Check for updates

DOI: https://doi.org/10.46502/issn.1856-7576/2024.18.04.20

Cómo citar:
Rojas-Bahamon, M.J., & Arbeláez-Campillo, D.F. (2024). Medios digitales y su impacto en la salud mental y la identidad. *Revista Eduweb*, *18*(4), 297-310. https://doi.org/10.46502/issn.1856-7576/2024.18.04.20

Medios digitales y su impacto en la salud mental y la identidad

Digital media and its impact on mental health and identity

Magda Julissa Rojas-Bahamon
https://orcid.org/0000-0003-4882-1476
mjulissa@gmail.com
Ph.D. Educación y cultura ambiental, MsC. Ciencias de la Educación, Esp. Seguridad de la Información, Esp. Pedagogía. Docente IE Jorge Eliécer Gaitán. Grupo de Investigación Primmate Colciencias, Colombia.

Diego Felipe Arbeláez-Campillo
https://orcid.org/0000-0002-9041-9563
dfaca@hotmail.com
MsC. Ciencias de la Educación. Grupo de Investigación Lenguajes, Representaciones y Educación, Universidad de la Amazonia, Colombia.

Recibido: 03/10/24
Aceptado: 12/12/24

Resumen

La omnipresencia de la información digital ha transformado la forma en que los jóvenes interactúan con los medios y construyen su identidad. Esta realidad plantea desafíos, como la diseminación de noticias falsas y el impacto en la salud mental. El presente estudio explora la relación entre los estudiantes de educación media en Colombia y la era digital, con el objetivo de comprender cómo navegan en el vasto océano de información digital y cómo esto influye en su alfabetización mediática, salud mental e identidad en el entorno escolar. Se empleó una metodología mixta, combinando encuestas y entrevistas para recopilar datos sobre hábitos de consumo de medios, percepciones de identidad y experiencias relacionadas con el bienestar mental. Los resultados revelaron una brecha en la capacidad de los estudiantes para discernir la veracidad de la información y gestionar la presión de presentar una autoimagen ideal en línea. Además, se observó una prevalencia de sentimientos de estrés y ansiedad asociados con el uso de medios digitales. Se concluye que es crucial implementar una educación mediática sólida en los currículos escolares para equipar a los jóvenes con las habilidades necesarias para interactuar de manera crítica y saludable con los medios digitales en la era moderna.

Palabras Clave: Influencia de los medios, alfabetización mediática, salud mental, identidad, análisis de redes sociales, currículo escolar.

Abstract

The ubiquity of digital information has transformed the way young people interact with media and construct their identities. This reality poses challenges, such as the dissemination of fake news and the impact on mental health. This study explores the relationship between middle school students in Colombia and the digital age, aiming to understand how they navigate the vast ocean of digital information and how this influences their media literacy, mental health, and identity in the school environment. A mixed methodology was employed, combining surveys and interviews to collect data on media consumption habits, identity perceptions, and experiences related to mental well-being. The results revealed a gap in students' ability to discern the veracity of information and

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

manage the pressure to present an ideal online self-image. Furthermore, a prevalence of feelings of stress and anxiety associated with the use of digital media was observed. It is concluded that it is crucial to implement robust media education in school curricula to equip young people with the skills necessary to interact critically and healthily with digital media in the modern era.

Keywords: Media influence, media literacy, mental health, identity, social network analysis, school curriculum.

Introducción

El ser humano vive en una era en la que la información digital es omnipresente y tiene el poder de moldear percepciones, comportamientos y sociedades. Esta realidad es alimentada por la naturaleza interconectada del mundo globalizado y la proliferación de plataformas digitales que hacen que la comunicación sea más accesible que nunca (Couldry & Hepp, 2017). En este entorno digital, la velocidad sin precedentes con la que se distribuye la información —veraz o no— tiene el potencial de influenciar a audiencias globales en tiempos extremadamente cortos (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Esta omnipresencia de la información, sin embargo, viene con sus desafíos.

La diseminación de noticias falsas o 'fake news' ha resaltado la urgencia de una alfabetización mediática efectiva, ahora considerada una competencia esencial en el paisaje digital del siglo XXI (Hobbs, 2010). Junto con esto, el análisis de medios y contenido digital se ha vuelto más relevante, con la necesidad de identificar y comprender los sesgos en la información en un pico histórico (Wardle & Derakhshan, 2017).

Más allá de la veracidad y el sesgo, los desafíos presentados por los medios digitales se extienden al ámbito de la salud mental. Hay una creciente base de evidencia que sugiere preocupaciones sobre el impacto de la interacción intensiva con medios digitales en la salud mental y emocional de las personas, especialmente entre los jóvenes (Twenge & Campbell, 2018). Paralelamente, se ha observado cómo los medios digitales influyen en la formación de identidades, donde se presentan tanto oportunidades para la autoexpresión como riesgos asociados a la percepción de uno mismo (Manago et al., 2008).

En este contexto, es imperativo abordar estos temas desde una perspectiva investigativa. En la presente investigación, se exploran estos asuntos críticos mediante una combinación de revisión literaria y datos primarios. Al adoptar una metodología mixta, se aspira a comprender mejor la intersección entre medios digitales, salud mental e identidad, y cómo estos elementos configuran las experiencias en el mundo digital contemporáneo.

Medios Digitales

Los medios digitales son plataformas y herramientas electrónicas que permiten la distribución, creación y consumo de información de manera digital (Lister et al., 2008). Ejemplos claros de medios digitales incluyen sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales como Facebook y Twitter, y plataformas de video como YouTube. Estos medios no solo son portadores de información, sino también facilitadores de interacción entre usuarios de diversas partes del mundo.

De acuerdo con Rojas-Bahamón (2012) una característica clave de los medios digitales es su interactividad, permitiendo una comunicación bidireccional. Son adaptables, personalizables y tienen la capacidad de proporcionar contenido en tiempo real, dependiendo de la interacción del usuario. Esta interactividad y adaptabilidad los hacen especialmente atractivos y efectivos en captar la atención del público.

Dada la influencia penetrante de los medios digitales en la vida cotidiana, se han convertido en una herramienta esencial en la definición de prácticas culturales y en la formación de opiniones. En contextos democráticos, pueden alterar cómo se practica la ciudadanía y cómo interactúan las sociedades. La

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

facilidad con la que se puede acceder y difundir información a través de estos medios les otorga un poder sin precedentes en la sociedad contemporánea.

Dentro del entorno educativo, los medios digitales han revolucionado los métodos de enseñanza y aprendizaje. Ofrecen nuevas modalidades pedagógicas, facilitan el acceso a recursos educativos y fomentan la colaboración y comunicación entre estudiantes y docentes. Sin embargo, también presentan desafíos, como la necesidad de una alfabetización digital adecuada para discernir información confiable.

Salud Mental

La salud mental se define como un estado en el cual el individuo es consciente de sus propias habilidades, puede enfrentar las tensiones normales de la vida, trabajar de manera productiva y es capaz de hacer una contribución a su comunidad (OMS, 2018). Más allá de la ausencia de afecciones o enfermedades mentales, la salud mental abarca el bienestar emocional, psicológico y social del individuo.

Una buena salud mental es crucial para mantener una calidad de vida adecuada, pues impacta directamente en la capacidad de un individuo para realizar actividades diarias, establecer relaciones saludables y contribuir de manera efectiva a la sociedad. Es un componente esencial para el desarrollo personal y profesional de cualquier individuo.

El papel que desempeña la salud mental en el contexto educativo no puede ser subestimado. Los estudiantes con buen bienestar mental tienen una mejor capacidad para concentrarse, comprender y retener información. Esto, a su vez, mejora su rendimiento académico y sus interacciones sociales.

Dentro del entorno escolar, es esencial reconocer y abordar los desafíos relacionados con la salud mental. Las presiones académicas, las interacciones sociales y, en el contexto actual, la influencia de los medios digitales, pueden impactar el bienestar mental de los estudiantes. La promoción de ambientes de aprendizaje saludables y el apoyo psicológico son esenciales para garantizar el éxito educativo.

Identidad

La identidad se refiere al conjunto de características, creencias, deseos y experiencias que definen a un individuo. Es una construcción que se forma y reforma a lo largo del tiempo, influenciada por interacciones personales, experiencias y contextos culturales (Turkle, 1999).

Las características de la identidad son múltiples y multifacéticas. Estas incluyen, pero no se limitan a rasgos personales, afiliaciones culturales, creencias religiosas y orientaciones sexuales. Es una combinación de cómo los individuos se ven a sí mismos, cómo desean ser vistos y cómo son percibidos por otros. La identidad también se moldea y refleja a través de las elecciones y comportamientos diarios de una persona.

La identidad juega un papel crucial en la formación de relaciones, la construcción de comunidades y la navegación a través de diferentes contextos sociales y culturales. Es esencial para la autocomprensión y el establecimiento de relaciones interpersonales saludables.

En el ámbito educativo, la construcción de la identidad es un proceso continuo. Los estudiantes no solo aprenden conceptos académicos, sino que también exploran y definen quiénes son en relación con sus compañeros, educadores y comunidades. Los entornos escolares pueden ser lugares donde la identidad se refuerza, se desafía o se transforma. En este sentido, es fundamental que las instituciones educativas proporcionen un espacio seguro y de apoyo para la exploración y afirmación de la identidad.

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

Materiales y métodos

El enfoque metodológico adoptado en este estudio es de naturaleza mixta, combinando análisis cuantitativo y cualitativo para proporcionar una visión comprensiva y enriquecedora de los temas investigados. A continuación, se detallan los pasos metodológicos seguidos:

Recolección de datos

Para obtener datos se llevó a cabo la recolección de información a través de encuestas y entrevistas. La población de estudio consistió en estudiantes de educación básica y media de una institución educativa de carácter público en Colombia. Se realizó una encuesta en línea para recopilar datos cuantitativos. El instrumento involucró preguntas cerradas y abiertas, distribuida a todos los estudiantes de la institución. Adicionalmente, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con una selección de estudiantes para profundizar en las percepciones y experiencias de los participantes con respecto a los medios digitales.

Determinación del tamaño de muestra

Para garantizar que los resultados obtenidos sean representativos y confiables, se procedió a calcular el tamaño de muestra requerido para la recopilación de datos primarios a través de encuestas y entrevistas. El cálculo del tamaño de muestra se basó en un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

La fórmula utilizada para calcular el tamaño de muestra en una población finita es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{N * E^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$

Donde:

n es el tamaño de muestra necesario.
N es el tamaño total de la población.
Z es el valor crítico de la distribución normal correspondiente al nivel de confianza deseado.
p es la estimación de la proporción de la población con la característica de interés.
E es el margen de error permitido.

Para este estudio, con una población total de N=418 estudiantes, se eligió un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. El valor de Z para un nivel de confianza del 95% es aproximadamente 1.96. Dado que no se disponía de una estimación precisa p, se utilizó un valor conservador de p=0.5 para maximizar el tamaño de muestra.

Sustituyendo estos valores en la fórmula, se calculó un tamaño de muestra mínimo requerido de n≈385 participantes. El cálculo de tamaño de muestra se realizó con el propósito de asegurar que los datos recopilados sean estadísticamente válidos y representativos de la población estudiantil en el contexto de estudio. No obstante, en este estudio participaron 418 estudiantes.

Análisis de datos

Los datos cuantitativos recogidos a través de la encuesta se graficaron en una hoja de cálculo. Por otro lado, los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas y del análisis de contenido se analizaron temáticamente para identificar patrones y tendencias.

Se empleó el software NVivo para realizar un análisis de contenido de las respuestas cualitativas obtenidas de las entrevistas y otros datos cualitativos recopilados. NVivo facilitó la codificación y categorización eficiente de las respuestas, permitiendo la identificación de patrones, temas emergentes y palabras clave.

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

Además, se utilizaron herramientas de visualización disponibles en NVivo para crear nubes de palabras, que representaron gráficamente las palabras y conceptos más frecuentes y prominentes en las respuestas cualitativas. Este enfoque de análisis cualitativo asistido por software añadió profundidad y precisión al proceso de identificación de tendencias y significados subyacentes en los datos.

Integración de resultados

Los hallazgos cuantitativos y cualitativos se integraron para construir una narrativa en torno a los temas de estudio. Los resultados obtenidos de la revisión de la literatura, las encuestas, las entrevistas y el análisis de contenido fueron contrastados y comparados para generar la discusión del estudio.

El estudio fue aprobado por el comité de ética de la institución y todos los participantes proporcionaron su consentimiento informado. Se garantizó el derecho de los participantes a retirarse del estudio en cualquier momento y se aseguró que todos los datos recopilados se mantuvieran anónimos para preservar la privacidad y confidencialidad de los participantes.

Resultados y discusión

Los resultados de la encuesta y las entrevistas brindaron una visión amplia del uso de los medios digitales entre los estudiantes de educación básica y media en una institución educativa en Colombia, así como su influencia en la salud mental y la identidad.

Alfabetización mediática

La alfabetización mediática es la capacidad de comprender, analizar y evaluar los medios de comunicación. Es una habilidad esencial en el mundo actual, donde las personas están constantemente expuestas a mensajes de los medios de comunicación. La alfabetización mediática permite a las personas tomar decisiones informadas sobre los medios de comunicación, y utilizar los medios de comunicación para su propio beneficio.

En la investigación realizada, los resultados de la aplicación de instrumentos se establecieron para determinar la tendencia de uso, comprensión para evaluar la confiabilidad de las fuentes, la identificación de los sesgos en la información y confianza en interpretar y analizar mensajes digitales (Ver gráfica 1).

Figura 1. Alfabetización mediática en estudiantes de educación media.

Aunque el 80% de los estudiantes reportaron que usan medios digitales todos los días, solo el 40% demostró una comprensión clara de cómo evaluar la confiabilidad de las fuentes de información en línea. El 30% de los estudiantes pudo identificar regularmente los sesgos en la información en línea, y sólo el

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

20% reportó sentirse muy confiado en su capacidad para interpretar y analizar mensajes en los medios digitales.

Por otra parte, la información cualitativa en esta categoría permitió obtener la nube de palabras dispuesta en la figura 2.

Figura 2. Nube de palabras categoría Alfabetización mediática.

En esta categoría los términos con mayor frecuencia de aparición son 'Medios', 'Digital', 'Información', 'Confianza' y 'Sesgos'. Esto sugiere que el discurso se centra en la necesidad y los procesos de adquirir competencias y habilidades para navegar eficazmente en los medios digitales. La alfabetización mediática abarca el acceso, análisis, evaluación y creación de información en una variedad de formas de medios. Esto podría indicar una discusión en torno a la capacidad de los individuos para discernir información confiable y precisa de la que no lo es, así como reconocer y cuestionar los sesgos presentes en el contenido mediático.

La alta frecuencia de 'Interpretación', 'Análisis', 'Mensajes' y 'Conocimiento' sugiere un enfoque en el proceso de descomponer y comprender los mensajes transmitidos a través de los medios digitales. Esto podría involucrar la deconstrucción de estos mensajes para revelar sus significados ocultos y las intenciones de los creadores de contenido.

Las palabras 'Habilidades', 'Comunicación', 'Navegación', 'Crítica' y 'Diseminación' probablemente se refieren a las habilidades específicas necesarias para interactuar eficazmente con los medios digitales, incluyendo la capacidad de comunicar y compartir información de manera efectiva, y de buscar y seleccionar información de manera crítica y estratégica.

'Contenido', 'Fuentes', 'Herramientas', 'Redes sociales' y 'Tecnología' son términos que probablemente se refieren a los componentes concretos y canales de los medios digitales con los que los individuos interactúan y que deben aprender a manejar y a entender.

Las palabras 'Consumo', 'Cultura digital', 'Participación', 'Empoderamiento', 'Ética', 'Seguridad', 'Privacidad', 'Transparencia', 'Responsabilidad', 'Creación' y 'Curación' podrían ser discutidas en términos de cómo los individuos interactúan y participan en la cultura digital y cómo pueden hacerlo de manera segura, ética y responsable, a la vez que se empoderan para crear y curar su propio contenido.

De esta manera, el discurso en torno a la "Alfabetización mediática" parece centrarse en las habilidades y competencias necesarias para interactuar de manera efectiva y responsable con los medios digitales, en la capacidad de cuestionar y analizar críticamente el contenido mediático y en la importancia de ser un participante activo y consciente en la cultura digital. Los resultados indican que la mayoría de los estudiantes tienen una comprensión básica de los medios digitales. Sin embargo, su capacidad para discernir la veracidad de la

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

información y reconocer los sesgos fue limitada. Esta observación coincide con estudios anteriores que resaltan la necesidad de mejorar la alfabetización mediática y crítica en la era digital (Buckingham, 2007).

Hay muchos diferentes enfoques para la alfabetización mediática. Algunos autores enfatizan la alfabetización crítica, que es la capacidad de identificar y cuestionar los sesgos y los estereotipos en los medios de comunicación (Jenkins, 2009). Otros enfatizan la alfabetización creativa, que es la capacidad de utilizar los medios de comunicación para expresarse y para crear sus propios mensajes. Sin embargo, aunque existan estas diferencias conceptuales, es innegable determinar que la alfabetización mediática es importante por una serie de razones. En primer lugar, ayuda a las personas a ser ciudadanos informados. En un mundo donde las personas están constantemente bombardeadas con información, es importante ser capaz de evaluar la información de forma crítica. La alfabetización mediática permite a las personas identificar la información falsa y a tomar decisiones informadas sobre los temas que les importan.

En segundo lugar, la alfabetización mediática ayuda a las personas a ser consumidores más conscientes. En un mundo donde las personas están constantemente bombardeadas con publicidad, es importante ser capaz de identificar los mensajes publicitarios y a tomar decisiones informadas sobre los productos que compran. La alfabetización mediática permite a las personas identificar las técnicas de manipulación que utilizan los anunciantes, y a tomar decisiones informadas sobre los productos que compran.

En tercer lugar, la alfabetización mediática ayuda a las personas a ser ciudadanos más activos. En un mundo donde las personas están constantemente bombardeadas con mensajes políticos, es importante ser capaz de evaluar la información de forma crítica y a tomar decisiones informadas sobre los candidatos políticos, por eso, la alfabetización mediática permite a las personas identificar los mensajes políticos y a tomar decisiones informadas sobre los candidatos políticos.

Análisis de medios y contenido digital

La categoría "Análisis de medios y contenido digital" se enfoca en la creciente influencia y el impacto de los medios digitales, incluyendo las redes sociales, blogs, y diversas plataformas en línea, en la formación de la percepción y opinión pública. La categoría enfoca en la evaluación y examen crítico de los diversos medios de comunicación y sus contenidos, particularmente en el ámbito digital.

En la era digital actual, donde las redes sociales desempeñan un papel preponderante en la forma en que las personas acceden a la información, es esencial examinar la relación que los jóvenes, particularmente los estudiantes, tienen con estas plataformas. Estas herramientas, que comenzaron como simples medios de comunicación y socialización, ahora ejercen una influencia notable en la percepción y comprensión de eventos actuales y noticias por parte de este grupo demográfico. (Ver figura 3).

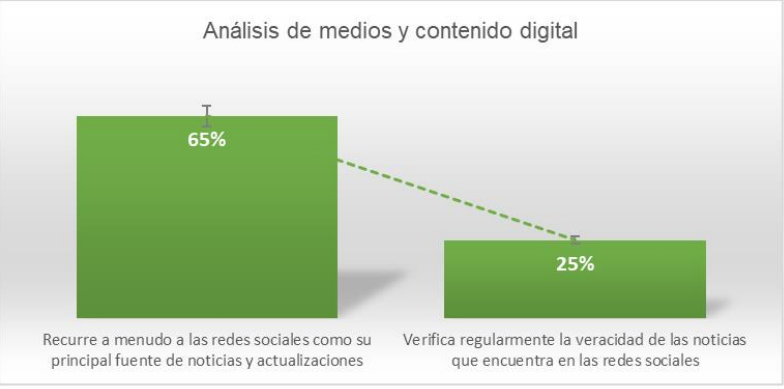

Figura 3. Análisis de medios y contenido digital en estudiantes de educación media.

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

Los datos determinaron que aproximadamente el 65% de los estudiantes reportó que recurre a menudo a las redes sociales como su principal fuente de noticias y actualizaciones. Así mismo, solo el 25% de los estudiantes indicó que verifican regularmente la veracidad de las noticias que encuentran en las redes sociales.

Este hallazgo es particularmente inquietante ya que destaca una posible vulnerabilidad de los estudiantes a la desinformación. Si bien las redes sociales pueden ser un medio rápido y accesible para obtener noticias, la falta de verificación de la información puede llevar a malentendidos y la propagación de noticias falsas. Esta situación pone de manifiesto la necesidad urgente de fomentar habilidades críticas y de alfabetización mediática entre los estudiantes para que puedan navegar de manera efectiva y responsable en el paisaje informativo de hoy.

Tras examinar las tendencias de consumo de información entre los estudiantes, es esencial visualizar los términos y conceptos más recurrentes asociados a esta temática. En la figura 4 presentamos una nube de palabras que destaca las palabras clave y conceptos que emergen con más frecuencia en relación con el análisis de medios y contenido digital. Esta visualización nos proporcionará una perspectiva clara de los términos dominantes y nos ayudará a comprender mejor el panorama general del comportamiento informativo de los jóvenes en la era digital.

Figura 4. Nube de palabras categoría análisis de medios y contenido digital.

En esta categoría, 'Medios' y 'Contenido' son las palabras con mayor frecuencia, lo que indica que el foco está en el estudio y el entendimiento de los medios de comunicación y su contenido. Específicamente, esto puede referirse a la evaluación de la calidad, la precisión, y la objetividad de la información presentada en los medios.

Las palabras 'Digital', 'Fuentes' y 'Veracidad' sugieren un enfoque en la evaluación de la fiabilidad y precisión de las fuentes de información en el ámbito digital. Esto puede implicar el análisis de la calidad de las fuentes de información y la veracidad de las noticias o información transmitidas.

'Noticias', 'Redes sociales', 'Sesgos', 'Información', 'Internet' y 'Publicaciones' son palabras que probablemente se refieren a los diversos tipos de contenido y plataformas de medios que son analizados. Esta podría ser una discusión sobre cómo las diferentes formas de medios y plataformas pueden sesgar la información o cómo pueden ser utilizadas para difundir noticias falsas o desinformación.

Las palabras 'Algoritmos', 'Datos', 'Blogs', 'Fake news', 'Propaganda', 'Desinformación' y 'Comentarios' sugieren una discusión sobre las diferentes formas en que la información puede ser manipulada o mal interpretada en los medios digitales. Esto puede involucrar el análisis de cómo los algoritmos de las

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

plataformas de medios sociales pueden influir en lo que los usuarios ven y cómo esto puede sesgar su percepción de la realidad.

'Usuarios', 'Interacciones', 'Viralidad', 'Plataformas', 'Imágenes', 'Tweets', 'Compartir', 'Vídeos', 'Likes', 'Clickbait', 'Hashtags', 'Influenciadores', 'SEO' y 'Memes' son términos que probablemente se refieren a las diversas formas en que los usuarios interactúan con el contenido de los medios digitales. Esto puede incluir la discusión de cómo estas interacciones pueden ser utilizadas para analizar tendencias, identificar sesgos y entender cómo se difunden los mensajes en las plataformas de medios digitales.

De esta manera, el discurso en torno al "Análisis de medios y contenido digital" parece estar centrado en la evaluación y el entendimiento crítico de los medios digitales y su contenido, la identificación de sesgos y la manipulación de la información, y el estudio de cómo los usuarios interactúan con este contenido.

Los estudiantes solían recurrir a fuentes de información que no siempre eran confiables. El análisis de contenido evidenció un uso frecuente de códigos y mensajes implícitos en los medios digitales, los cuales a menudo pasaban desapercibidos para ellos. Este hallazgo subraya la relevancia de fomentar la educación en análisis de medios (Lewandowsky, Ecker & Cook, 2017) y el desarrollo del pensamiento crítico. En este contexto, Arbeláez-Campillo et al. (2020) destacan que el pensamiento crítico juega un papel crucial en la participación y la deliberación, con repercusiones incluso en el ámbito político, al promover un discurso informado y razonado.

Impacto de los medios digitales en la salud mental y emocional

La categoría "Impacto de los medios digitales en la salud mental y emocional" aborda el efecto que los medios digitales pueden tener en el bienestar psicológico y emocional de las personas. Esta categoría puede explorar los riesgos y beneficios asociados con el uso de medios digitales y cómo estos pueden influir en factores como el estado de ánimo, la autoestima, la ansiedad, el estrés, la depresión y otros aspectos relacionados con la salud mental y emocional.

En la era digital actual, donde la información es vasta y constantemente accesible, es crucial comprender cómo los estudiantes perciben y gestionan el diluvio de contenido que encuentran en línea. Al considerar el comportamiento y las reacciones emocionales de los estudiantes ante el consumo de medios digitales, se descubrió que el 35% de ellos siente con frecuencia la sensación de estar abrumados debido a la profusa cantidad de información en línea. Además, preocupantemente, el 50% ha reportado síntomas de ansiedad o estrés que asocian directamente con el uso de dichos medios. (ver figura 5).

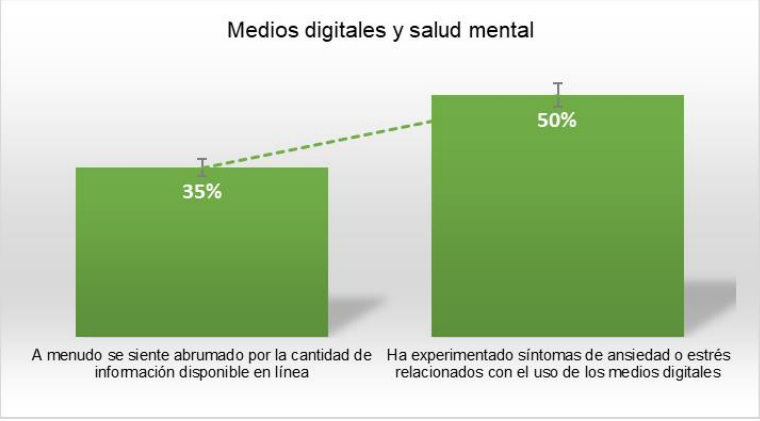

Figura 5. Medios digitales y salud mental en estudiantes de educación media.

El análisis de estos datos sugiere que la navegación en el vasto océano de información digital no está exenta de desafíos emocionales para los estudiantes. La sensación de saturación informativa, evidenciada

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

por el 35% de los encuestados, puede ser indicativa de la necesidad de implementar estrategias de gestión de información y habilidades de alfabetización digital más efectivas en el ámbito educativo. Además, el hecho de que la mitad de los estudiantes haya experimentado síntomas de malestar emocional relacionados con el uso de medios digitales subraya la importancia de abordar la salud mental y el bienestar en el contexto de la educación digital. Estas cifras nos instan a reconsiderar cómo se está preparando a los estudiantes para enfrentar y gestionar la abrumadora cantidad de información y las posibles repercusiones emocionales derivadas de su consumo.

Para visualizar de manera más intuitiva y concisa las principales palabras y conceptos relacionados con la experiencia de los estudiantes en el entorno digital y su impacto emocional, se ha preparado un mapa de nube de palabras (Ver figura 6). Esta herramienta gráfica refleja las terminologías y temas que surgen con mayor frecuencia en relación con el tema abordado. Este análisis examina una serie de términos que son relevantes para el impacto de los medios digitales en la salud mental y emocional de las personas. Estos términos abarcan una gama de temas que van desde los desafíos psicológicos, como el estrés y la ansiedad, hasta los comportamientos relacionados con el uso de los medios digitales, como el uso excesivo y la adicción.

Figura 6. Nube de palabras categoría Medios digitales y salud mental en estudiantes de educación media

Según la frecuencia de aparición de los términos proporcionados, el discurso se centra en gran medida en la "salud mental", "emociones", "ansiedad", "estrés" y "sobrecarga". Esto señala la atención centrada en el impacto que tienen los medios digitales y las redes sociales en la salud mental y emocional de los individuos.

"Salud mental" y "emociones", como los términos más frecuentes, indican que la conversación en torno a los medios digitales a menudo se centra en su impacto en la psicología y el estado emocional de las personas. Un gran cuerpo de investigación ha señalado las consecuencias negativas potenciales del uso excesivo de los medios digitales para la salud mental, incluyendo el aumento de la ansiedad y el estrés, la disminución del bienestar emocional, y una serie de otros problemas de salud mental (Twenge et al., 2017).

El término "ansiedad" es otro foco central en este análisis, lo que refleja las preocupaciones documentadas en la literatura científica acerca de cómo el uso de los medios digitales puede fomentar sentimientos de ansiedad. Esto puede ser debido a una serie de factores, como la presión para estar constantemente disponible, la comparación social, o la sobrecarga de información (Vannucci & McCauley Ohannessian, 2019).

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

Además, el término "estrés" también es prominente, lo que refleja el reconocimiento de que los medios digitales pueden ser una fuente de estrés. Esto puede ser debido a la sobrecarga de información, la presión para mantener una presencia en línea, o el estrés de tratar con interacciones negativas en línea, como el ciberacoso (Best, Manktelow & Taylor, 2014).

El término "sobrecarga" es otro que ocupa un lugar destacado en la conversación, reflejando la preocupación por la cantidad de información a la que los usuarios de los medios digitales están expuestos y la dificultad de procesarla (Misra & Stokols, 2012).

Mientras tanto, otros temas importantes como "uso", "redes sociales", "depresión", "bienestar" y "autoestima" también son prominentes en el discurso, destacando su relevancia en la discusión del impacto de los medios digitales en la salud mental y emocional.

Este análisis resalta el hecho de que la conversación sobre el impacto de los medios digitales en la salud mental y emocional está dominada por preocupaciones sobre los efectos negativos potenciales, incluyendo el aumento de la ansiedad y el estrés, y la sobrecarga de información. Esto refleja el creciente cuerpo de evidencia en la literatura científica que destaca estos problemas. Sin embargo, también es importante destacar que los medios digitales también pueden tener beneficios para la salud mental y emocional, como proporcionar formas de conexión y apoyo social, y estas áreas también merecen más atención en la conversación.

Formación de identidades y autoimagen en entornos digitales

La categoría "Formación de identidades y autoimagen en entornos digitales" se centra en el impacto de los medios digitales y las plataformas de redes sociales en la creación y percepción de la identidad personal y la autoimagen. En la era digital, los individuos tienen la oportunidad de expresarse, compartir y formar sus identidades de formas nuevas y variadas, a veces enfrentándose a desafíos únicos.

En la era digital actual, donde las plataformas en línea desempeñan un papel crucial en la socialización y el desarrollo personal, es imperativo comprender cómo los jóvenes interactúan y se perciben a sí mismos en estos entornos. Este estudio reveló que una abrumadora mayoría de estudiantes se aventura en los medios digitales no solo como consumidores de contenido, sino como exploradores activos y creadores de su propia identidad.

Este hallazgo, aunque prometedor en términos de autoexploración y autodefinición, viene con ciertas implicaciones. A pesar de que un 70% de los encuestados reconocen los medios digitales como un espacio para la autoexpresión, un 60% siente la carga de representar una "autoimagen ideal". Esto sugiere una dinámica compleja: mientras que los medios digitales ofrecen oportunidades sin precedentes para la exploración de la identidad, también imponen una presión considerable sobre los individuos para adherirse a normas o estándares potencialmente poco realistas, lo que puede tener repercusiones en el bienestar emocional y psicológico de los jóvenes.

Así mismo, a fin de visualizar de manera más clara y sintética las principales temáticas y preocupaciones relacionadas con la interacción de los estudiantes en los medios digitales y su autoimagen, a continuación, se presenta un mapa de nube de palabras. Este gráfico resalta los términos y conceptos más recurrentes, ofreciendo una perspectiva instantánea de los puntos clave en torno a este fenómeno contemporáneo. (Ver figura 7).

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

Figura 7. Mapa de nube Formación de identidades y autoimagen en entornos digitales.

La "digital" y la "autoimagen" son las palabras de mayor frecuencia y constituyen el núcleo de esta categoría. El entorno digital, particularmente las "redes sociales", proporcionan un espacio para la "autoexpresión", permitiendo a las personas presentar una "imagen" idealizada de sí mismas en sus "perfiles" (Zhao et al., 2008). Sin embargo, esta capacidad de controlar la auto-presentación en línea a veces puede generar "presión" para cumplir con un "ideal". El término "comparación" también resalta la tendencia de los individuos a compararse con los "influenciadores" y otros usuarios de las redes sociales, lo que puede afectar negativamente la "autoimagen" y la "percepción" de uno mismo (Fardouly et al., 2015).

La "autenticidad", "privacidad" y la "marca personal" son aspectos importantes de la gestión de la identidad en línea. Al mismo tiempo, la existencia de "trolls" y el "ciberbullying" son desafíos a los que se pueden enfrentar los usuarios de las redes sociales (Kowalski et al., 2014).

El "feedback" en forma de "likes", "comentarios" y la cantidad de "seguidores" puede repercutir significativamente en la autoestima y la percepción de uno mismo. La ansiedad de "FOMO" (miedo a perderse algo) es otro fenómeno digital que puede influir en la autoimagen y las relaciones en línea (Przybylski et al., 2013).

De esta manera, podemos deducir que el entorno digital ofrece oportunidades únicas para la autoexpresión y la construcción de identidad, pero también presenta desafíos como la presión para cumplir con ideales específicos, el ciberbullying y la ansiedad relacionada con la percepción de uno mismo y la aceptación social.

En el estudio se pudo determinar que los estudiantes también informaron sobre los aspectos positivos de los medios digitales, como la posibilidad de expresarse y explorar diferentes aspectos de su identidad. Sin embargo, también surgieron preocupaciones sobre la presión para presentar una "autoimagen ideal" en línea, lo que confirma estudios previos que han resaltado esta preocupación (Manago et al., 2008).

Conclusiones

La convergencia de los medios digitales y la educación ha creado un paisaje dinámico que presenta tanto oportunidades como desafíos. Los estudiantes de hoy tienen a su disposición una vastedad de información sin precedentes, herramientas de aprendizaje interactivas y plataformas para la autoexpresión. Sin embargo, la profusión de contenido y la naturaleza siempre conectada de estos medios pueden influir en su salud mental y su percepción de identidad, lo que plantea la necesidad de una educación mediática efectiva.

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

El análisis revela que, mientras la mayoría de los estudiantes utiliza activamente los medios digitales para obtener información y para expresar su identidad, hay una brecha discernible en la capacidad de discernir la veracidad del contenido y gestionar la presión de presentar una autoimagen ideal. Estas realidades subrayan la importancia de una educación mediática robusta que no solo enseñe a los estudiantes a navegar por el contenido, sino también a entender y gestionar las emociones y percepciones asociadas con su consumo y producción.

En el horizonte educativo, es imperativo que las instituciones escolares, los educadores y los stakeholders reconozcan y aborden estos desafíos. Implementar programas educativos que fomenten una relación saludable con los medios digitales, promoviendo simultáneamente habilidades críticas de pensamiento y autoconciencia, será esencial para preparar a los estudiantes para la era digital, garantizando su bienestar y fortaleciendo su capacidad de participar de manera informada y empoderada en la sociedad digital.

Los hallazgos de esta investigación reflejan que, aunque los medios digitales se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana de los estudiantes, existen vacíos significativos en su capacidad para utilizar estos medios de manera crítica y segura. La escasa alfabetización mediática y la tendencia a aceptar la información en línea sin un análisis crítico pueden exponer a los estudiantes a información errónea y a influencias dañinas.

Además, los medios digitales parecen tener un impacto considerable en la salud mental de los estudiantes. La prevalencia de sentimientos de estrés y ansiedad asociados con el uso de los medios digitales sugiere la necesidad de proporcionar a los estudiantes herramientas y estrategias para manejar la sobrecarga de información y las presiones de la presentación en línea.

A la luz de estos hallazgos, se recomienda que las instituciones educativas implementen una educación mediática sólida en sus currículos. Esto debe incluir la enseñanza de habilidades de pensamiento crítico para el análisis de medios, así como estrategias para manejar la sobrecarga de información y la salud mental en línea. También se debe proporcionar apoyo a los estudiantes en su navegación por los espacios digitales en lo que respecta a la formación de la identidad y la autoimagen.

Este estudio destaca la urgencia de integrar la educación mediática en las escuelas para equipar a los jóvenes con las habilidades necesarias para interactuar de manera segura y efectiva con los medios digitales en la era moderna, a través de un proceso que los autores denominan cibereducación (Rojas-Bahamón, et al, 2023). De esta manera, es crucial que las políticas y las prácticas educativas se adapten para reflejar la creciente influencia de los medios digitales en la vida de los estudiantes.

Referencias bibliográficas

Arbeláez-Campillo, D. F., Tatsiy, V. Y., Rojas-Bahamón, M. J., & Danilyan, O. G. (2020). Contributions of critical thinking as a form of participation and political deliberation. *Amazonia Investiga*, *9*(27), 5–12. https://doi.org/10.34069/AI/2020.27.03.1

Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review, 41*, 27-36. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001

Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet. *Research in Comparative and International Education, 2*(1), 43-55. https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43

Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *'The Mediated Construction of Reality'*. Polity Press. https://onx.la/d73ea

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image, 13*, 38-45. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002

Hobbs, R. (2010). *'Digital and Media Literacy: A Plan of Action'.* The Aspen Institute, pp. 1-63. https://onx.la/41506

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.

Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, MA: MIT Press.

Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological bulletin, 140*(4), 1073. https://doi.org/10.1037/a0035618

Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6*(4), 353-369. https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2008). *New media: A critical introduction*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203884829

Manago, A.M., Graham, M.B., Greenfield, P.M. & Salimkhan, G. (2008). 'Self-presentation and gender on MySpace'. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 446-458. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001

Misra, S., & Stokols, D. (2012). Psychological and Health Outcomes of Perceived Information Overload. Environment and Behavior, 44(6), 737-759. https://doi.org/10.1177/0013916511404408

OMS (2018). *Mental health: Strengthening our response*. World Health Organization. Available: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841-1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Rojas-Bahamón, M. J., Pulido Jiménez, A., & Serrato Rodríguez, Y. (2023). Prácticas de seguridad de la información en estudiantes de escuela secundaria en Colombia. *Entre Ciencia E Ingeniería, 17*(33), 16-23. https://doi.org/10.31908/19098367.2832

Rojas Bahamón, M. (2012). Diagnóstico acerca del uso y apropiación de las TIC como mediación didáctica. *Amazonia Investiga*, *1*(1), 5-18. https://doi.org/10.34069/AI/2012.01.02.1

Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster. https://onx.la/62167

Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2017). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science, 6*(1), 3–17. https://doi.org/10.1177/2167702617723376

Twenge, J.M., & Campbell, W.K. (2018) 'Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets'. *Psychiatric Quarterly, 89*(2), 311-331. https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7

Vannucci, A., & McCauley Ohannessian, C. (2019). Social media use subgroups differentially predict psychosocial well-being during early adolescence. Journal of Youth and Adolescence, 48(8), 1469-1493. https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-019-01060-9

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018) 'The spread of true and false news online'. *Science, 359*(6380), 1146-1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *'Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking'*. Council of Europe Report, pp. 1-110. https://onx.la/4eef1

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behavior, 24*(5), 1816-1836. https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012

Este artículo está bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Se permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, así como la creación de obras derivadas, siempre que se cite la fuente original.