



AVANTE

Revista de Humanidades y ciencias sociales
ISSN 0719-9740 ON LINE

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10440337>

Sección: Ensayo Académico

Redes sociales en la sociedad y su vínculo con la formación ciudadana en escolares de secundaria

Social networks in society and their link with citizenship training in secondary school students

Andrés Joshua Madrigal Orellana
/ <https://orcid.org/0009-0005-0666-3299>

andresmadrigal@alu.unach.cl
/Universidad Adventista de Chile

Recibido:20/11/2023
Aprobado:23/12/2023

Resumen: Al celebrar el vigésimo aniversario de Facebook, se puede observar cómo ha cambiado nuestra sociedad en los últimos años. Anteriormente, los medios tradicionales como la televisión, la radio y los periódicos tenían un papel preponderante en la distribución de información. Hemos presenciado la transición de la correspondencia física a las comunicaciones digitales a través de WhatsApp, también el auge de las redes sociales como medio de comunicación a gran escala. Actualmente, la mayoría de los estudiantes de secundaria poseen un smartphone con acceso a internet, convirtiéndose en una herramienta diaria para ellos. Este escenario plantea cuestiones clave: ¿Qué implicaciones tiene este acceso instantáneo a vasta información? ¿Qué tipo de educación cívica están recibiendo nuestros jóvenes? Este ensayo propone un análisis del rol de las redes sociales en la educación cívica de los estudiantes de secundaria, evaluando su impacto en las decisiones y el estilo de vida de los usuarios, y previendo el futuro para la generación actual de estudiantes

Palabras claves: Formación ciudadana; Redes sociales y educación; educación cívica; educación secundaria.

Abstract: As we celebrate Facebook's 20th anniversary, we can see how our society has changed in recent years. Previously, traditional media such as television, radio and newspapers played a predominant role in the distribution of information. We have witnessed the transition from physical correspondence to digital communications through WhatsApp, also the rise of social networks as a large-scale means of communication. Currently, the majority of high school students have a smartphone with Internet access, becoming a daily tool for them. This scenario raises key questions: What are the implications of this instant access to vast information? What kind of civic education are our young people receiving? This essay proposes an analysis of the role of social networks in the civic education of high school students, evaluating its impact on the decisions and lifestyle of users, and foreseeing the future for the current generation of students.

Keyword: Citizen education; Social networks and education; civic education; secondary education.



Esta obra está bajo una [Licencia](#)
Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0
Internacional

INTRODUCCIÓN

Al celebrar el vigésimo aniversario de Facebook, es impresionante observar cómo ha cambiado nuestra sociedad en los últimos años. Anteriormente, los medios tradicionales como la televisión, la radio y los periódicos tenían un papel preponderante en la distribución de información. No obstante, la popularización de los smartphones con acceso a internet y cámaras ha revolucionado la comunicación. Hemos presenciado la transición de la correspondencia física a las comunicaciones digitales a través de WhatsApp, el reemplazo de las máquinas de escribir por ordenadores, y el auge de las redes sociales como medio de comunicación a gran escala. Actualmente, la mayoría de los estudiantes de secundaria poseen un smartphone con acceso a internet, convirtiéndose en una herramienta diaria para ellos.

Además, se observarán las dinámicas de participación cívica a través de medios digitales, la toma de decisiones informada, y la conciencia sobre la veracidad y fiabilidad de la información accesible. Se intentará entender cómo estas interacciones digitales pueden influir en la comprensión y práctica de la ciudadanía, tanto en el presente como en el futuro. Igualmente, se realizará un análisis exhaustivo del currículo nacional, enfocándose en las edades mencionadas, para evaluar la educación que los estudiantes reciben en términos de democracia, conocimiento de los sistemas políticos del país, y su nivel de preparación en ciudadanía al finalizar la secundaria.

Se analizará el currículo nacional chileno y la educación escolar logran proporcionar una educación cívica sólida, o si los estudiantes se ven más influenciados por las comunicaciones digitales.

Contextualización

Primeramente debemos definir y delimitar a lo que nos referimos cuando hablamos de redes sociales, según la perspectiva de Boyd y Ellison (Boyd & Ellison, 2007), “Definimos los sitios de redes sociales como servicios basados en la web que permiten a

individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema” esta definición es por excelencia para lo que son las redes sociales digitales como Facebook, Instagram, entre muchos otros. Sin embargo, en la era actual, es crucial reconocer que estas plataformas ofrecen una amplia gama de contenido, incluyendo noticias e información de diversa índole, incluso plataformas como YouTube, que normalmente no se define como red social, pero si lo consideraremos en este trabajo por ser una plataforma de contenido digital. Por lo tanto, resulta imperativo indagar en la influencia de este contenido variado en la formación ciudadana de los estudiantes de enseñanza media.

El análisis propone que los alumnos de secundaria son notablemente influenciados por las redes sociales, principalmente por dos razones esenciales. Primero, el enorme volumen de contenido que consumen a diario, que va desde noticias hasta opiniones, es una parte integral de su vida diaria, formando sus percepciones y comportamientos. Este flujo constante de información tiene la capacidad de impactar de manera significativa en la formación de su identidad, valores y creencias. Segundo, la influencia de las redes sociales es evidente, y si no se tiene una buena formación previa no se podrá distinguir de manera efectiva entre la verdad y la falsedad del contenido al que se exponen en estas plataformas digitales. Como resultado, los alumnos se enfrentan al desafío de procesar y evaluar críticamente la gran cantidad de información a la que tienen acceso, lo que puede tener un impacto significativo en su desarrollo personal y su habilidad para participar como ciudadanos informados en la sociedad.

Según los datos que publico Entel (la compañía de telefonía móvil) en un artículo en su propia web en el año 2023, sobre las redes sociales más usadas al año

Las redes sociales más usadas en Chile en 2023 según su cantidad de usuarios son: Porcentaje de

usuarios de internet que usan las redes sociales en Chile tenemos

Tabla 1, Redes sociales más usadas en Chile

Las redes sociales más usadas en Chile en 2023 según su cantidad de usuarios son:	Porcentaje de usuarios de internet que usan las redes sociales en Chile tenemos
YouTube: 15,40 millones de usuarios.	WhatsApp: 93,2%
Facebook: 12,15 millones de usuarios, y Facebook Messenger: 8,15 millones.	Instagram: 86,6%
TikTok: 11,25 millones de usuarios.	Facebook: 86,5%, y Facebook Messenger: 65,6%
Instagram: 10,95 millones de usuarios.	TikTok: 64,3%
LinkedIn: 6,90 millones de miembros.	Twitter: 52,8%
Twitter: 3,65 millones de usuarios.	Pinterest: 39,1%
Pinterest: 3,57 millones de usuarios.	Telegram: 37,8%
Snapchat: 1,05 millones de usuarios.	LinkedIn: 28,2%

Fuente: (ENTEL: Redes sociales en Chile: ¿En qué punto se encuentran?)

La misma compañía aclara que YouTube no es propiamente una red social, sino que es la plataforma con mayor cantidad de suscriptores en todo Chile, esto se debe a su formato de "plataforma de contenidos".

En enero de 2022, Cadem llevó a cabo un estudio sobre los medios de comunicación como fuentes de noticias, en el cual entrevistó a 2.000 personas de diversos grupos etarios, abarcando todas las plataformas sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter (ahora conocido como

X) y TikTok, así como las plataformas tradicionales como la televisión abierta, televisión de pago (cable, satélite, streaming), periódicos y portales en línea, radios, periódicos regionales (tanto impresos como digitales), periódicos nacionales impresos y revistas. Los resultados revelaron que las tres plataformas más populares en la actualidad, considerando la interacción diaria como medio informativo y de comunicación, son WhatsApp, Facebook e Instagram, en ese orden, superando incluso a la televisión abierta.

Por otro lado, según CADEM, entre la Generación Z (actualmente en la enseñanza media y otros), Instagram se posiciona como la plataforma más popular, con un 86% de visualización diaria hasta tres veces por semana, mientras que la televisión abierta alcanza un 48%. Asimismo, CADEM señala que, dentro de esta misma generación, un 62% utilizó Instagram durante el proceso de elección presidencial para informarse sobre los candidatos presidenciales, en comparación con solo el 35% que recurrió a la televisión abierta.

Esto nos muestra una clara influencia de las redes sociales en la formación ciudadana de estudiantes de media. En la misma encuesta, los 2000 entrevistados respondieron a la pregunta "¿Cuánta confianza tienes en la información y noticias que has obtenido de...?" y debían evaluar con una nota del 1 al 7 según el grado de confianza en el medio que se les mencionaba. De la Generación Z, el 53% afirmó confiar en Instagram, asignándole una nota entre el 5 y el 7.

Resultó que, entre todas las generaciones, esta fue la que evaluó mejor a Instagram. En otras palabras, el 47% de los jóvenes creen que Instagram no es de fiar, pero el 83% declara visitar con frecuencia esta red social. Aún más sorprendente fue que la Generación Z señaló que la radio es considerada como la fuente más confiable, seguida de los periódicos digitales y, en tercer lugar, Instagram. Es decir, Instagram es considerado más confiable que la televisión, los periódicos impresos locales o nacionales, y el doble de confiable que artículos o revistas. Por último, es importante mencionar que, de las tres plataformas más confiables según la Generación Z, solo el 18% escucha

con regularidad la radio, el 42% lee el periódico digital, y el 86% visita Instagram con regularidad.

En resumen, el panorama es muy claro: la Generación Z utiliza Instagram de manera cotidiana para informarse, por encima de cualquier otra plataforma, a pesar de considerarla otras más confiables que la misma. Esto impacta la forma en que la intituciones deberán desarrollar sus procesos formativos, ya que deberán incluir están nuevas miradas en la adquisición de los aprendizajes como también en el diseño curricular de sus programas formativos. (Gutiérrez, 2021)

La formación ciudadana en la enseñanza media

Según el currículo nacional, la formación ciudadana es uno de los tres ejes de "historia, geografía y ciencias sociales", por lo tanto, es parte integral de la educación de todo alumno, desde primer grado donde se establecen objetivos de aprendizaje como el OA6 "Conocer expresiones culturales locales y nacionales, describir fiestas y tradiciones, ... reconocer estas expresiones como elementos de unidad e identidad local y/o nacional", así como el OA7 "Conocer la vida de hombres y mujeres que han contribuido a la sociedad chilena en diversos ámbitos; por ejemplo..." entre otros.

En primer año de educación media, nos encontramos con el objetivo OA1 "Explicar las ideas republicanas y liberales, así como su relación con las transformaciones políticas y económicas de América y Europa durante el siglo XIX, considerando, por ejemplo, el parlamentarismo como modelo de representatividad, el constitucionalismo, el movimiento abolicionista, la libre asociación, el libre mercado, la ampliación de la ciudadanía, entre otros." De esta manera, se evidencia la enseñanza por parte del docente en relación a conceptos importantes como sociedad, democracia, modelo representativo, entre otros.

Dentro del marco de la educación científica humanista, encontramos el electivo denominado educación ciudadana, el cual tiene como objetivo guiar en asuntos importantes de la democracia, política,

participación ciudadana, entre otros. El currículo nacional explica esto de la siguiente manera:

La asignatura de Educación Ciudadana tiene por objetivo el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes para que las y los estudiantes comprendan el sistema democrático y se desenvuelvan en él. Para esto, esta asignatura busca que reflexionen, conozcan, ejerciten y evalúen diversas formas de participación ciudadana, considerando sus impactos y aportes al bien común a partir de experiencias personales, escolares, o bien mediante la investigación de fenómenos sociales contemporáneos. De esta manera se espera que comprendan la importancia de participar de forma activa y corresponsable en la construcción de una sociedad orientada hacia el bien común, la justicia social, el desarrollo sustentable y el aseguramiento de los derechos humanos, basándose en principios éticos, valores democráticos y virtudes públicas.

El curriculum nacional explica que la clase de formación ciudadana desarrolla conocimientos, habilidad y actitudes para que se puedan desenvolver en los asuntos democráticos de su país. La asignatura busca que el estudiante reflexione y evalúe las diversas formas de participación ciudadana. El objetivo es que los estudiantes adquieran una responsabilidad cívica, para que, al cumplir la edad establecida, el estudiante pueda participar de forma activa y responsable.

Por ende, no podríamos afirmar que los estudiantes de enseñanza media tienen un desconocimiento de los mecanismos políticos y los sistemas democráticos, es parte de los contenidos esenciales tanto en educación básica como en enseñanza media, existe una formación civil y ciudadana, desarrollando los conceptos de sociedad, democracia entre otros.

Efectos de las redes sociales en adolescentes

Nicholas A. Christakis y James H. Fowler, en su libro "Conectados", abordan los diversos efectos de las redes sociales (Christakis, 2010). No podemos ignorar sus ventajas, desde la gran cantidad de información disponible hasta la facilidad con la que se

puede acceder a ella. Las redes sociales han transformado nuestra forma de relacionarnos y es innegable que este camino digital no retrocederá. Sin embargo, tampoco podemos pasar por alto las consecuencias negativas que conllevan, tanto física como intelectualmente. Antes de adentrarnos en ellas, es relevante mencionar algunas que los autores del libro "Conectados" señalan: la amplificación de la desinformación, la creación de burbujas informativas que refuerzan prejuicios y divisiones sociales, el aumento de la ansiedad y la baja autoestima debido a la comparación constante, la distracción y la disminución de la productividad, así como la influencia en la toma de decisiones basada en la presión social y la validación externa en lugar de valores propios. Además, el libro sugiere que las redes sociales pueden facilitar la propagación de conductas perjudiciales, como el acoso cibernético y la incitación al odio. Sin embargo, en el ámbito pedagógico y formativo, resulta trágico el efecto neurológico que ejercen las pantallas y su contenido.

Nicholas describen el proceso cognitivo al estar expuestos a las pantallas. En primer lugar, la luz generada por los dispositivos tiene un efecto hipnótico que afecta directamente el ciclo de sueño, lo que explica por qué es común encontrar adolescentes sin control durante las noches y agotados durante el día debido a la falta de descanso. Además, el uso excesivo de redes sociales puede provocar una sobreestimulación cerebral constante, agotando los recursos cognitivos y afectando la capacidad de concentración y atención. Esto no solo perjudicaría el rendimiento académico por el sueño, sino también por el efecto cognitivo de las pantallas.

Por otro lado, el efecto de gratificación instantánea que ofrecen las redes sociales (a través de "likes", comentarios, etc.) condiciona la respuesta del cerebro, generando una búsqueda constante de estímulos gratificantes. Se sabe que la cantidad de dopamina liberada por el cerebro se compara con los efectos de drogas duras como la cocaína o la heroína, por lo tanto, las pantallas pueden generar adicción, especialmente en niños y adolescentes. Nicholas

mencionan que esta adicción afecta directamente al lóbulo frontal, específicamente en la toma de decisiones y el juicio.

Este efecto es circular: el niño tiene interacción con las pantallas como las redes sociales, estas liberan dopamina, generando placer. Luego, por conductismo, el joven desarrolla una adicción al necesitar la recompensa generada por las pantallas. Esto afecta el lóbulo frontal y el estudiante experimenta dificultades de concentración en el colegio, ya sea por haber interrumpido el ciclo de sueño, problemas cognitivos o incluso déficit atencional producido por las pantallas. Para mejorar su rendimiento escolar, el estudiante acude nuevamente a las pantallas en busca de información para rendir en el colegio.

El algoritmo de Facebook

Por otra parte, el contenido hallado en las redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube y otras plataformas, opera a través de algoritmos diseñados para observar las preferencias personalizadas de cada usuario. Felipe González ejemplifica el caso de Facebook durante las elecciones de Donald Trump (González, 2019). Básicamente, señala que Facebook recopila todas las interacciones que un usuario realiza al consumir contenido, registrando cada vez que da "me gusta", comparte o comenta una publicación. De esta manera, el algoritmo crea un perfil con los gustos y preferencias del usuario, permitiéndole mostrar videos que se ajusten a sus intereses. A medida que el usuario interactúa más, el algoritmo perfecciona sus sugerencias, estimulando cognitivamente, de manera constante, al usuario al otorgarle recompensas a través de videos afines a sus gustos. Este comportamiento puede ocasionar una mayor polarización, ya que, al tener preferencias políticas definidas, los videos sugeridos seguirán esa línea, omitiendo el panorama completo y reforzando las convicciones extremas de cada usuario.

Con más énfasis en su investigación, Felipe resalta su preocupación por el poder formativo de las redes sociales. En 2014, Facebook compartió la información de su algoritmo con uno de los candidatos

presidenciales de ese momento, Donald Trump, y juntos llevaron a cabo una campaña política altamente efectiva a través de las redes sociales. Por ejemplo, si el algoritmo detectaba que un usuario mostraba interés en temas relacionados con animales, en su feed de Facebook aparecerían contenidos sobre tenencia de armas, ya que Donald Trump estaba a favor y sus oponentes impondrían mayores restricciones en ese sentido. Esta estrategia claramente influía en las preferencias electorales del usuario, pero estaba sesgada por el algoritmo de las redes sociales.

Es importante comprender que no se está diciendo que aprender a través de internet sea negativo o perjudique la educación. Por supuesto, es fundamental que los estudiantes tengan acceso a internet y puedan aprender mediante reportajes, podcasts e incluso a través de contenidos presentes en las redes sociales. Sin embargo, es crucial crear conciencia sobre el hecho de que la información encontrada en las redes sociales nunca será objetiva. Si permitimos que el algoritmo educa políticamente a los estudiantes, estos aprenderán sobre ciertos aspectos de la formación ciudadana, pero siempre bajo un sesgo, impidiéndoles comprender el panorama completo.

Creadores de contenido

Hoy en día el grupo con mayor influencia en el mundo se cree que son aquellos llamados influencers (Fernández de Córdova, 2017) estas personas tienen un inmenso poder de influencia en grandes masas de personas, “Blogueros, youtubers, instagramers acaban generando un contenido personal con alto poder de prescripción. En España, un 88 % de las mujeres declara que sigue a influencers a través de las redes sociales”.

Según un artículo publicado por el diario Financial Times, describió el caso de la influencers Lauren Hansen, una instagramers (usuaria de Instagram), con una cuenta de 12.000 (en el momento del artículo, hoy 19.200) ella normalmente sube foto de su vida, algunos contenidos de moda, algunas fotos de su familia, entre otras cosas, no obstante, el diario Financial Time comenta una de sus publicaciones

donde ella sube una foto normal, pero en la descripción de la foto pide a sus seguidores informarse de lo que está viviendo el país (en plena pandemia 2020) esto acompañado del #stayhome (#quedateencasa), lo que llamó la atención es que en la parte de más abajo agrega la siguiente frase “Stop the spread of misinformation and go visit @defeatdisinfo and defeatdisinfo.org Paid for by Defeat DisInfo” (Detenga la difusión de información errónea y visite @defeatdisinfo y defeatdisinfo.org Pagado por Defeat DisInfo) Defeat DisInfo es un comité de acción política estadounidense,

En otras palabras, un partido político pago para que esta influencia colocara información política en un post. Esta es una de las primeras que se sumó al pequeño grupo llamado ‘microinfluencers’ políticos. Se trata de usuarios de diverso contenido, no tienen una gran influencia como otros influencers con millones de seguidores, pero que los partidos políticos usan para propaganda. Un alcance de 12.000 por un costo mucho inferior a las campañas tradicionales.

Lógicamente esta estrategia aún no se ha visto del todo en Chile, pero sin lugar a dudas cada vez será más común campañas políticas con un trabajo mayoritariamente digital que convencional, otro buen ejemplo de esto es el actual presidente electo Javier Milei, que tuvo una campaña política con mucha fuerza digital con su canal de YouTube “El peluca Milei”

Cada año la política ha transformado las redes sociales como su campo de acción, luchando por alcanzar una mayor cantidad de influencers no necesariamente de contenido político para influenciar los consumidores de contenido, ya que se conoce el poder que tienen los contenidos en redes sociales.

Ahora, esto no sería un gran problema si a la publicidad política agregamos el algoritmo ya mencionado que las redes sociales tienen. Un estudio realizado por Joshua Becker, Ethan Porter y Damon Centola, observaron a la interacción de dos grupos de orientación política muy marcada, unos republicanos y otros demócratas (Becker, 2019). Primeramente, se dejó cada grupo con aquellos que compartían su

preferencia política, y se les dejó debatir sobre temas políticos polémicos como desempleo, tenencia de armas, inmigración, entre otros. Lo que se esperaba es que cada grupo se polarizara más en sus ideologías, y que como grupo fueran más extremistas entre ellos, pero se observó todo lo contrario, en un el debate cada grupo se moderó, buscando puntos en común y simpatizando con el partido contrario. La pregunta es porque en redes sociales ocurre lo contrario, y una persona común y corriente, con lenguaje respetuoso y moderado, en internet puede hacer comentarios de odio y extremistas. La conclusión a la que llegó el estudio es que esto se debe a 2 factores, primeramente, que el uso de celular genera un efecto hipnótico disminuyendo la capacidad de análisis crítico, permitiendo aceptar aquello que en otras circunstancias no aceptaría. Y, en segundo lugar, el algoritmo permite solo ver contenido que apoya un punto de vista, reforzando una idea diariamente hasta que el usuario lo considera como verdad.

Lo que queremos decir no es que los “influencer” sean negativos para los adolescentes que se están formando políticamente, pero si pueden producir mucho daño al polarizar aún más la sociedad, creando sesgos en los consumidores.

Desafíos y oportunidades

En este ensayo se pudo observar una gran cantidad de oportunidades con la revolución digital, se pudo observar una gran influencia, y poder de convencimiento en las personas, quizás esta sea una de las formas que deberían ser empleadas en los colegios para influenciar a sus estudiantes, siempre y cuando se use de manera moderada evitando que los estudiantes lleguen a la adicción de estas.

Según lo que se ha estudiado podemos enumerar todas las consecuencias que genera las redes sociales tanto en su uso moderado como en su uso excesivo

Uso moderado: El uso moderado de las redes sociales y las pantallas, de manera especial en estudiantes de enseñanza media, puede desencadenar una serie de consecuencias significativas en su bienestar y

desarrollo. En primer lugar, se observa una polarización, donde la exposición a distintos puntos de vista a través de las redes puede conducir a una mayor división y confrontación en las interacciones sociales. Además, el riesgo de ciberacoso se incrementa, exponiendo a los jóvenes a situaciones de hostigamiento y abuso en línea. La falta de sueño resultante de la exposición prolongada a las pantallas puede impactar negativamente en su salud y rendimiento académico, mientras que la disminución del pensamiento crítico y los problemas de atención pueden obstaculizar su capacidad para analizar información de manera objetiva y concentrarse en tareas importantes. Estas son solo algunas de las consecuencias, ya que existen otros efectos adversos que demandan una consideración cuidadosa y una gestión efectiva del uso de las redes sociales y las pantallas.

El uso excesivo de las redes sociales y las pantallas puede acarrear una variedad de consecuencias adversas para su bienestar y desarrollo en especial estudiantes de enseñanza media. En primer lugar, se observa un mayor riesgo de adicción y síndrome de abstinencia, generando una dependencia perjudicial del uso continuo de las redes y dispositivos. Esto puede desencadenar déficit atencional, afectando negativamente su capacidad para concentrarse en actividades importantes, así como niveles aumentados de ansiedad y depresión. La codependencia emocional hacia la validación y la interacción en línea puede resultar en dificultades para desarrollar relaciones interpersonales significativas fuera del ámbito digital. Además, el uso excesivo de las redes sociales puede propiciar la falta de pensamiento crítico y dificultades para sociabilizar, lo que repercute en el desarrollo integral de los jóvenes. Estas son solo algunas de las muchas consecuencias del uso excesivo de las redes sociales y las pantallas, resaltando la importancia de fomentar un equilibrio saludable en el uso de la tecnología en este grupo etario.

CONCLUSIÓN

En este estudio se investigó los efectos de las redes sociales y el uso de pantallas en estudiantes de secundaria, centrándose especialmente en su formación ciudadana a través de las clases convencionales en comparación con el impacto de las redes sociales y otras plataformas de contenido. La hipótesis planteaba que los estudiantes estaban influenciados por el contenido de las redes sociales, lo que limitaba su capacidad para desarrollar un criterio amplio sobre temas como la democracia, la política, los partidos, entre otros. Asimismo, se resaltó la falta de habilidades para distinguir información errónea de la correcta.

Además de confirmar la hipótesis, se encontró evidencia de los daños neurológicos causados por el uso de pantallas, con repercusiones a corto, mediano y largo plazo. Estos efectos afectan no solo el rendimiento intelectual, sino también la capacidad de obtener una visión objetiva y completa de los temas tratados.

Por otro lado, se abordaron las habilidades establecidas en el plan de estudios nacionales, como el pensamiento crítico y el análisis de fuentes, que fueron mencionadas. Sin embargo, las redes sociales no fomentan la capacidad del estudiante para cuestionar lo que ve, ya que el contenido suele estar sesgado de antemano.

Es evidente que no podemos prohibir que los estudiantes utilicen las redes sociales, pero una propuesta viable podría ser incluir dentro de la formación ciudadana la enseñanza de habilidades para gestionar adecuadamente tanto las tecnologías como las redes sociales, concientizando sobre los riesgos del uso excesivo de estas herramientas. Asimismo, es importante mostrar los errores asociados con el uso inadecuado de las tecnologías y fomentar la comprensión de los aspectos negativos a través de la educación.

REFERENCIAS

Actualización de la Priorización Curricular: Historia, Geografía y Ciencias

Sociales. (2023). Ministerio de Educación, Unidad de Currículum y Evaluación.

Bases Curriculares: 3° y 4° medio (Primera edición: noviembre de 2019). (2019). Ministerio de Educación, Unidad de Currículum y Evaluación.

Boyd, danah m., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393>.

CADEM. (2022). El Chile que viene, medios y redes sociales [Datos estadísticos]. Cadem. <https://cadem.cl/la-tercera-generacion-z-el-73-de-los-jovenes-entre-13-y-23-anos-utiliza-instagram-todos-los-dias/>

Carlos Oliva Marañón. (2012.) Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet. *Aposta revista de ciencias sociales*, 54, 1-16. <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>

Carrizo, M. (2012). Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes, El fenómeno de Facebook y su influencia [Tesis Monográfica]. Universidad del Salvador.

Christakis, N. A. (2010). Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan (Primera edición 2010, segunda reimpresión). Santillana Ediciones Generales: Taurus.

Redes sociales en Chile: ¿En qué punto se encuentran? (2023). Entel Comunidad Empresas., de https://ce.entel.cl/articulos/las-redes-sociales-en-chile/?utm_term=&utm_campaign=AO+-+COE+-+Branding+-+GGE&utm_source=adwords&utm_medium=pc&hsa_acc=1140987309&hsa_cam=12506884035&hsa_grp=146100801496&hsa_ad=646611157132&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-2149377272291&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=a

[dwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA67CrBhC1ARIsACKAa8RmSCq_WD1TD4uFx3rlWV6Mw2C8XCgWnt_p1aJmn9VlracL-JrrfoaAjZ4EALw_wcB](https://www.researchgate.net/publication/356537093_Las_transformaciones_digitales_de_las_Universidades_Breve_revision_de_literatura_Capitulo/links/619fb35c3068c54fa51cf086/Las-transformaciones-digitales-de-las-Universidades-Breve-revision-de-literatura-Capitulo.pdf#page=169)

Fernández de Córdova, I. (2017). Comunicar la Moda en Internet Medios, Marcas, Influencers y Usuarios. Editorial UOC.

Fernández Vicente, A. (2015). La ciudad digital. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Fresno, M. del; M., Pilar. (2014). Conectados por redes sociales: Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC.

Gonzalez, F. (2019). Big data, algoritmos y política: Las ciencias sociales en la era de las redes digitales. Cinta de moebio, 65, 267-280.

Joshua Becker, Ethan Porter, & Damon Centola. (2019). The wisdom of partisan crowds. PNAS, 116(22), 10717-10722.

Lovink, G. (2016). Redes sin causa: Una crítica a las redes sociales. Editorial UOC.

Gutiérrez Soto, M. (2021). Transformación digital y la internacionalización de la universidad para el logro de la calidad educativa. Dirección de Virtualidad y Desarrollo Académico de la Uniagustiniana (ed). Una mirada a la transformación de las nuevas generaciones desde la óptica de los actores del proceso formativo en la educación virtual (pp. 166-172) Bogotá.

https://www.researchgate.net/profile/Dustin-Gomez-Rodriguez/publication/356537093_Las_transformaciones_digitales_de_las_Universidades_Breve_revision_de_literatura_Capitulo/links/619fb35c3068c54fa51cf086/Las-transformaciones-digitales-de-las-Universidades-Breve-revision-de-literatura-Capitulo.pdf#page=169

Navarrete Villanueva, D., Castel Feced, S., Romanos Calvo, B., & Bruna Barranco, I. (2017).

Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: Una revisión bibliográfica. Psicología y Salud, 27(2), 255-267.

Orientaciones didácticas, Historia, Geografía y Ciencias Sociales (2023.a ed.). (2023). Ministerio de Educación, Unidad de Currículum y Evaluación.

Pérez-Soler, S. (2018). Periodismo y redes sociales. Editorial UOC.

Piñar Mañas, J. L., & Rodotà, S. (Eds.). (2011). Redes sociales y privacidad del menor: = Social networks and children's privacy (1. ed). Reus.

Siddharth Venkataramakrishnan. (2020, octubre 24). Inside the rise of the political micro-influencer. Financial Times. <https://www.ft.com/content/e414d42a-c49b-4f43-86a1-06395a849fac>

Simón Onieva, J. E. (2016). Gabinetes de Comunicación Universitarios y Redes Sociales. Editorial Universidad de Almería.

Todorovich, E. (2021). La pandemia de las redes sociales. Riadi, 17, 89-97.