como Instagram amplifican estas expectativas mediante imágenes y mensajes idealizados que refuerzan estándares inalcanzables de felicidad.

En segundo lugar, se explorará el impacto emocional de este fenómeno en los jóvenes, destacando efectos como la ansiedad, la autoexigencia y la sensación de aislamiento emocional, al no poder expresar libremente sus emociones negativas. Se argumentará cómo este escenario contribuye a la creación de una fachada de bienestar que muchas veces oculta una profunda insatisfacción o malestar interno.

Finalmente, se discutirán las estrategias utilizadas por los jóvenes para resistir o resignificar estas narrativas. Esto incluye el desarrollo de un pensamiento crítico frente a los mandatos sociales, la búsqueda de espacios seguros para la expresión emocional auténtica, y la construcción de vínculos que valoren la vulnerabilidad como parte esencial de la experiencia humana.

Uno de los grupos más afectados por esta presión ha sido el de los hombres, quienes enfrentan una expectativa social implícita de mantenerse fuertes y evitar cualquier muestra de vulnerabilidad emocional. Expresiones como “los hombres no lloran” han cristalizado esta norma, perpetuando la idea de que mostrar emociones incómodas es inaceptable y, en consecuencia, se refuerza el estigma asociado a la vulnerabilidad masculina. No obstante, esta construcción cultural de la masculinidad no solo es limitante, sino también potencialmente peligrosa. Estudios como el de Gross y Levenson (1997) han revelado que la represión emocional puede tener efectos perjudiciales importantes en el bienestar mental, aumentando la probabilidad de desarrollar trastornos como la ansiedad y la depresión, ya que cuando una persona constantemente bloquea sus emociones, esto demanda una gran cantidad de energía mental, lo que termina por agotar sus recursos cognitivos, incluso se puede relacionar con tasas más altas de suicidio, además, Joiner, Brown y Wingate (2005) encontraron que mantener reprimidas las emociones durante largos períodos representa un elemento de alto riesgo que puede desencadenar pensamientos y conductas suicidas, ellos dicen que la tendencia a contener sistemáticamente las emociones, particularmente aquellas vinculadas al sufrimiento psicológico, no solamente eleva las posibilidades de experimentar condiciones como ansiedad y depresión, sino que también puede resultar en una pérdida de conexión emocional y un distanciamiento de las relaciones sociales. Este último dato es especialmente alarmante, ya que, a menudo, quienes toman decisiones fatales parecen ser personas “aparentemente felices” y funcionales.

Pero ¿a qué llamamos felicidad actualmente? Tener siempre la mejor actitud, poseer bienes materiales o llevar una vida sin problemas, son algunas de las interpretaciones que se tienen sobre la felicidad, un concepto construido por las redes sociales, las prácticas culturales, el entorno social, la publicidad y el modelo económico y político a lo largo del paso de los años, un concepto que se adhiere cada vez más al estilo de vida. Actualmente se proclama el imperativo de la felicidad como la panacea universal, posiblemente porque para una vida rápida se necesita una solución rápida, la tendencia a ser felices por obligación se materializa como norma social llevando de manera consciente e inconsciente a las personas a actuar de este modo; sin embargo, esta norma social no solo promueve la idea de que debemos estar felices constantemente, sino que también estigmatiza las emociones incómodas, creando un entorno donde la expresión auténtica de la experiencia emocional se ve comprometida. La cultura del positivismo tóxico, está

estrechamente vinculada a este imperativo, ha generado una narrativa donde emociones como la tristeza, la ira o el miedo son percibidas como estados que deben ser superados rápidamente o, peor aún, suprimidos. Esta dinámica social ha llevado a muchas personas a desarrollar una relación problemática con sus emociones, sintiéndose culpables o inadecuadas cuando experimentan estados emocionales que se desvían del ideal de felicidad perpetua.

Este imperativo de la felicidad ha comercializado el bienestar emocional, convirtiendo la búsqueda de la felicidad en un producto más del mercado, la proliferación de libros de autoayuda, talleres de desarrollo personal y productos que prometen la felicidad instantánea refleja cómo esta exigencia social se ha transformado en una industria lucrativa, que muchas veces simplifica la complejidad de la experiencia emocional humana. Es así como el consumismo y el positivismo tóxico han establecido una alianza poderosa en la sociedad contemporánea, creando una dinámica donde la felicidad y el bienestar emocional se han convertido en productos comercializables, esta relación simbiótica ha generado un mercado que se alimenta de la vulnerabilidad emocional y la búsqueda constante de satisfacción instantánea.

El sistema consumista ha encontrado en el positivismo tóxico un aliado perfecto para crear necesidades artificiales, la promesa de alcanzar la felicidad a través de la adquisición de productos, servicios o experiencias ha dado lugar a una industria del bienestar que genera millones de ganancias, esta comercialización ha creado un ciclo perverso donde la insatisfacción personal se convierte en el motor del consumo. Cuando los productos o servicios adquiridos fallan en proporcionar la felicidad prometida, la respuesta promovida por el mercado es consumir más, buscar el siguiente producto milagroso o la siguiente tendencia de bienestar, perpetuando así un ciclo de insatisfacción y consumo. En este sentido, Cabanas e Illouz (2019) dicen que la industria del bienestar se ha establecido sobre la base de una potente combinación entre el positivismo extremo y las prácticas consumistas, donde el bienestar emocional se ha convertido en un producto más del mercado. A su vez, agregan que, en este contexto, cualquier emoción considerada negativa es tratada como un problema que necesita ser solucionado mediante la compra de determinados productos, servicios o vivencias; esta vinculación entre el sistema comercial y la exigencia de mantener una actitud constantemente positiva ha generado un patrón de descontento permanente, donde la felicidad siempre parece estar al alcance de la siguiente adquisición, creando así una relación de dependencia emocional con el consumo, esta relación

entre positivismo tóxico y consumismo es primordialmente peligrosa y perpetúa una acción de compra compulsiva ante las dificultades y una desvinculación con la responsabilidad personal.

El impacto de la relación entre consumismo y positivismo tóxico se refleja en un deterioro de la salud mental tanto individual como colectivamente, ya que la presión por mantener una actitud constantemente positiva, junto con la creencia de que el bienestar puede comprarse, ha generado niveles crecientes de ansiedad, culpa y frustración en las personas que no logran alcanzar estos estándares irreales, además de poner en duda la identidad propia. La relación comercial de la felicidad se sostiene principalmente por la publicidad y las redes sociales, los *influencers* y *coaches*, frecuentemente respaldados por marcas comerciales, promueven una versión superficial del bienestar emocional que se centra en la apariencia externa y el consumo de productos específicos, ignorando la profundidad y complejidad del verdadero crecimiento personal, las frases como "renueva tu vida" o "transforma tu realidad" se han convertido en mantras comerciales que alimentan la ilusión de que el bienestar emocional puede adquirirse con dinero, esta narrativa simplifica la complejidad de las experiencias emocionales humanas y reduce el desarrollo personal a una transacción comercial.

La reciente atención que ha recibido la positividad tóxica podría ser una respuesta a la creciente conciencia sobre las crisis de salud mental y la necesidad urgente de romper con estigmas. En este contexto, las redes sociales han amplificado este fenómeno, creando espacios donde la exhibición constante de felicidad, perfección y éxito se convierte en una norma implícita, aunque inicialmente han impulsado este estándar, también han facilitado la exposición de esta problemática. Es común ver personas que proyectan una imagen idealizada de sus vidas, ocultando cualquier signo de dolor o dificultad, lo que puede estar reflejando una verdad oculta y preocupante: el sufrimiento emocional que se esconde a menudo tras una fachada de felicidad, perpetuando de alguna manera el aislamiento y la desconexión.

Aquí surge una pregunta fundamental: ¿Por qué las personas sienten la necesidad de ocultar su tristeza y vulnerabilidad? Una posible respuesta es que la sociedad actual ha llegado a valorar la felicidad como un estado ideal, asociado con el éxito y la admiración social, a su vez otra posible respuesta es la validación del imperativo de la felicidad. La presión por mantener una imagen de bienestar permanente puede resultar en una desconexión profunda con nuestras experiencias emocionales auténticas, llevando a muchos individuos a desarrollar patrones de

represión emocional que, paradójicamente, pueden resultar en problemas de salud mental más severos. El problema con la positividad tóxica radica en su capacidad para invalidar las experiencias emocionales de las personas, cuando alguien enfrenta un momento difícil y se le dice que simplemente “mire el lado positivo” o que “sea fuerte”, se está minimizando su dolor y, en muchos casos, intensificando su sensación de soledad y vergüenza. Esta respuesta no solo es poco empática, sino también contraproducente, ya que impide que las personas procesen sus emociones de manera saludable, además este fenómeno contribuye a la creación de un ciclo de insatisfacción perpetua.

La discusión sobre este fenómeno no puede desvincularse de sus efectos a nivel social y cultural. La necesidad de pertenecer y ser aceptados es inherente al ser humano, y en una sociedad que idolatra la felicidad superficial, las personas se sienten obligadas a ocultar su vulnerabilidad para encajar. Esto crea un círculo vicioso en el que la tristeza y la vulnerabilidad se consideran signos de debilidad, cuando en realidad son aspectos esenciales de nuestra humanidad. Es fundamental reconocer que la experiencia emocional humana es naturalmente variable y que todas las emociones cumplen funciones importantes en nuestra adaptación y desarrollo personal, la verdadera salud emocional no consiste en mantener un estado de felicidad constante, sino en desarrollar la capacidad de experimentar, comprender y gestionar todo el espectro de emociones de manera adaptativa.

Es crucial, entonces, cuestionar y desafiar la cultura de la positividad tóxica promoviendo un cambio en nuestra percepción de las emociones, dejar espacio para la tristeza y otras emociones incómodas no es un signo de fracaso, sino una manifestación de autenticidad y crecimiento personal. Un enfoque saludable para el bienestar emocional debe incluir la aceptación de todas las emociones, la validación de todas las experiencias humanas y la creación de espacios donde las personas puedan expresarse sin miedo al juicio, solo así podremos construir una sociedad que valore la autenticidad sobre la perfección emocional, y en la que la vulnerabilidad se reconozca como una fortaleza, no como una debilidad.

Por otra parte, la espectacularización y estetización del dolor es un fenómeno contemporáneo que merece un análisis profundo en el contexto de las redes sociales y la percepción pública de las emociones. Este fenómeno coexiste y, en ocasiones, contrasta con el valor que se le ha asignado a la felicidad como ideal social, mientras que la positividad tóxica

promueve una cultura en la que el dolor y la vulnerabilidad se ocultan tras una fachada de éxito y optimismo, la estetización del sufrimiento muestra la otra cara de la moneda: la exposición pública de las emociones incómodas, que en ciertos casos es celebrada y validada.

En plataformas como Instagram, el sufrimiento se ha convertido en un espectáculo cuidadosamente elaborado, donde las emociones más íntimas y las vulnerabilidades se muestran no solo como una forma de expresión personal, sino también como una estrategia de conexión y validación social. Las imágenes y publicaciones en las que las personas muestran su “cara genuina” de dolor o tristeza se perciben a menudo como valientes y auténticas, esta percepción se debe, en parte, a que el dolor público se ha asociado con un tipo de honestidad que desafía las normas superficiales de la positividad. Ser vulnerable en línea puede ser visto como un acto de resistencia contra la presión de la felicidad constante, y las personas que comparten su sufrimiento pueden recibir elogios por su aparente autenticidad. Sin embargo, esta exposición tiene un lado complejo y multifacético, no siempre es fácil discernir si estas expresiones de dolor son genuinas o si responden a una intención consciente o inconsciente de obtener validación y atención. La validación puede ser un factor motivador significativo: muchas personas que publican sobre su sufrimiento buscan sentir que su dolor es visto y reconocido, que hay alguien al otro lado de la pantalla que se preocupa por ellas y que valora su experiencia emocional, esta necesidad de conexión humana y de ser validado emocionalmente es comprensible, pero plantea preguntas sobre los límites entre la expresión auténtica y la explotación emocional.

El deseo de validación en línea no es inherentemente negativo. Las palabras de consuelo, apoyo y empatía que reciben aquellos que comparten sus luchas pueden ser genuinamente reconfortantes y proporcionar un sentido de comunidad, como señala Brené Brown (2015), la vulnerabilidad es esencial para construir conexiones auténticas y significativas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la cultura de las redes sociales también puede transformar la vulnerabilidad en una mercancía, donde las historias de sufrimiento se estetizan y se convierten en contenido que puede ganar popularidad, atención e incluso recompensas tangibles, como seguidores o contratos de marca.

Algunas personas critican estas manifestaciones de dolor en línea, considerándolas estrategias de autoindulgencia o manipulaciones emocionales. Esta descalificación puede surgir de la percepción de que el sufrimiento se instrumentaliza para atraer simpatía o generar una

imagen específica, lo que lleva a un rechazo hacia quienes parecen “exagerar” o explotar sus propias vulnerabilidades. Este rechazo, sin embargo, ignora la complejidad detrás de la necesidad humana de ser vistos y validados, al final, tanto la exhibición de la felicidad idealizada como la de la vulnerabilidad tienen algo en común: ambas pueden ser estrategias para enfrentar la vida y buscar formas de conectar con otros. La primera puede ocultar una realidad dolorosa, mientras que la segunda puede revelar un sufrimiento profundamente sentido o, en algunos casos, un sufrimiento estilizado y presentado de manera calculada, ambas formas de presentación en las redes sociales buscan directa o indirectamente una respuesta de la audiencia: palabras de aliento, empatía o un sentido de pertenencia.

Zygmunt Bauman (2000) ha hablado del concepto de la “modernidad líquida,” en la cual las conexiones humanas son frágiles y efímeras, y las redes sociales reflejan esta fluidez al permitir y fomentar formas de conexión que, aunque sean momentáneas, proporcionan una sensación de relevancia y presencia. En este contexto, la exposición del dolor se convierte en una herramienta para sentir que importa y que el sufrimiento propio tiene un significado más amplio al ser compartido y comentado.

La espectacularización del dolor en redes sociales plantea un dilema: por un lado, puede ser una forma auténtica de inspirar a otros y mostrar que la vulnerabilidad es una parte fundamental de la experiencia humana. Por otro lado, puede convertirse en una dinámica de validación que refuerza la dependencia de las interacciones virtuales para sentir aceptación y valor, la discusión debe ir más allá de juzgar estas expresiones y considerar las razones profundas por las que las personas buscan ser vistas, comprendidas y apoyadas, reconociendo las complejidades emocionales y culturales de este fenómeno.

Por último, las alternativas planteadas frente a la positividad tóxica tienen como eje central el pensamiento crítico y el desarrollo de un criterio propio, lo que permite no adoptar de manera automática opiniones ajenas, en el contexto específico de la positividad tóxica no tener una actitud positiva permanente, además se destaca la importancia de desarrollar un criterio propio en la formación de opiniones para propiciar un distanciamiento entre lo que se promociona y los deseos propios; el autoconocimiento y la autenticidad en la forma como desarrollamos un estilo de vida permite poner sobre lo externo las necesidades internas. Entre otras opciones alternativas se propone desligarse del pensamiento social consumista, cuestionar la importancia

de las expectativas sociales y la comparación y dar un enfoque práctico a la positividad, se acepta la positividad en la medida en que se brinda información útil o se buscan soluciones, se infiere que de nada sirve la positividad sin utilidad, el positivismo pasa a ser una herramienta siempre y cuando se le saque el mayor beneficio a nivel individual y social.

En la discusión sobre el manejo emocional y el bienestar psicológico, emerge como punto central el equilibrio emocional como una alternativa más saludable frente a la positividad tóxica que predomina en la sociedad actual, este enfoque reconoce la importancia de permitirse experimentar momentos de vulnerabilidad y procesar las emociones incómodas, mientras se mantiene un balance entre el positivismo y la autenticidad. La gestión emocional se presenta como una herramienta fundamental que permite a las personas expresar y sentir todo el espectro de sus emociones, proporcionándoles recursos tanto internos como externos para manejarlas adecuadamente, también es crucial ofrecer apoyo emocional sin invalidar las experiencias del otro, entendiendo que la distracción puede ser útil siempre y cuando no niegue o minimice los sentimientos presentes. En el contexto actual, donde las redes sociales promueven una imagen idealizada de la vida y la felicidad constante como imperativo social, resulta esencial mantener una perspectiva realista, reconociendo que detrás de las fachadas perfectas existen realidades complejas y diversas, el verdadero equilibrio emocional se alcanza cuando se acepta la naturaleza transitoria de todas las emociones, se aprende de las experiencias pasadas, y se logra resignificar las heridas para continuar el curso de la vida, manteniéndose anclado en la realidad presente. Para finalizar, sobresalen los recursos personales como principales estrategias de afrontamiento ante las expectativas planteadas socialmente.

El fenómeno del positivismo tóxico plantea diversas discusiones que deben ser analizadas de manera interdisciplinaria y conjunta a través de la integración y desintegración minuciosa de aspectos que involucran bases socioculturales, es un entramado de temas que se pueden analizar de forma individual y colectiva, encontrando conexiones inesperadas y aportes nuevos al conocimiento académico.



## 8. Conclusiones

Las conclusiones de este trabajo sintetizan los hallazgos más relevantes sobre la positividad tóxica, destacando su impacto en la salud mental y su relación con dinámicas culturales, sociales y digitales. Se identificaron varios aspectos clave, como la transformación de la felicidad en un mandato social que genera presión emocional, el papel amplificador de las redes sociales, especialmente Instagram, en la difusión de narrativas idealizadas, y la vinculación de este fenómeno con el sistema consumista. Además, se analizaron estrategias de afrontamiento y factores protectores, como el pensamiento crítico y la gestión emocional equilibrada, que ofrecen vías para contrarrestar los efectos nocivos de la positividad tóxica. A continuación, se desarrollan estas conclusiones en detalle, enfatizando su relevancia para comprender y abordar este fenómeno de manera integral.

La investigación sobre la positividad tóxica y su impacto en la sociedad contemporánea revela una compleja red de fenómenos sociales, culturales y psicológicos que afectan profundamente el bienestar emocional de los individuos. Se ha evidenciado que la felicidad ha dejado de ser una aspiración personal para convertirse en un imperativo social, una norma que ejerce presión sobre los individuos para mantener una imagen de bienestar constante, independientemente de sus circunstancias reales, esta imposición de la felicidad, manifestada a través de la positividad tóxica, ha demostrado tener consecuencias significativas en la salud mental de las personas, generando ansiedad, depresión y sentimientos de inadecuación cuando no se puede cumplir con estos estándares irreales, además genera un ciclo de autoexigencia y frustración que puede conducir a patrones de pensamiento rumiativos y a un deterioro significativo de la autoestima. La problemática se intensifica al observar cómo este fenómeno está profundamente arraigado en las estructuras socioculturales, económicas y políticas, siendo reproducido y reforzado por diversas instituciones sociales.

Se percibe en las redes sociales, especialmente en la red social de Instagram un consumo de contenido estrechamente vinculado a intereses personales y actividades actuales, lo que evidencia un uso intencional de las plataformas digitales, sin embargo, a pesar de esta aparente selectividad, también se reconoce que los algoritmos influyen de manera significativa, limitando la diversidad de perspectivas a las que se está expuesto, reforzando las preferencias que ya se

poseen. La exposición diaria a imágenes idealizadas y momentos de vida aparentemente perfectos afecta profundamente la autoimagen de las personas, quienes sienten la necesidad de ajustarse a estos modelos para obtener validación y aceptación, este ciclo perpetúa una búsqueda inalcanzable de perfección, incluso cuando los usuarios son conscientes de que gran parte del contenido que consumen está manipulado o es irreal. En este contexto, la gestión de la identidad digital emerge como un desafío constante, ya que las personas sienten la presión de mostrar una imagen idealizada, donde la felicidad y el éxito predominan, mientras que las emociones incómodas y la vulnerabilidad quedan ocultas, este esfuerzo por mantener una fachada positiva no solo genera un agotamiento emocional, sino que también refuerza la cultura de la positividad tóxica, invalidando las experiencias más complejas y humanas, así, la expresión auténtica de sentimientos se ve restringida, lo que lleva a una desconexión entre la identidad real y la versión que se presenta al público en las redes.

Este análisis también revela una estrecha relación entre la positividad tóxica y el sistema consumista, donde el bienestar emocional se ha mercantilizado, convirtiéndose en un producto más que puede ser adquirido, esta dinámica se ve exacerbada por los mecanismos de comparación social y las expectativas colectivas, que actúan como catalizadores en la perpetuación del positivismo tóxico. Sin embargo, la investigación también ha identificado factores protectores significativos como el desarrollo del pensamiento crítico y el fortalecimiento de la autoestima, los cuales emergen como recursos internos fundamentales que permiten a los individuos cuestionar y resistir la adopción automática de mandatos sociales; estas herramientas psicológicas facilitan una evaluación más consciente y crítica de las exigencias sociales relacionadas con la felicidad y el bienestar.

Por otro lado, la búsqueda innata de pertenencia social activa mecanismos adaptativos que nos impulsan a ajustarnos a nuestro entorno, incluyendo la adopción de actitudes positivas cuando estas son valoradas por el grupo, no obstante, este proceso natural de adaptación puede volverse problemático cuando se confunde con una obligación de mantener una fachada de positividad constante.

Otro hallazgo notable es la interpretación generalizada de la salud mental y el bienestar emocional, que frecuentemente se alinean más con las exigencias sociales que con las necesidades psicológicas reales de las personas, esto se relaciona directamente con el mercado

sesgo social a las emociones consideradas negativas, las cuales son sistemáticamente invalidadas o suprimidas, a pesar de su importancia en el desarrollo psicológico saludable. No obstante, la investigación señala que el desarrollo de una adecuada gestión emocional, junto con la capacidad de cuestionar las normas sociales establecidas, permite un procesamiento más saludable de las emociones, esta combinación de habilidades emocionales y pensamiento crítico se presenta como una vía prometedora para contrarrestar los efectos nocivos de la positividad tóxica.

En la actualidad, se ha establecido una correlación casi automática entre positividad, felicidad y salud mental, creando la expectativa poco realista de que el bienestar psicológico se define por un estado constante de "estar bien", esta simplificación ignora la naturaleza fluctuante de las emociones humanas y puede resultar contraproducente, ya que la verdadera salud mental implica la capacidad de experimentar y procesar todo el espectro emocional, incluyendo aquellas emociones consideradas "negativas". Es fundamental reconocer que la autenticidad emocional y la aceptación de nuestra vulnerabilidad son componentes tan importantes para el bienestar psicológico como la capacidad de mantener una perspectiva constructiva ante los desafíos de la vida.

La investigación ha permitido evidenciar cómo la positividad tóxica, al establecerse como un mandato social dominante, obliga a las personas a desarrollar estrategias de afrontamiento y mecanismos de defensa que, lejos de promover un bienestar auténtico, generan patrones de gestión emocional potencialmente dañinos para la salud mental. En primer lugar, se observa que los individuos, bajo la presión constante de mantener una fachada de felicidad y optimismo, tienden a desarrollar mecanismos de represión emocional, este patrón de supresión sistemática de emociones consideradas "negativas" no solo impide el procesamiento saludable de experiencias emocionales difíciles, sino que también puede conducir a la acumulación de tensión psicológica y al desarrollo de problemas de salud mental más severos; la necesidad de cumplir con las expectativas sociales de positividad constante lleva a muchas personas a adoptar una máscara emocional, generando una desconexión significativa entre su experiencia interna y su expresión externa, esta asincronía puede resultar en la pérdida de autenticidad emocional y en la dificultad para reconocer y validar sus propias experiencias emocionales.

También se debe reconocer que la positividad puede manifestarse de formas muy diversas en la experiencia humana, funcionando como una herramienta genuinamente útil para algunas

personas sin que esto implique una imposición universal, esta diversidad de experiencias nos recuerda que las estrategias de afrontamiento son profundamente personales y lo que resulta beneficioso para unos puede no serlo para otros. De igual forma, se puede identificar una brecha diferencial entre la asimilación y percepción del positivismo tóxico, los jóvenes lo cuestionan y lo analizan, en cambio las personas mayores tienden a tomarlo de manera más naturalizada y aceptada en el día a día.

En conclusión, mientras la positividad tóxica continúa siendo un fenómeno social dominante con efectos perjudiciales sobre el bienestar individual y colectivo, la comprensión de sus mecanismos y el desarrollo de recursos personales y sociales para contrarrestarla ofrecen expectativas para la construcción de una relación más saludable con nuestras emociones y experiencias vitales, el desafío radica en fomentar una cultura que reconozca y valide la complejidad de la experiencia emocional humana, más allá de los mandatos simplistas de felicidad constante y positividad forzada.

## 9. Recomendaciones

Para futuras investigaciones sobre la positividad tóxica y su impacto en el comportamiento digital y la salud mental, se recomienda ampliar el alcance de la muestra, incluir un número mayor y más diverso de participantes permitirá obtener una percepción más completa del fenómeno, es importante que la investigación considere múltiples contextos y poblaciones. La positividad tóxica puede manifestarse de manera diferente en distintos entornos: laborales, educativos y sociales, y puede afectar de manera desigual a diferentes grupos demográficos, un análisis interseccional que considere factores como el género, la clase social, la edad y la cultura puede revelar patrones importantes en cómo este fenómeno impacta a diferentes sectores de la sociedad, esto proporcionará una mejor comprensión de cómo la positividad tóxica se manifiesta y es percibida por diferentes grupos, contribuyendo a un análisis más robusto y representativo.

Se sugiere profundizar en el estudio de la *espectacularización del sufrimiento* como una línea de investigación complementaria. La exploración de este fenómeno contribuiría a conocer cómo las personas, en un intento de obtener validación y aceptación social, pueden dramatizar tanto su sufrimiento como su felicidad en plataformas digitales, investigar este aspecto podría arrojar luz sobre las complejas dinámicas de la autenticidad y la presentación del yo, revelando las maneras en que los usuarios gestionan sus emociones y cómo estas prácticas impactan su bienestar emocional. Esto permitiría comprender mejor cómo la positividad y el sufrimiento, cuando se representan de manera fingida, se convierten en herramientas de interacción social que influyen en la percepción pública y la identidad digital.

También es relevante explorar más a fondo el papel de las redes sociales en la perpetuación de estas dinámicas emocionales, dado que estas plataformas juegan un papel cada vez más importante en la vida cotidiana y en las decisiones personales, es crucial entender cómo las estructuras algorítmicas, las normas sociales digitales y la exposición constante a imágenes de felicidad o sufrimiento moldean las formas de expresión y las expectativas sociales. Un estudio detallado sobre la influencia de las redes sociales podría identificar cómo estas plataformas refuerzan o mitigan los efectos de la positividad tóxica, así como las estrategias que los usuarios emplean para manejar su bienestar emocional en este entorno.

La complejidad del fenómeno de la positividad tóxica en la sociedad contemporánea requiere un abordaje interdisciplinario que permita comprender sus múltiples dimensiones y sus implicaciones en diferentes ámbitos de la vida social, es fundamental integrar perspectivas y metodologías de diversas disciplinas que puedan aportar una visión más completa y matizada del problema. Es importante establecer un diálogo continuo entre las diferentes disciplinas para desarrollar marcos analíticos que integren múltiples niveles de análisis y perspectivas teóricas. Además, se recomienda adoptar un enfoque mixto que combine métodos cualitativos y cuantitativos que permitan arrojar datos con una amplitud mayor.

Por último, la investigación debería prestar especial atención a las implicaciones prácticas de sus hallazgos, sería valioso investigar intervenciones o estrategias que promuevan un equilibrio emocional más saludable en el uso de redes sociales, esto podría incluir estudios sobre programas educativos que aumenten la alfabetización emocional y digital, ayudando a los usuarios a navegar estas plataformas de manera más consciente y auténtica. La investigación futura también podría centrarse en las formas de fomentar espacios virtuales donde las emociones cómodas e incómodas sean valoradas y validadas, promoviendo una cultura digital más inclusiva y empática. La implementación de estas recomendaciones permitirá desarrollar una investigación robusta y significativa que contribuya tanto al conocimiento académico como a la comprensión pública de la positividad tóxica y sus efectos en la sociedad contemporánea.

## Referencias

- Abramson, L. Y., Seligman, M. E. P., & Teasdale, J. D. (1978). Learned helplessness in humans: Critique and reformulation. *Journal of Abnormal Psychology, 87*(1), 49–74. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.87.1.49>
- Acevedo, M. (2011). *El Proceso De Codificación En Investigación Cualitativa*. Contribuciones a las Ciencias Sociales, Servicios Académicos Intercontinentales SL.
- Ahmed, S. (2010). *The promise of happiness*. Duke University Press.
- Alicke, M. D. (1985). Global self-evaluation as determined by the desirability and controllability of trait adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology, 49*(6), 1621–1630. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.6.1621>
- Alonso, L. (1995). Sujeto y discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. CAP 8.
- Alicke, M. D., & Govorun, O. (2006). The Better-Than-Average Effect. In T. R. Schaller, & M. D. Alicke (Eds.), *Social Cognition: From Brains to Culture* (pp. 315-337). Routledge.
- Alonso, L. (1999). Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En Delgado, J y Gutierrez, J, *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid. Editorial Síntesis. pp. 225-239
- Altimira, M. (2023). *El impacto de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes españoles: El caso de Instagram y TikTok* [Trabajo de fin de grado]. Universitat Autònoma de Barcelona. [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2023/284551/TFG\\_Altimira\\_Garcia\\_Martina.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2023/284551/TFG_Altimira_Garcia_Martina.pdf)
- Álvarez, B. (2021). When too much of a good attitude becomes toxic. *NEA Today*. Recuperado el 25 de marzo de 2024, de <https://www.nea.org/nea-today/all-news-articles/when-too-much-good-attitude-becomes-toxic>
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7.<sup>a</sup> ed.). American Psychological Association.
- Anduiza, E., Méndez, M., & Crespo, I. (1999). *Metodología de la ciencia política*. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Arango, J. L. (2000). Enfermedades respiratorias del recién nacido. En J. A. Correa, J. F. Gómez, & R. Posada (Eds.), *Fundamentos de pediatría: Generalidades y neonatología* (pp. 463–467). Fondo Editorial CIB.
- Archer, M. (1995). *Realist social theory: The morphogenetic approach*. Cambridge University Press.
- Armor, D. A., & Taylor, S. E. (1998). Situated optimism: Specific outcome expectancies and self-regulation. *Advances in Experimental Social Psychology, 30*, 309–379. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60386-X](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60386-X)
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. En H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men* (pp. 177-190). Carnegie Press.
- Baker, D. W., Gazmararian, J. A., Williams, M. V, Scott, T., Parker, R. M., Green, D., Ren, J., & Peel, J. (2002). Functional Health Literacy and the Risk of Hospital Admission Among Medicare Managed Care Enrollees. *American Journal of Public Health, 92*(8), 1278–1283. <https://doi.org/c7fvj5>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>



- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Banet, S. (2012). *Authentic: The politics of ambivalence in a brand culture*. NYU Press.
- Basterra, M., & Cabrera, L. (2021). *Las redes sociales y su influencia en trastornos como la depresión en los jóvenes*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. Repositorio institucional de la Universidad de La Laguna. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23966>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. University of Michigan Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Baym, N. K. (2015). *Conexiones personales en la era digital*. Alianza Editorial.
- Beauchamp TL, Childress JF. (2009). *Principles of Biomedical Ethics*. 6<sup>a</sup> ed. New York: Orxford University Press.
- Beauchamp, T. L., & Childress, J. F. (2009). *Principles of biomedical ethics* (6.<sup>a</sup> ed.). Oxford University Press.
- Beck, A. T., Epstein, N., & Harrison, R. (1983). Cognitions, attitudes and personality dimensions in depression. *British Journal of Cognitive Psychotherapy*.
- Béjar, H. (2011). Cultura psicoterapéutica y autoayuda. El código psicológico-positivo. *Papers: Revista de Sociología*, 96(2), 341–360.
- Berlant, L. (2011). *Optimismo cruel*. Duke University Press. Obtenido de Sinclair, E., Hart, R., & Lomas, T. (2020). ¿Puede la positividad ser contraproducente cuando se sufre violencia doméstica? Una revisión narrativa. *Revista Internacional de Bienestar*, 10(1), 26–53. <https://doi.org/10.5502/ijw.v10i1.754>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3<sup>a</sup> ed.) Bogotá, Colombia: Pearson.
- Biblioteca Universidad de San Buenaventura. (2016, mayo 3). *Consulta Biblioteca Digital USB Colombia* <http://bibliotecadigital.usb.edu.co/> acceso a más de 2.600 documentos en texto completo. #Biblioteca #USBMed [tweet]. Twitter. <http://bit.ly/2MmUp88>
- Blasco, L. (2020, 10 de diciembre). *Qué es la positividad tóxica y por qué puede ser una trampa*. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55185708>
- Bonanno, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *American Psychologist*, 59(1), 20–28. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.1.20>
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Nomos.
- Boniwell, I., & Zimbardo, P. G. (2004). Balancing time perspective in pursuit of optimal functioning. En P. A. Linley & S. Joseph (Eds.), *Positive psychology in practice* (pp. 165–178). Wiley.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Bowlby, J. (1988). *A secure base: Parent-child attachment and healthy human development*. Basic Books.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.



- Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima: El libro definitivo sobre la autoestima por el importante especialista en la materia* (J. Vigil Rubio, Trad.). Paidós Ibérica.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard University Press.
- Brown, B. (2018). *Dare to lead: Brave work. Tough conversations. Whole hearts*. Random House.
- Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Paidós.
- Callejo, J. M. M. (2022, mayo 19). Aspectos emocionales del exceso de positividad o positividad tóxica. *Nueva Tribuna*. <https://www.nuevatribuna.es/articulo/sociedad/aspectos-emocionales-positividad-toxica-psicologia/20220518152623198697>
- Campbell, J. D. (1986). Similarity and uniqueness: The effects of attribute type, relevance, and individual differences in self-esteem and depression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 281–294.
- Campbell-Sills, L., Barlow, D. H., Brown, T. A., & Hofmann, S. G. (2006). *Effects of suppression and acceptance on emotional responses of individuals with anxiety and mood disorders*. *Behaviour Research and Therapy*, 44(9), 1251-1263. 10.1016/j.brat.2005.10.001.
- Carmona, R. (2021, 11 de julio). Positividad tóxica: el peligro de ver siempre el lado bueno de las cosas. *La Vanguardia*. <http://surl.li/amt1b>
- Carrazana, V. (2003). El concepto de salud mental en psicología humanista-existencial. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSA*, 1(1), 1–19.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1981). *Attention and Self-Regulation: A Control-Theory Approach to Human Behavior*. New York: Springer-Verlag.
- Castaño, C., & Quecedo, R. (2003). Introducción a la investigación de metodología cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, (14), 5–39.
- Celebrado, B.S. (2002). La tiranía de la actitud positiva en Estados Unidos: observación y especulación. *Revista de Psicología Clínica*, 58(9), 965-992.
- Chambers, D. (2013). *Social media and personal relationships: Online intimacies and networked friendship*. Palgrave Macmillan.
- Cherry, K. (2021). What is toxic positivity? *Verywell Mind*. <https://www.verywellmind.com/what-is-toxic-positivity-5093958>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2009). *Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives*. Little, Brown Spark.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5ª ed.). Allyn & Bacon.
- Coffey, A., & Atkinson, P. (2003). Capítulo 1: Variedad de datos y variedad de análisis, y Capítulo 2: Los conceptos y la codificación. En *encontrar el sentido a los datos cualitativos*. Universidad Nacional de Antioquia.
- Colegio de Psicólogos. (2019, noviembre 2). *La toxicidad psicológica y su impacto en la salud mental*. <https://colegiodepsicologossj.com.ar/toxicidad-psicologica/>
- Collective Academy. (2023, 13 de marzo). Positividad tóxica: ¿Peor que la negatividad?. *Collective Academy*. <https://www.blog.collectiveacademy.com/positivismo-toxico/>

- Concha, D., Bilbao, M., Gallardo, I., Páez, D., & Fresno, A. (2012). Sesgos cognitivos y su relación con el bienestar subjetivo. *Salud & Sociedad: Investigaciones en Psicología de la Salud y Psicología Social*, 3(2), 115–129. [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-74752012000200001](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-74752012000200001)
- Congreso de la República. (2006, 6 de septiembre). Ley 1090 de 2006. *Diario Oficial* No. 46.383. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1090\\_2006.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1090_2006.html)
- Corbetta, P. (2003). *La ricerca sociale: metodologia e tecnica. III Le tecniche qualitative*. Bologna: Il Mulino.
- Corral, M. M. (2020, mayo 11). La codificación en la investigación cualitativa. *MMCORRAL – Métodos Avanzados de Investigación 1*. <https://www.metodos.work/2020/05/11/la-codificacion-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Cristina, I., & Cabrera, M. (2021, septiembre). Impacto de las redes sociales en la salud mental y bienestar de las personas. En *Cibamanz2021*.
- Cueto, E. (2020). Investigación cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3).
- Dalbert, C. (2002). Beliefs in a just world as a buffer against anger. *Social Justice Research*, 15, 123-145.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business Press.
- David, S. (2016). *Emotional agility: Get unstuck, embrace change, and thrive in work and life*. Avery.
- David, S. (2018). *Emotional agility: Get unstuck, embrace change, and thrive in work and life*. Avery Publishing Group.
- Dávila, H. (1994). La salud mental. Difusión en investigación. *Ministerio de Desarrollo Humano – Secretaria Nacional de Salud*, 7, 11-15.
- Dávila, H. (1995). Departamento Nacional de Salud Mental. *Boletín de PREID*.
- Davini, G., Gellon de Salluzi, & Rossi. (1978). *Psicología general*. Argentina: Kapelusz.
- De Botton, A. (2004). *Status anxiety*. Penguin UK.
- Delgado, P. (2020). ¿Qué es el positivismo tóxico? *Observatorio/Instituto para el Futuro de la Educación*. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/positivismo-toxico/>
- Dos Santos, F. & Alejandrez, R. (2021). Peste, mesianismo político y positividad tóxica. La eco-teología como alternativa latinoamericana. *Revista Cubana de Educación Superior*, 40(Supl. 1), Epub 01 de noviembre de 2021. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0257-43142021000400022&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0257-43142021000400022&lng=es&nrm=iso)
- Dos Santos, F. E., & Alejandrez, R. T. (2021). Peste, mesianismo político y positividad tóxica: La eco-teología como alternativa latinoamericana. *Revista Cubana de Educación Superior*, 40(Supl. 1), 1-22. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0257-43142021000400022](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142021000400022)
- Dubos, R. (1975). *El espejismo de la salud*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ehrenberg, A. (2000). *La fatiga de ser uno mismo: Depresión y sociedad*. Nueva Visión
- Ehrenreich, B. (2009). *Bright-sided: How the relentless promotion of positive thinking has undermined America*. Metropolitan Books.
- Ekman, P. (1975). *La expresión de las emociones en el hombre y los animales*. Alianza Editorial.

- El Espectador. (2012). Tutelas por un acetaminofén: tratamientos, medicamentos y cirugías, las mayores causas de reclamo. El 67,81% de los casos correspondían a servicios incluidos en el plan de beneficios. En *El Espectador*. Disponible en <https://bit.ly/3mr4I8Q>
- En E. K. Silbergeld, Capítulo 33. Toxicología- INSST. Madrid: Oficina Internacional del Trabajo.
- Engeln, R. (2017). *Beauty sick: How the cultural obsession with appearance hurts girls and women*. HarperCollins.
- Engeström, Y. (1987). *Learning by expanding: An activity-theoretical approach to developmental research*. Orienta-Konsultit.
- Epsiba Psicología. (2019, 5 de marzo). *Las emociones y su función*. Epsiba Psicología. <https://epsibapsicologia.es/las-emociones-y-su-funcion/>
- Fehr, E., & Fischbacher, U. (2002). Why social preferences matter—the impact of non-selfish motives on competition, cooperation and incentives. *The Economic Journal*, 112(478), C1-C33. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00027>
- Feltner, M. E. (2023). *Toxic Positivity and Perceptions of Mental Health*. Senior Theses. 607. [https://scholarcommons.sc.edu/senior\\_theses/607](https://scholarcommons.sc.edu/senior_theses/607)
- Fernández, M. (2022, diciembre 21). Positivismo tóxico: el peligro del exceso de optimismo. *Awen Psicología*. <https://awenpsicologia.com/el-positivismo-toxico/>
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521-527. [http://www.revistasaludmental.mx/index.php/salud\\_mental/article/view/SM.0185-3325.2013.063/2270](http://www.revistasaludmental.mx/index.php/salud_mental/article/view/SM.0185-3325.2013.063/2270)
- Ferrero, L. (2020). Todo irá bien. *El País*. Disponible en <https://elpais.com/opinion/2020-08-28/todo-ira-bien.html>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. Disponible en <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Fisher, R.M. (2019). *Cómo la "cultura de la positividad" debilita los estudios del miedo*. Escuela Werklund de Investigación y Publicaciones Educativas, Universidad de Calgary, PRISM: Repositorio digital de la Universidad de Calgary.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Morata.
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2021, julio 21). *Redes sociales y adolescentes: lo que tenés que saber*. UNICEF Uruguay. Disponible en <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/redes-sociales-y-adolescentes-lo-que-tenes-que-saber>
- Foucault, M. (1975). *Discipline and punish: The birth of the prison*. New York: Vintage Books.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218–226. Disponible en <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Fredrickson, B. L. (2009). *Positivity: Groundbreaking research reveals how to embrace the hidden strength of positive emotions, overcome negativity, and thrive*. Crown.
- Fredrickson, B. L., & Levenson, R. W. (1998). Positive emotions speed recovery from the cardiovascular sequelae of negative emotions. *Cognition & Emotion*, 12(2), 191–220. <https://doi.org/10.1080/026999398379718>

- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. Disponible en <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Friestad, M., & Wright, P. (1994). The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 1-31. Disponible en <https://doi.org/10.1086/209380>
- Fromm, E. (1976). *¿Tener o ser?* Fondo de Cultura Económica.
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Fuster, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Disponible en <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- García, D., & Cobo, R. (2020). Aportes de la Psicología Positiva a la salud mental frente a la pandemia por COVID-19. *CienciAmérica*, 9(2), 1-10. Disponible en <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.323>
- Gerbner, G. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. En J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum Associates.
- Gianturco, G. (2005). *L'intervista cualitativa. Facoltà di Psicologia*. Università degli studi di Roma La Sapienza. Roma.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Giles, H., Coupland, J., & Coupland, N. (1991). Contexts of accommodation: Developments in applied sociolinguistics. Cambridge University Press.
- Gillespie, T. (2014). La relevancia de los algoritmos. En T. Gillespie, P. J. Boczkowski y K. A. Foot (Eds.), *Tecnologías mediáticas: Ensayos sobre comunicación, materialidad y sociedad* (pp. 167-194). MIT Press.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Goldenberg, A., & Gross, JJ (2020). Contagio de emociones digitales. *Tendencias en Ciencias Cognitivas*, 24 (4), 316. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=57506>
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2(4).
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam Books.
- González, R., & Parra, N. (2024). Neurociencia de las Emociones: Revisión Actualizada. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 4527-4557. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2.10875](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10875)
- González, Y., Rosell, Y., Piedra, Y., Leal, O., & Marín, F. (2006). Los valores del profesional de la información ante el reto de la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *ACIMED*, 14(5). Disponible en <https://bit.ly/2VgAbP7>
- Goodman, W. (2021). *Toxic positivity: Keeping it real in a world obsessed with being happy*. TarcherPerigee.
- Google. (2015). *Micro-Moments: Your Guide to Winning the Shift to Mobile*. Think with Google. Disponible en <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/temas/micromomentos/como-micromomentos-cambian-reglas-juego/>
- Gottman, J. M., Katz, L. F., & Hooven, C. (1996). Filosofía meta-emocional parental y la vida emocional de las familias: Modelos teóricos y datos preliminares. *Journal of Family Psychology*, 10(3), 243-268. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.10.3.243>



- Gowen, K., Deschaine, M., Gruttadara, D., & Markey, D. (2012). Young adults with mental health conditions and social networking websites: seeking tools to build community. *Psychiatric rehabilitation journal*, 35(3), 245–250. <https://doi.org/10.2975/35.3.2012.245.250>
- Grandey, A. A. (2003). Cuando "el espectáculo debe continuar": Actuación superficial y profunda como determinantes del agotamiento emocional y la prestación de servicios calificada por pares. *Academy of Management Journal*, 46(1), 86–96. <https://doi.org/10.5465/30040678>
- Greele, R. (1990). La historia y sus lenguajes en la entrevista de historia oral, quién contesta a las preguntas de quién y por qué. *Historia y Fuente Oral*, 5, 106–127.
- Gross, J. J. (1998). El campo emergente de la regulación emocional: Una revisión integradora. *Review of General Psychology*, 2(3), 271–299. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.3.271>
- Gross, J. J. (2002). Emotion regulation: Affective, cognitive, and social consequences. *Psychophysiology*, 39(3), 281–291.
- Gross, J. J. (2015). Regulación emocional: Estado actual y perspectivas futuras. *Psychological Inquiry*, 26(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2014.940781>
- Gross, J. J., & Levenson, R. W. (1997). Hiding feelings: The acute effects of inhibiting negative and positive emotion. *Journal of Abnormal Psychology*, 106(1), 95–103. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.106.1.95>
- Guerrero, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Guinsberg, E. (2001). *La salud mental en el neoliberalismo*. México D.F: Plaza y Janés.
- Hafer, C. L., & Bègue, L. (2005). Experimental research on just-world theory: Problems, developments, and future challenges. *Psychological Bulletin*, 131(1), 128–167. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.1.128>
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio* (2ª ed.). Barcelona: Herder Editorial.
- Han, B.-C. (2015). *La sociedad del cansancio*. Herder Editorial.
- Han, B.-C. (2017). *La sociedad del cansancio* (2ª ed.). Barcelona: Herder Editorial.
- Haselton, M. G., Nettle, D., & Murray, D. R. (2015). The evolution of cognitive bias. En D. Buss (Ed.), *The handbook of evolutionary psychology* (2ª ed., pp. 968–987). John Wiley & Sons Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119125563.evpsych241>
- Hayes, S. C., Strosahl, K. D., & Wilson, K. G. (1999). *Acceptance and commitment therapy: An experiential approach to behavior change*. Guilford Press.
- Heidegger, M. (2006). *Introducción a la fenomenología de la religión*. Fondo de Cultura Económica.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. John Wiley & Sons.
- Heine, S. J., y Lehman, D. R. (1997). The cultural construction of self-enhancement: An investigation of group-serving biases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(6), 1268–1283. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.72.6.1268>
- Held, B. S. (2002). The tyranny of the positive attitude in America: Observation and speculation. *Journal of Clinical Psychology*, 58(9), 965–991. <https://doi.org/10.1002/jclp.10093>
- Hemilse Acevedo, M. (2011). El proceso de codificación en investigación cualitativa. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/>

- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Hooper, T. (2010). *El Discurso del Rey [The King's Speech]*. UK Film Council; See Saw Films; Bedlam Productions.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Husserl, E. (1992). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Fondo de Cultura Económica
- Husserl, E. (1998). *Invitación a la fenomenología*. Barcelona: Paidós.
- Illouz, E. (2007). *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Polity Press.
- Illouz, E. (2008). *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*. University of California Press.
- Illouz, E. (2012). *Why love hurts: A sociological explanation*. Polity Press.
- Institute of Electrical and Electronics Engineers [IEEE]. (2006). *IEEE Std P802.15.4/D6: Approved Draft Revision for IEEE Standard for Information technology-Telecommunications and information exchange between systems-Local and metropolitan area networks-Specific requirements-Part 15.4b: Wireless Medium Access Control*. IEEE.
- International Business Machine [IBM]. (2020). *SPSS (Versión 27.0)* [software]. IBM.
- Jefferson, A., Bortolotti, L., & Kuzmanovic, B. (2016). What is unrealistic optimism? *Consciousness and Cognitions*, 50, 3-11. [10.1016/j.concog.2016.10.00](https://doi.org/10.1016/j.concog.2016.10.00).
- Joffe Ellis, D. (2021). *When positive thinking goes too far: The perils of toxic positivity*. Routledge.
- Joiner, T. E., Brown, J. S., & Wingate, L. R. (2005). The psychology and neurobiology of suicidal behavior. *Annual Review of Psychology*, 56, 287-314.
- Jurgenson, N. (2012). When atoms meet bits: Social media, the mobile web and augmented revolution. *Future Internet*, 4(1), 83-91. <https://doi.org/10.3390/fi4010083>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Katz, E., Blumler, J. G. y Gurevitch, M. (1974). Investigación sobre usos y gratificaciones. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Sage.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S.R. Steinberg (Eds.), *Media literacy: A reader* (pp. 3-23). New York: Peter Lang Publishing.
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media*. We Are Social Inc. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A multicomponent conceptualization of authenticity: Theory and research. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 38, pp. 283-357). Academic Press

- Kim, H. K., & Niederdeppe, J. (2013). The role of emotional response during an H1N1 influenza pandemic on a college campus. *Journal of Public Relations Research*, 25(1), 30-50. 10.1080/1062726X.2013.739100
- Klaassen, C. D. (Ed.). (2018). *Casarett & Doull's Toxicology: The Basic Science of Poisons* (9th ed.). McGraw Hill.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing*. Pearson.
- Kramer, A. D. I. (2012). The spread of emotion via Facebook. In *Proceedings of the 2012 ACM Annual Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '12* (pp. 1-6). ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2207676.2207787>
- Labov, W. (1994). *Principles of linguistic change: Internal factors*. Blackwell.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emoción y adaptación*. Oxford University Press.
- Lee, Y. T., y Seligman, M. E. P. (1997). Are Americans more optimistic than Chinese? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 32-40.
- Leetaru, K. (2019, 14 de junio). *Problema de positividad de Instagram: ¿realmente necesitamos toxicidad para disfrutar de la Web?* Forbes. <http://surl.li/jjccqb>
- Linehan, M. M. (1993). *Tratamiento cognitivo-conductual del trastorno de personalidad límite*. Guilford Press.
- Lipkus, I. M., & Siegler, I. C. (1993). The belief in a just world and perceptions of discrimination. *Journal of Psychology*, 127, 465-474. <https://doi.org/10.1080/00223980.1993.9913873>
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Anagrama.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2013). *L'esthétisation du monde: Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Gallimard.
- López, C. (29 de enero de 2018). Importancia de la transcripción en investigación cualitativa. *Sociología necesaria*. <http://surl.li/rntygi>
- Lupano Perugini, María Laura, & Castro Solano, Alejandro. (2010). Psicología positiva: análisis desde su surgimiento. *Ciencias Psicológicas*, 4(1), 43-56. Recuperado en 18 de febrero de 2024. [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1688-42212010000100005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212010000100005&lng=es&tlng=es).
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American journal of Sociology*, 79(3), 589-603. <https://doi.org/10.1086/225585>
- Mammoliti, M. (Presentadora). (2023, 04 de enero). ¿Qué pasa cuando soy optimista a cualquier costo? (Núm. 5) [Episodio de podcast de audio]. En *Psicología al desnudo*. Parque podcast. <https://open.spotify.com/episode/3lQPpyKyEwqeWgeH8TzbVwN?si=Vkm8xFVmSo2lyEOnp6jExw>
- Martel, I. (2021). Impacto de las redes sociales en la salud mental y bienestar de las personas. Cibamanz. <https://cibamanz2021.sld.cu/index.php/cibamanz/cibamanz2021/paper/viewFile/710/461>
- Martínez, B. (18 de junio de 2023). *Si yo puedo, tú puedes: cuando la positividad se vuelve tóxica*. LinkedIn. <http://surl.li/vcjdfd>
- Marwick, A. E. (2013). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press.

- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Masciantonio, A., & Bourguignon, D. (2024). Too positive to be tweeted? An experimental investigation of emotional expression on Twitter and Instagram. *Media Psychology*, 27(2), 243–270. <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2236935>
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). Comprendiendo la experiencia del burnout: Investigaciones recientes y sus implicaciones para la psiquiatría. *Psiquiatría Mundial*, 15(2), 103-111.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Masten, A. S. (2001). *Ordinary magic: Resilience processes in development*. *American Psychologist*, 56(3), 227-238.
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative research design: an interactive approach*. SagePublications, 1996. Páginas 1-13. Traducción de María Luisa Graffigna. 1. Un modelo para el diseño de investigación cualitativo.
- McIntosh, P. (1988). *White privilege: Unpacking the invisible knapsack*. Center for Research on Women, Wellesley College.
- McQuail, D. (1979). The influence and effects of mass media. In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass communication and society* (pp. 70-93). Sage.
- Mebarak, M., Castro, A., Salamanca, M. D., & Quintero, M. F. (2009). Salud mental: Un abordaje desde la perspectiva actual de la psicología de la salud. *Psicología desde el Caribe*, 23, 83-112.
- Mersey, R. D., Malthouse, E. C., & Calder, B. J. (2010). Engagement with online media. *Journal of Media Business Studies*, 7(2), 39-56. <https://doi.org/10.1080/16522354.2010.11073506>
- Merton, R. K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *The Antioch Review*, 8(2), 193-210. <https://doi.org/10.2307/4609267>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (11 de octubre de 2023). *Encuesta de Minsalud revela que el 66,3% de los colombianos declara haber enfrentado algún problema de salud mental* [Comunicado de prensa]. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/66-porciento-de-colombianos-declara-haber-enfrentado-algun-problema-de-salud-mental.aspx>
- Ministerio de Salud. (1993, 4 de octubre). Resolución número 8430 de 1993. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/RESOLUCION-8430-DE-1993.PDF>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa: Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.
- Muro, G. (2020). *Toxicidades. Aproximación a una metáfora insistente*. El Quirófano Fractal. [https://espectros.com.ar/wp-content/uploads/Toxicidades\\_por-Gabriel-Muro.pdf](https://espectros.com.ar/wp-content/uploads/Toxicidades_por-Gabriel-Muro.pdf)
- Narváez, M. (s.f.). *Método de investigación cualitativo: Qué es y cómo usarlo*. Questionpro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-de-investigacion-cualitativo/>
- National Education Association. (2021). *Cuando demasiada buena actitud se vuelve tóxica*. <https://www.nea.org/advocating-for-change/new-from-nea/when-too-much-good-attitude-becomes-toxic>
- Navarro, J., Medina, O., Andrade, C., Chacin, M., y Bermúdez, V. (2020). Cultura de paz en la pandemia por SARS-COV-2: confinamiento, tics y las redes sociales. *Gaceta Médica de*



- Caracas, 128(Supl. 2), S350-S358.  
<https://drive.google.com/file/d/1KYTYq26AyrSLeeG6F2NnrgJcj5R8jXQG/view>
- Neff, K. (2011). *Autocompasión: el poder comprobado de ser amable con uno mismo*. William Morrow.
- Norem, J. K., & Cantor, N. (1986). Defensive pessimism: Harnessing anxiety as motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1208-1217. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1208>
- Norman, C. D., & Skinner, H. A. (2006). eHealth literacy: essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of medical Internet research*, 8(2), e9. <https://doi.org/10.2196/jmir.8.2.e9>
- Oblitas, L. (2005). *Psicología de la salud y calidad de vida*. México: Thompson.
- Organización Mundial de la Salud. (17 de junio de 2022). Salud mental: fortalecer nuestra respuesta. <http://surl.li/pkoyvw>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Oxford Languages. (2018). *Word of the Year 2018*. Oxford University Press. Recuperado de <https://languages.oup.com/word-of-the-year/>
- Pacheco, G. (2005). El concepto de salud mental. Consultado el 7 de marzo de 2024 de <http://www.psicomed.net/saludmental.html>
- Papacharissi, Z. (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity.
- Pariser, E. (2011). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.
- Pasquel, C., & Valerio, G. (2021). Contagio emocional en las redes sociales: El caso de COVID-19 en Facebook. *Texto Livre*, 14(1), e29080. <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.29080>
- Patiño, J. F. (2005). El juramento hipocrático. *Revista Colombiana de cirugía*, 20 (2), 63-64.
- Paul, R. (1990). *Critical Thinking: What Every Person Needs to Survive in a Rapidly Changing World*. Center for Critical Thinking and Moral Critique, Sonoma State University.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2020, noviembre 5). *Tóxico - Qué es, definición y concepto*. <https://definicion.de/toxico/>
- Peterson, C. (2000). The future of optimism. *American Psychologist*, 55(1), 44-55. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.44>
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (1984). Causal explanations as a risk factor for depression: Theory and evidence. *Psychological Review*, 91(3), 347-374.
- Peterson, C., Bishop, M. P., Fletcher, C. W., Kaplan, M. R., Yesko, E. S., Moon, C. H., Smith, J. S., Michaels, C. E., & Michaels, A. J. (2001). Explanatory style as a risk factor for traumatic mishaps. *Cognitive Therapy and Research*, 25(6), 633-649. <https://doi.org/10.1023/A:1012945120821>
- Peterson, C., Semmel, A., von Baeyer, C., Abramson, L., Metalsky, G., y Seligman, M. (1982). The attributional style questionnaire. *Cognitive Therapy and Research*, 6, 287-300. doi: 10.1007/BF01173577
- Plan Nacional de Salud Mental. (1985). Santa Cruz: *IV Seminario Taller de Salud Mental*.

- Pletikosa, I., & Michahelles, F. (2013). Online engagement factors on Facebook brand pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843-861. <https://doi.org/10.1007/s13278-013-0098-8>
- Posada, J. A. (2013). La salud mental en Colombia. *Biomédica*, 33(4), 497-498. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-41572013000400001&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-41572013000400001&lng=en&tlng=es)
- Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. En A. C. Eurich (Ed.), *High school 1980: The shape of the future in American secondary education* (pp. 160-168). Pitman.
- Poucke, M. V. (2022). 'You got this!': A critical discourse analysis of toxic positivity as a discursive construct on Facebook. *Applied Corpus Linguistics*, 2(1), 100015. <https://doi.org/10.1016/j.acorp.2022.100015>
- Quintero, S y Long, J. (2019). Toxic Positivity: The Dark Side of Positive Vibes. *The Psychology Group Fort Lauderdale*. <https://thepsychologygroup.com/toxic-positivity/>
- Ramírez H., A., & Guzmán, P. (s.f.). *Sistemas participativos de garantía SPG en Bogotá: la apuesta del proceso organizativo Familia de la Tierra*. <https://bit.ly/3mfvktD>
- Raude, J., Debin, M., Souty, C., Guerrisi, C., Turbelin, C., Falchi, A., Bonmarin, I., Paolotti, D., Moreno, Y., Obi, C., Duggan, J., Wisniak, A., Flahault, A., Blanchon, T., & Colizza, V. (2020). Are people excessively pessimistic about the risk of coronavirus infection? *Informe de Proyecto: An epidemic of fear? Behavioral, cognitive and emotional reaction to the risk of SARS-CoV-2 infection in Europe*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/364qj>
- Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española* (23.<sup>a</sup> ed.). <https://dle.rae.es>
- Requena, M., Gómez, E., & Muñoz-Rodríguez, D. (2018). El fetichismo de la transcripción: Cuando el texto pierde el lenguaje analógico. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 39, 79-101. <https://doi.org/10.5944/empiria.39.2018.20878>
- Rioja, G. (2008). *¿Judicialización de la salud? el caso de las personas sordas* [conferencia]. XIII Congreso de la Caja de Abogados de la Provincia de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Rivera, I. (2021). Positividad tóxica: una trampa para nuestra salud mental. *Así vamos en salud*. <http://surl.li/biogmb>
- Rizo, R. (2015). Supervenencia o nacimiento trascendental. *Ápeiron: Estudios de filosofía: Filosofía y fenomenología*, (3), 381-397. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5966462>
- Rodríguez, G., Flores, J & García, E. (1996). *Metodología de la investigación Cualitativa*. Granada, España: Aljibe
- Rodríguez, T., & Salgueiro, L. R. (2019). Salud Mental Integral y Atención Primaria de Salud en Pinar del Río. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río*, 23(6), 799-809. <http://surl.li/uvdgii>
- Rogers, C. (1959). Una teoría de la terapia, la personalidad y las relaciones interpersonales, desarrollada en el marco centrado en el cliente. En S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science* (Vol. 3, pp. 184-256). McGraw-Hill.
- Rogers, C. (1972) *Psicoterapia centrada en el cliente*. Paidós.
- Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rooke, A. (2020). *The tyranny of positivity: A philosophical critique of happiness culture*.

- Rose, N. (1990). *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. Routledge.
- Ross, M., y Fletcher, G. J. O. (1985). Attribution and Social Perception. En G. Lindzey y A. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 3, pp. 73-122). Addison-Wesley.
- Rothman, A. J., Kein, W. M., & Weinstein, N. D. (1996). Absolute and relative biases in estimations of personal risk. *Journal of Applied Social Psychology*, 26, 1213-1236. [10.1111/j.1559-1816.1996.tb01778.x](https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1996.tb01778.x)
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.
- Ruiz, G. A. (2014). *Hacia la comprensión de la retórica como contenido formativo para la configuración de un sujeto deliberativo* [tesis de maestría, Universidad de San Buenaventura Medellín]. Biblioteca Digital Universidad de San Buenaventura Colombia.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Sabate, F., Berbegal, J., Cañabate, A., & Leberherz, PR (2014). Factores que influyen en la popularidad del contenido de marca en las páginas de fans de Facebook. *Revista Europea de Gestión*, Elsevier BV, v. 32, n. 6, p. 1001-1011. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.05.001>
- Sabater, V. (2023). Martin Seligman y la psicología positiva. *La mente es maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/martin-seligman-la-psicologia-positiva/>
- Salovey, P., y Mayer, JD (1990). Inteligencia emocional. *Imaginación, cognición y personalidad*, 9(3), 185-211.
- Salovey, P.-Birnbaum, D. (1989): Influence of mood on health-relevant cognitions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 539-551.
- Sánchez, F., Rubio, J., Páez, D y Blanco, A. (1998). Optimismo ilusorio y percepción de riesgo. *Boletín de psicología*. 58, 7-17.
- Sautu, R. (2003). *Todo es teoría*. Buenos Aires. Editorial Lumiere.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimismo, afrontamiento y salud: Evaluación e implicaciones de las expectativas de resultado generalizadas. *Health Psychology*, 4(3), 219-247.
- Seligman, M. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Free Press.
- Seligman, M. (2003). Positive psychology: Fundamental assumptions. *American Psychologist*.
- Seligman, M. E. P. (2005). *La auténtica felicidad: La nueva psicología positiva y el camino hacia una vida de plenitud*. Editorial Kairós.
- Seligman, M. E. P. (2006). *Learned optimism: How to change your mind and your life*. Vintage Books.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being*. Free Press.
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: Empirical validation of interventions. *American Psychologist*, 60(5), 410-421. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410>
- Silbergeld, E. K. (1998). *Encyclopaedia of Occupational Health and Safety*, fourth edition.

- Sinclair, E., Hart, R., & Lomas, T. (2020). Can positivity be counterproductive when suffering domestic abuse?: A narrative review. *International Journal of Wellbeing*, 10(1), 26-53. <http://surl.li/zwasrw>
- Siurana, J. (2010). Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural. *Veritas*, (22), 121-157. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-9273201000010000610.5502/ijw.v10i1.754>.
- Sloterdijk, P. (2020). *Las epidemias políticas*. Ediciones Godot.
- Snyder, C. R. (2000). *Handbook of Hope: Theory, Measures, and Applications*. San Diego, CA: Academic Press.
- SocialNLP. (2022). *Proceedings of the Tenth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media*. Association for Computational Linguistics.
- Strauss, A. (1987): *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge, University Press.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. <http://atlas.umss.edu.bo:8080/jspui/bitstream/123456789/900/1/LD-300-243.pdf>
- Substance Abuse and Mental Health Services Administration. (2023, 24 de abril). ¿Qué es la salud mental? <https://www.samhsa.gov/salud-mental>
- Svenson, O. (1981). Are we all less risky and more skillful than our fellow drivers? *Acta Psychologica*, 47, 143- 148. doi: 10.1016/0001- 6918(81)90005-6
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-37). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Taylor, S. & E.-Brown, (1988): Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, 193-210.
- Tellería, A., & Vía, F. (2006). Prejuicios sobre la demanda de servicios de salud mental en estudiantes de un instituto rural de formación superior. *Ajayu*, 4(1), 41-58. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-21612006000100003](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612006000100003)
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Thorson, K. y Wells, C. (2016). Flujos curados: Un marco para mapear la exposición a los medios en la era digital. *Communication Theory*, 26(3), 309-328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>
- Tonon, G. (2009). La entrevista semi-estructurada como técnica de investigación. *Graciela Tonon (comp.)*, 46, 45-73. [https://colombofrances.edu.co/wp-content/uploads/2013/07/libro\\_reflexiones\\_latinoamericanas\\_sobre\\_investigacin\\_cu.pdf#page=48](https://colombofrances.edu.co/wp-content/uploads/2013/07/libro_reflexiones_latinoamericanas_sobre_investigacin_cu.pdf#page=48)
- Tufekci, Z. (2015). Daños algorítmicos más allá de Facebook y Google: Desafíos emergentes de la agencia computacional. *Colorado Technology Law Journal*, 13, 203-218.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.
- Ubillos, S., Páez, D., Mayordomo, S., & Sánchez, F. (2003). Sesgos cognitivos y explicaciones asociadas como factores determinantes de las conductas sexuales de riesgo. *Revista de Psicología Social*, 18(3), 261-279.

- Universidad San Sebastián. (27 de agosto de 2021). *Positividad tóxica en redes sociales*. <https://www.uss.cl/noticias/positividad-toxica-redes-sociales/>
- Upadhyay, I. S., Srivatsa, K. A., & Mamidi, R. (2022). Towards toxic positivity detection. In *Proceedings of the tenth international workshop on natural language processing for social media* (pp. 75-82). <https://aclanthology.org/2022.socialnlp-1.7>
- Van der Pligt, J. (1995). Perceived risk and risk-taking behavior. En A. S. R. Manstead & M. Hewstone (Eds.), *The Blackwell encyclopaedia of social psychology*. Basic Blackwell.
- Van Dijk, T. (1980). Algunas notas sobre la ideología y teoría del discurso. *Semiosis*, (5), 37-53.
- Van Maanen, J. (1983). *Qualitative Methodology*. SAGE Publications.
- Van Maanen, J. (1983). *Qualitative methodology*. Sage.
- Vázquez, C. (2013). La psicología positiva y sus enemigos: Una réplica en base a la evidencia científica. *Papeles del Psicólogo*, 34(2), 91-115.
- Vela, L. (2021). *El rol de las redes sociales en la pandemia del covid-19*. *GeoGraphos*, 12(137), 121-132. Doi: 10.14198/GEOGRA2021.12.137.
- Vives, T., & Hamui, L. (2021). La codificación y categorización en la teoría fundamentada, un método para el análisis de los datos cualitativos. *Investigación en Educación Médica*, 10(40), 97-104. <https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2021.40.21367>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. y Eckles, K. (2014). Comparación social, redes sociales y autoestima. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wahl, K. (2019). *Emotions, media and politics*. John Wiley & Sons.
- Wang, N. (1999). Repensando la autenticidad en la experiencia turística. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Wegner, D. M., Schneider, D. J., Carter, S. R., & White, T. L. (1987). Paradoxical effects of thought suppression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(1), 5-13. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.1.5>
- Williams, J. (2018). *Stand out of our light: Freedom and resistance in the attention economy*. Cambridge University Press.
- Winnicott, D. W. (1965). *The maturational processes and the facilitating environment: Studies in the theory of emotional development*. Hogarth Press and the Institute of Psycho-Analysis
- Wood, J. V., Perunovic, W. Q. E., & Lee, J. W. (2009). Yo positivo declaraciones. *Psychological Science*, 20(7), 860-866. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02370.x>
- Wu, T. (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Knopf.
- Wylie, R.C. (1979). *The self-concept: Theory and research on selected topics*. Lincoln: University of Nebraska Press.



---

## Anexos

### Anexo 1. Consentimiento informado para el desarrollo de la investigación

#### **EXPLORANDO EL IMPACTO DEL POSITIVISMO TÓXICO EN LA SALUD MENTAL: UN ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES Y EXPERIENCIAS DE LOS JÓVENES A TRAVÉS DE INSTAGRAM EN YARUMAL**

Identificación de las investigadoras

Nombres: Aura María Berrío Chavarría y Sandra Natalia Betancur Hincapié

Teléfonos: 3106641558 - 3135070518

Correos: [aura.berrio@udea.edu.co](mailto:aura.berrio@udea.edu.co) [snatalia.betancur@udea.edu.co](mailto:snatalia.betancur@udea.edu.co)

#### **Introducción**

A usted señor(a) \_\_\_\_\_ se le ofrece la posibilidad de participar en la investigación “explorando el impacto del positivismo tóxico en la salud mental: un estudio de las representaciones y experiencias de los jóvenes a través de Instagram en Yarumal”, a realizarse durante el período mayo – noviembre

Usted debe saber que:

- La participación es de carácter voluntario, lo que significa que tienes la libertad de elegir si desea participar o no. Su participación será completamente confidencial y sus respuestas serán tratadas de forma anónima. Si decide participar, le pediremos que firme un consentimiento informado, lo que indica que ha comprendido los detalles del estudio y está de acuerdo en participar voluntariamente. Sin embargo, si en algún momento durante el estudio decide retirarse, tiene el derecho de hacerlo sin ninguna consecuencia. Su bienestar y autonomía son nuestra principal preocupación y respetamos plenamente su derecho a decidir si desea formar parte de esta investigación.

- La información recopilada en esta investigación será manejada con el más alto nivel de confidencialidad y se utilizará únicamente con propósitos académicos y científicos, todos los datos serán manejados de manera ética y respetando su privacidad en todo momento. No se compartirá ninguna información personal identificable con terceros sin su consentimiento explícito, a menos que sea requerido por ley. Además, los resultados de la investigación se presentarán de manera agregada y anónima, protegiendo así la identidad de los participantes. Tenemos presente el compromiso con el uso responsable de la información bajo los más estrictos estándares éticos para garantizar la integridad y la confiabilidad de los resultados obtenidos.
- Es importante destacar que no se ofrecerá ninguna forma de retribución económica por su participación en esta investigación. Esta decisión se ha tomado para garantizar que su participación sea completamente voluntaria y no esté influenciada por incentivos externos. Apreciamos sinceramente tu interés en contribuir al estudio y valoramos su tiempo y esfuerzo, queremos asegurarnos de que tenga toda la información necesaria para tomar una decisión informada sobre su participación en la investigación.

### **Información de la investigación.**

El objetivo de la investigación es comprender las representaciones que se forman los jóvenes entre los 18 y los 25 años del municipio de Yarumal acerca de la positividad tóxica y su relación con la salud mental en la red social Instagram, esta investigación pretende explorar la influencia de la positividad tóxica que se difunde a través de Instagram en la vida de los jóvenes, permitiendo conocer los significados y representaciones que tienen los jóvenes de un fenómeno emergente como la positividad tóxica y su relación con la salud mental. Esta investigación es de tipo cualitativo donde el análisis principal se centra en la interpretación y la subjetividad de los significados, los cuales al ser diversos contribuyen al conocimiento científico y una reflexión sobre sus implicaciones en la vida diaria, ayudando a comprender las características y la dinámica del fenómeno.

**Procedimiento:** se realizarán entrevistas semiestructuradas tomando como temas centrales la positividad tóxica en relación a la salud mental y la interacción con la red social de Instagram, se llevarán a cabo en las instalaciones de la Universidad de Antioquia Sede Norte y se harán de

forma individual con una duración aproximada de 40 minutos a 1 hora. El espacio destinado consistirá en un lugar que cuente con la privacidad suficiente para que los participantes se sientan seguros y cómodos para expresar sus opiniones. Es importante mencionar en este apartado que las entrevistas serán grabadas para su posterior transcripción obteniendo la información con el más alto grado de confiabilidad y detalle.

**Beneficios:** participar en esta investigación puede ser una experiencia enriquecedora tanto para los participantes como para la comunidad en general, ofreciendo la oportunidad de compartir sus opiniones y experiencias sobre un tema relevante que podría contribuir a mejorar la comprensión del fenómeno y aportar a la expansión, reflexión y exploración del conocimiento respecto a un tema emergente. Además, los participantes pueden aumentar la conciencia y la sensibilización sobre temas importantes, como la salud mental y la positividad tóxica fomentando un mayor entendimiento de estos mismos.

**Responsabilidades que asumen los investigadores frente a los riesgos que pueda generar la participación en la investigación:** dada la naturaleza íntima de los temas abordados en esta investigación, entendemos que algunos participantes podrían experimentar malestar emocional durante su participación. Como psicólogas en formación, estamos preparadas para manejar estas situaciones delicadas y proporcionar el apoyo necesario, contamos con los conocimientos básicos para realizar los primeros auxilios psicológicos y crear espacios de discusión seguros y respetuosos, donde los participantes puedan expresar sus preocupaciones o emociones relacionadas con los temas tratados. Nuestro objetivo es garantizar que todos los participantes se sientan cómodos y apoyados durante el proceso de investigación, si en algún momento sientes malestar emocional o necesitas hablar sobre algún aspecto en particular, estamos disponibles para escucharte y brindarte el apoyo necesario. Tu bienestar emocional es nuestra prioridad y estamos aquí para ayudarte en cualquier momento que lo necesites.

Esta investigación contempla los parámetros establecidos en la resolución N° 8430 de 1993 del Ministerio de salud, la cual establece las normas para la investigación en el área de la salud, y la Ley 1090 del 2006—Código Deontológico y Bioético en Psicología— que reglamenta el ejercicio de la profesión y establece los parámetros éticos que se deben cumplir.



---

**Reserva de la información y secreto profesional:** toda la información recopilada durante las entrevistas no contendrá detalles personales identificables, como nombres o lugares concretos, además, el investigador cambiará los nombres reales para mantener el anonimato y dichos datos no se incluirán en ningún informe o publicación derivados de esta investigación sin su permiso explícito. Lo anterior se fundamenta en el título VII, capítulo VII “de la investigación científica, la propiedad intelectual y las publicaciones”, la cual suscribe entre los artículos 49 al 56 que los profesionales en psicología dedicados a la investigación son responsables de salvaguardar los derechos de autor de la información utilizada, garantizando la transparencia, la integridad y la objetividad en el proceso investigativo. También se tomarán medidas para proteger su identidad, como proteger con contraseña los archivos electrónicos que contengan información sensible y almacenar los registros físicos en lugares seguros. En cuanto a los riesgos potenciales asociados a la participación en este estudio, se minimizarán mediante el diseño de preguntas de entrevista que no resulten incómodas ni intrusivas para los participantes, y garantizando la confidencialidad de todos los datos recogidos.

**EXPLORANDO EL IMPACTO DEL POSITIVISMO TÓXICO EN LA SALUD  
MENTAL: UN ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES Y EXPERIENCIAS DE LOS  
JÓVENES A TRAVÉS DE INSTAGRAM EN YARUMAL**

**Consentimiento informado**

Después de leer la información respecto a la investigación “explorando el impacto del positivismo tóxico en la salud mental: un estudio de las representaciones y experiencias de los jóvenes a través de Instagram en Yarumal” y de haber resuelto mis dudas e inquietudes, manifiesto que yo, \_\_\_\_\_, decido formar parte de la investigación como participante. Autorizo al investigador a usar la información recogida sobre la temática abordada en los encuentros.

Firmo este documento de CONSENTIMIENTO INFORMADO en presencia del investigador \_\_\_\_\_, y doy fe de mi libre decisión de participar de esta investigación y manifiesto que no ha habido ningún tipo de presión o coacción para participar en la investigación; además, dicha decisión la tomo en pleno uso de mis facultades mentales.

**Firma del participante:**

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Firma:** \_\_\_\_\_

**Cédula de ciudadanía N°** \_\_\_\_\_ **de:** \_\_\_\_\_

**Testigo**

**Firma del investigador:**

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Firma:** \_\_\_\_\_

**Cédula de ciudadanía N°** \_\_\_\_\_ **de:** \_\_\_\_\_

**Firmado en** \_\_\_\_\_ **el día** \_\_\_\_ **del mes** \_\_\_\_\_ **del año** \_\_\_\_\_.

**Firma del investigador:**

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Firma:** \_\_\_\_\_

**Cédula de ciudadanía N°** \_\_\_\_\_ **de:** \_\_\_\_\_

**Firmado en** \_\_\_\_\_ **el día** \_\_\_\_ **del mes** \_\_\_\_\_ **del año** \_\_\_\_\_.