

TRES DE CADA CUATRO NIÑOS Y ADOLESCENTES ODIAN SU CUERPO POR LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES

Un nuevo estudio muestra que TikTok o Instagram suponen un “riesgo significativo” para la visión que los jóvenes tienen de sí mismos y pueden provocar problemas de salud mental. Entre 18 y 21 años se avergüenzan de su físico, incluso, ocho de cada 10.

Cada vez hay más evidencias de cómo el mal uso de las redes sociales está dañando la salud mental de la población. Además de robarnos un tiempo considerable cada día, la tiranía de la felicidad y la irreal perfección expuestas en plataformas como Instagram o TikTok están afectando a la autoestima de los jóvenes. Un nuevo estudio de Stem4, la organización benéfica de salud mental juvenil, revela que a tres de cada cuatro niños de hasta 12 años no les gusta su cuerpo y se avergüenzan de su apariencia. Y entre jóvenes de 18 a 21 años la estadística indica que 8 de cada 10 individuos también se siente insatisfecho en este aspecto.

Se trata de una de las mayores encuestas efectuadas entre niños, adolescentes y población en transición a la vida adulta sobre los riesgos actuales y futuros de las redes sociales, que acaba de difundir el periódico británico *The Guardian*. Se encuestó a 1.024 personas y casi el 50% reconocieron odiar su físico y haberse vuelto retraídos. También manifestaron tendencia a practicar ejercicios en exceso o compulsivamente, a evitar por completo la socialización y hasta comenzar conductas de autoagresión, debido al acoso o al engaño que provoca esa idealización que genera comparativas erróneas y envidias.

“Niños y adolescentes tienen un fácil y temprano acceso a las redes sociales y tristemente en ellas se da una importancia excesiva a la imagen corporal”, alerta Laura Palomares, psicóloga. Lo peligroso, según esta profesional, es que se idealiza una imagen extrapolada y casi imposible. “Filtros, poses y demás aplicaciones tratan de moldear un físico que raya una perfección inalcanzable e incluso irreal, ficticia y que puede llegar a influir en la auto percepción de nuestros jóvenes”.

Prácticas peligrosas

Cuatro de cada 10 jóvenes admitieron tener problemas de salud mental en este estudio. Además, uno de cada cinco experimentó auténticos problemas de malestar con su imagen corporal y el 14% llegó a prácticas peligrosas, como una alimentación extremadamente restrictiva, con atracones de comida y provocándose el vómito. En estos casos más graves, solo uno de cada 10 recibió tratamiento o ayuda externa profesional.

Los expertos insisten en la necesidad de un mayor esfuerzo para mejorar la comprensión del impacto negativo que ejerce el contenido de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes. La Dra. Nihara Krause, psicóloga clínica consultora, directora ejecutiva y fundadora de Stem4, basada en Reino Unido afirma que el peligro de las redes sociales es aún mayor, porque “refuerza la distorsión de la imagen personal a través de algoritmos”.

El suicidio de Molly Russell

Molly Russell, de 14 años, se quitó la vida después de que Pinterest le recomendara contenido relacionado con las autolesiones y la depresión.

Esto ha disparado el debate sobre la responsabilidad de las redes sociales, ya que por primera vez se obligó a Instagram y Pinterest a comparecer ante un tribunal por el suicidio de Molly Russell. Esta niña fue hallada muerta en su habitación la mañana del 21 de noviembre de 2017 en Harrow, Londres. Cuando su padre, Ian Russell, revisó el correo electrónico de la joven en busca de alguna posible explicación de la tragedia, pues la familia no sospechaba nada, encontró un mensaje enviado por Pinterest dos semanas atrás, titulado “Pins de depresión que te pueden gustar”.

Al continuar indagando en las redes sociales de su hija, se percató de que ella compartió o reaccionó en Instagram a más de 2.000 publicaciones relacionadas con el suicidio, las autolesiones o la depresión. Una cuestión favorecida por el algoritmo de las redes sociales, que muestran el contenido más similar al que busca el usuario, convirtiéndose en un círculo. Sus búsquedas siguen generando publicaciones desencadenantes, lo que agrava el problema.

En octubre de 2022, ambas empresas tecnológicas tuvieron que participar en un proceso legal debido a los efectos negativos de contenidos en Internet que podían haber afectado a su salud mental, abocándole al suicidio. La historia de Molly ha supuesto, por tanto, un cambio significativo a efectos de la opinión pública y ha provocado una crisis, al menos de imagen y proyección pública, en Meta, la compañía matriz de Instagram, y en la comunidad de Pinterest. Sin embargo, ninguna de las empresas recibió multas o sanciones.

De forma prematura y mucho tiempo

Redes como las citadas, Facebook, TikTok y Snapchat no aceptan a menores de 13 años, pero ese dato se puede falsear. De ahí las estadísticas de esta encuesta, donde se muestra que el 97% de los niños de hasta 12 años están presentes en las redes sociales. También existen herramientas de control parental, pero un 70% de los sujetos menores preguntados admitió pasar un promedio de tres horas y media al día consultándolas aunque, reconocen, les hacen sentir estresados, ansiosos y deprimidos. No en vano, el 95% admitió la dificultad a la hora de dejar las redes sociales.

La psicóloga Laura Palomares señala que es importante tratar de mantener una comunicación y escucha activa con los hijos. “Esto requiere de una atención regular y cotidiana, centrada en resonar con sus preocupaciones, emociones y necesidades de forma constante y no puntual”, como clave fundamental. Aunque el día a día no permita apenas tiempo, añade, “si conseguimos ratos a diario de calidad con nuestros hijos, aprenderán a reflexionar, regularse emocionalmente y a sentirse valorados”. Resultará fundamental para prevenir estas situaciones y la influencia de las redes sociales en sus vidas.

Consejos para padres y madres

La experta anima a ayudarles, desde el debate y la reflexión, a ver que las redes abusan de una exposición excesiva de su vida e imagen, y que en ellas se juzga casi constantemente lo que se sale de un estereotipo idealizado. “También es fundamental no facilitarles el acceso a móviles y otros dispositivos demasiado temprano”.

Cada día, los jóvenes se enfrentan a una pantalla donde sus referentes, famosos e *influencers*, exhiben un físico muy marcado e idealizado, advierte Palomares. “El hecho de compararse y querer alcanzar una imagen perfecta puede llevarles a cambiar conductas en su ámbito privado, como comprobar constantemente las redes sociales y desarrollar una actitud obsesiva e incluso compulsiva, generadora de mucha ansiedad y en ocasiones de depresión”. El refuerzo de los “me gusta”, además, “denota una excesiva dependencia de la aprobación social”, añade la especialista.

En otro estudio publicado en *Plos One*, se analizaron los mensajes predominantes en TikTok en Estados Unidos y la etiqueta #weightloss [pérdida de peso] contaba con más de 10 mil millones de visitas. Un 44% de los vídeos investigados ofrecía contenido sobre la pérdida de peso y el 20% mostraba procesos del antes y el después de una persona tras adelgazar. Pero lo alarmante es que solo 1,4% de dichos vídeos era publicado por nutricionistas cualificados.

El cerebro no termina de desarrollarse hasta los 28 o 30 años de edad, ¿hasta qué punto puede un niño o un adolescente asumir esta presión de imagen constante? “Retrasar el acceso a dispositivos, pantallas y, desde luego, a las redes sociales, al menos hasta los 15 años sería beneficioso. Pero lo cierto es que viven en un mundo donde la tecnología es lo normal y habrá que encontrar ese equilibrio entre su uso moderado y exposición gradual, para que no se sientan desplazados de su realidad”, recomienda Palomares.

La autoestima de un joven, continúa la psicóloga, requiere del hábito de comunicación, escucha y límites. “Esto genera un vínculo de seguridad que les hace sentir respetados y valorados por quienes son, no por lo que hacen o por sus logros si un día sacan un sobresaliente y lo celebramos con ellos puntualmente. Esta es la mayor protección que podemos darles para ser emocionalmente independientes y que no tengan que buscar la aprobación fuera”. De lo contrario, buscar el reconocimiento en forma de *like* les convierte en más vulnerables, concluye.

Adaptado del artículo web publicado en [Elmundo.es](https://www.elmundo.es)