



Análisis de la experiencia y testimonio de las *influencers* Selena Gómez y Essena O'Neill como caso de estudio de los efectos de Instagram en la salud mental de los jóvenes

**“Analysis of the experience and testimony of influencers Selena Gomez
and Essena O'Neill as a case study of the effects of Instagram on the
mental health of young people”**

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

TRABAJO FIN DE GRADO

Modalidad A - Realización de un trabajo de investigación

Autora: Valentina Garcés Carmona

Tutora: Eloísa Nos Aldás

Fecha de entrega: 31 de julio de 2020

Resumen

Este trabajo analiza la influencia de las redes sociales, enfocándonos en Instagram, sobre la salud mental de los jóvenes. Esta investigación pretende descubrir si hay un vínculo entre el uso de Instagram y los trastornos de salud mental, teniendo en cuenta que estos últimos vienen determinados por múltiples factores. Para ello, a través de una metodología cualitativa basada en el modelo de estudio *ethical witnessing* ('testimonio ético'), analizaremos la relación de Selena Gómez y Essena O'Neill con Instagram. Concluimos que Instagram tiene consecuencias importantes en la salud mental de sus usuarios, y consideramos necesario educar en el uso y los efectos de las redes sociales a los jóvenes para disminuir tales efectos.

Palabras clave

Redes sociales - salud mental - *Influencer* - testimonio - Instagram - jóvenes

Índice

Introducción	4
• Justificación	5
• Objetivos	6
• Pregunta de investigación	6
• Estructura	6
Marco Teórico	7
• Uso y efectos de las redes sociales	7
• Construcción de la identidad en las redes sociales	9
• Instagram: ¿Qué es?	10
• Funciones	11
• Diseño	14
• Vínculo entre Instagram y la salud mental	14
Metodología	17
• Estudio de casos	18
Conclusiones	22
Bibliografía	24
Anexos: traducción al inglés de las partes solicitadas	27

Introducción

En la actualidad, nos encontramos en una sociedad interconectada donde la creación y la colaboración poseen un papel fundamental. El uso de Internet es un elemento clave de esta sociedad, gracias al mismo relacionarse es cada vez más sencillo. Además, la multitud de posibilidades que nos ofrece ha supuesto importantes cambios en la forma de comunicarnos y de socializar.

Es en este ámbito donde entran en juego las redes sociales (RRSS), pues nos permiten estar en contacto con todo el mundo sin importar el lugar o el momento. Boyd y Ellison (2007) definen red social como un servicio que permite a los 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 las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. Es decir, nos permiten interactuar con una audiencia masiva por medio de un perfil virtual, sin embargo, van más allá, dándonos la oportunidad de crear y compartir todo tipo de contenido forjando así una identidad propia dentro dichas redes.

Las redes sociales han supuesto grandes cambios para nuestra sociedad, sobre todo en el ámbito de la comunicación, crear y fortalecer vínculos a través de la red es cada vez más sencillo, pues según el informe *Digital in 2020* elaborado por We Are Social en colaboración con Hootsuite el 49% de la población mundial hace uso de una o más redes.

“Los jóvenes conviven con las pantallas de un modo espontáneo y natural. Han nacido y crecido en este entorno(...), han aprendido antes a manejar el interface tecnológico que a leer y escribir” (Gabelas y Marta, 2011). Esto supone un cambio en la realidad social de los jóvenes, los cuales desde que nacen se encuentran inmersos en un mundo en red donde desarrollan un lenguaje propio de cada plataforma, una forma de ser y actuar que poco a poco va forjando tanto su identidad como sus valores.

Así como las plataformas sociales han supuesto una revolución en nuestras vidas, también acarrear consecuencias negativas derivadas de un exceso de su uso. La adicción a las redes es una de estas consecuencias, sobre todo

entre los jóvenes ya que pasan un mayor número de horas conectados y para los que tener por lo menos una red social es algo innato.

En la actualidad, si no compartes aquello que ocurre en tu vida o te posicionas ante los diferentes problemas sociales que surgen a diario te expones a ser rechazado socialmente, ya que lo que no se publica no existe. La necesidad de estar conectados constantemente con el fin de publicar lo más relevante de tu día o el miedo a perderte algo interesante dentro de la comunidad, puede afectar enormemente a la salud mental del usuario pues resulta casi imposible abarcar el flujo constante de contenido que se crea a diario dentro de la red. Si a esto le sumamos la exposición del propio usuario dentro de la red social, nos encontramos con un *cóctel molotov*, puesto que dicha exposición acarrearía un *feedback* que puede ser o no ser positivo para el joven, ya que Internet es un lugar donde la libertad y el anonimato no siempre dan el mejor resultado.

Justificación

El tema objeto de investigación me parece relevante por dos factores. En primer lugar, según *el Estudio Anual de Redes Sociales de 2019* elaborado por IAB Spain, Instagram es una de las redes sociales con mayor incremento de seguidores (de un 49% a un 54%) situándose como la cuarta red social más utilizada en España por detrás de WhatsApp (88%), Facebook (87%) y Youtube (68%). Además, día a día, podemos observar como el uso de la aplicación es cada vez más adictivo pues gracias a la evolución que ha experimentado en los últimos años, cuenta con multitud de opciones de uso: publicar *stories*, revisar el contenido que comparten las personas a las que se sigue, explorar nuevas cuentas, buscar inspiración, y un sinfín de elecciones que "obliga" a los usuarios a mantenerse conectados para no perderse nada. Según el estudio *#StatusOfMind* realizado por la Sociedad Real de Salud Pública de Reino Unido, Instagram es la peor red social para el bienestar mental de los usuarios. Es aquí donde entra en juego el segundo factor de relevancia, la salud mental, y como cada día somos más conscientes de su importancia, pues según la Organización Mundial de la Salud, los trastornos mentales representan el 16%

de la carga mundial de enfermedades y lesiones entre personas de edades entre 10 y 19 años.

Objetivos

El objetivo principal del estudio es analizar los efectos negativos de la red social Instagram en la salud mental de los jóvenes a través del análisis de la experiencia de dos *influencers* y su relato público. Además, buscaremos conocer mejor el funcionamiento y los efectos de Instagram.

Pregunta de investigación

¿Qué consecuencias pueden tener los efectos negativos de la red social Instagram en la salud mental de los jóvenes?

Estructura

- En primer lugar, realizaremos una introducción al tema objeto de investigación así como una justificación de su elección. Además, plantearemos los objetivos, la pregunta de investigación y la estructura que seguirá el trabajo.
- En segundo lugar, realizaremos una búsqueda de estudios previos que tengan relación con el tema tanto de las redes sociales como de la salud mental en los jóvenes. Analizaremos los usos y efectos de las redes, y cómo a partir de éstas se lleva a cabo un proceso de construcción de la identidad. También buscaremos conocer qué es Instagram y cómo funciona, así como su vínculo con los posibles efectos negativos en la salud mental de los jóvenes.
- En tercer lugar, presentaremos la metodología que utilizaremos en la investigación y los casos a analizar.
- Finalmente, expondremos los resultados más destacables del análisis hecho y realizaremos unas conclusiones finales.

Marco teórico

Con el fin de desarrollar el tema del TFG, consideramos indispensable realizar una búsqueda de otros estudios similares en los que sustentan las bases de la investigación. Es importante analizar el uso que los jóvenes hacen de las redes sociales en su día a día, así como el efecto que tienen estas en su vida personal y social. Además de realizar una investigación entorno a Instagram y su evolución como plataforma abordando temas como qué es y cómo funciona. Por otra parte, será necesario indagar en el tema de la creación de la identidad del joven y de cómo esto vinculado con el uso de Instagram puede acarrear daños en la salud mental.

Uso y efectos de las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en el mejor amigo de los más jóvenes, estar conectado es prácticamente una necesidad, tanto personal como social. Según Monsoriu (2009), las redes sociales permiten al usuario la posibilidad de compartir, etiquetar y comentar todo tipo de contenido así como también generar discusiones, jugar en línea, acceder a perfiles conocidos o crear vínculos con personas que no conocemos.

De esta forma, las redes se vuelven un lugar donde el joven puede estar en contacto con amigos, así como conocer gente nueva, permitiendo así no solo afianzar relaciones sino también establecer otras; crear y compartir todo tipo de contenido, visual y audiovisual; enviar mensajes, tanto públicos como privados, permitiendo lanzar mensajes de reivindicación y protesta a la sociedad, así como también interactuar con un grupo delimitado sobre temas más personales. Y todo esto sin tener que salir de casa, de esta manera se rompe con la barrera del espacio y del tiempo, ya que todo se encuentra al alcance de un clic.

“Las redes sociales constituyen uno de los epicentros donde los jóvenes construyen su tejido social de amistades y relaciones. Posibilitan la afirmación de su identidad y autoafirmación, y proyectan su socialización en el grupo de referencia y pertenencia. Se presentan, contactan, se relacionan compartiendo fotografías, vídeos, música... Conforman comunidades afines por gustos o

intereses.” (Meso, Pérez y Mendiguren, 2011). Esta generación se encuentra totalmente integrada en el entorno digital, han nacido y crecido dentro de éste y por ello publicar contenido sobre sus vidas es totalmente natural, forma parte de quienes son. En el caso de no compartir sus gustos, intereses, preocupaciones o motivos de felicidad, es decir, aquello que les hace ser quienes son con los demás usuarios de la red, supondría no estar adaptados al mundo actual, y en consecuencia sería como no existir.

Las redes sociales no son buenas o malas, pero el uso que hacemos de ellas suponen un gran punto de inflexión en nuestras vidas, y más si hablamos de personas jóvenes. Por un lado, hacer un uso moderado de las redes es positivo porque ofrecen una gran variedad de posibilidades pudiéndose aplicar a los diversos ámbitos de nuestra vida aumentando así nuestro crecimiento personal y profesional. Por el contrario, un uso excesivo puede acarrear grandes riesgos para jóvenes y adolescentes, pues estar todo el día conectado conlleva desatender otros aspectos de su vida y puede acabar por convertirse en una adicción al medio. Con respecto a esto, Arab y Díaz (2015) señalan lo siguiente:

Autores sugieren que algunos jóvenes (entre un 10-15% del total de usuarios) desarrollan conductas adictivas similares a la dependencia a sustancias. Se generan fenómenos de abstinencia y tolerancia, sensación de pérdida de control y se utilizan como método para escapar de la realidad. Involucra serias alteraciones sociales y familiares.

Además, el uso de las redes sociales está vinculado con la teoría de los usos y gratificaciones. De acuerdo con dicha teoría, planteada por Katz, Blumler y Gurevitch en 1974, el efecto de la comunicación de masas es entendido como consecuencia de las gratificaciones a las necesidades experimentadas por el receptor.

Por este motivo entendemos que la cantidad de empeño que se pone en el uso de una plataforma social tiene como objetivo satisfacer una serie de necesidades:

1. Cognoscitivas: adquisición y refuerzo de conocimiento y comprensión.
2. Afectivas-estéticas: experiencias emotivas.
3. Integradoras a nivel personal: seguridad, estabilidad y estatus.
4. Integradoras a nivel social: contacto interpersonal.
5. De evasión: relajación frente a tensiones y conflictos.

Por tanto, la cantidad y el modo de uso que los usuarios hagan de las redes, estará directamente relacionado con las recompensas que esperan obtener (Katz, Blumler y Gurevitch, 1974). Cuando hablamos de recompensas, hacemos referencia por ejemplo, al número de *likes* o comentarios en una publicación, cuantos más tengamos más “importantes” seremos dentro de la comunidad virtual, y esto para los jóvenes es toda una hazaña, pues se encuentran en una etapa donde buscan pertenecer a un grupo que les ayude en la formación de su identidad.

Construcción de la Identidad en las redes sociales

Para Gabelas y Marta (2011) la creación de un perfil en las redes sociales supone para los y las jóvenes un rito de creación de identidad, y la construcción de un espacio personal. Según Echeburúa y Requesens (2012) abrir un perfil en las redes sociales o los blogs personales y el establecimiento de las relaciones afectivas son modos de forjar su autoconcepto y de fortalecer su autoestima.

Cuando creamos un perfil en las redes estamos configurando nuestro propio “yo” en su dimensión virtual, forjando así nuestra identidad de la forma que mejor nos parezca. En esta situación entra en juego un factor fundamental: el contenido, tanto el que consumimos como el que creamos. Las personas a las que seguimos y damos me gusta, las fotografías que publicamos y los textos que las acompañan, o los *post* que compartimos son algunos de los ejemplos que podemos considerar definitorios dentro de una red social.

A la hora de construir nuestra identidad dentro de la red elegimos de manera consciente aquellos rasgos que queremos mostrar a los demás, creando así una realidad donde el resto de usuarios de la plataforma no tiene porque conocer todo de nosotros, y lo que conocen no tiene porque ser del todo cierto. Mostraremos y disfrazaremos aquello que consideremos necesario para crear al sujeto virtual que nos definirá.

Además, en la búsqueda por forjar o reafirmar su identidad, los jóvenes “fijan sus expectativas en personas famosas, mediáticas o con gran atractivo social. Sueñan con parecerse a quienes consideran sus ídolos y fantasean con llegar a conseguir las mismas metas. Son un ejemplo a seguir para ellos” (Prieto, 2018). Las redes nos permiten conocer de cerca la vida de famosos o *influencers*, de esta manera los ídolos mediáticos influirán en las vidas de jóvenes y adolescentes los cuales crearán su identidad a partir de los valores, gustos, decisiones de compra e incluso preocupaciones de dichos referentes. En 2018, a través de un *post* en Instagram, la cantante Taylor Swift expresó por primera vez su opinión sobre política y alentó a sus seguidores a que se registraran para votar en las elecciones del 6 de Noviembre de ese mismo año. Kamari Guthrie, director de comunicaciones de [vote.org](https://www.vote.org), dijo a BuzzFeed que durante las 24 horas siguientes a la publicación de Swift, se registró un aumento de 65000 inscripciones. Este es un ejemplo del impacto que pueden conseguir las celebridades con una sola publicación, los usuarios no solo se limitan a leer un *post* y darle *like*, sino que van más allá, trascendiendo la barrera de la red social.

Instagram: ¿Qué es?

Instagram nació en 2010 de la mano de Kevin Systrom y Mike Krieger, es una aplicación y red social centrada en la fotografía cuya función principal es capturar, editar y compartir imágenes al momento. En un principio se desarrolló para funcionar solamente en teléfonos móviles con sistema



Figura 1: Isotipo de Instagram, 2020. Fuente: Instagram <https://en.instagram-brand.com/assets/icons>

operativo iOS, y posteriormente surgió una versión para Android y Windows Phone. Hoy en día, también existe una versión web que cuenta con prácticamente las mismas funciones que la versión móvil.

En su primer día de lanzamiento la aplicación consiguió 25.000 usuarios, dos meses después ya contaba con 1 millón de usuarios registrados y al cabo de dos años ya eran 100 millones, actualmente la red social cuenta con 1000 millones de usuarios activos al mes en todo el mundo. Según el VI Estudio sobre los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España realizado por The Social Media Family, de esos 1.000 millones de usuarios, en 2019, Instagram España alcanzó los 16 millones.

En 2012, Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, compró Instagram por cien millones de dólares. Desde entonces Instagram no ha dejado de crecer e innovar pero siempre manteniendo su esencia, la simplicidad. En una entrevista para el País Krieger dijo: “El objetivo de Instagram no es hacer una *app* con 50 pestañas, sino tomar la idea original y profundizar en ella. En la primera versión solo había fotos; no había vídeos, ni historias, ni transmisiones en vivo. Hemos ido profundizando en la experiencia, en lugar de tratar de añadir un millón de cosas.”

Funciones de la red social

Durante sus primeros años la aplicación se caracterizó por el formato cuadrado de la imagen, el uso de *hashtags* y la posibilidad de editar las fotos al momento gracias a los múltiples filtros de los que disponía. Poco a poco Instagram ha ido incorporando múltiples funciones para hacer la experiencia mucho más atrayente, el objetivo es proporcionar a los usuarios herramientas que les permitan expresarse mejor, crear y compartir contenido. Hoy en día se pueden publicar vídeos de 60 segundos, imágenes en su formato original, así como 10 fotografías al mismo tiempo. Los *hashtags* no solo funcionan como etiquetas para catalogar imágenes sino que permiten llegar a más potenciales seguidores o clientes en el caso de las marcas y ganar así visibilidad, y los filtros han dejado de ser la única herramienta para editar fotografías dentro de la aplicación.

Stories

Para seguir profundizando en la experiencia, en 2016, se creó Instagram Stories una versión de Snapchat. Dicha herramienta permite publicar fotos y vídeos de corta duración que en 24 horas desaparecerán. Los *stories* son fáciles de utilizar y poseen múltiples opciones que se han ido sumando poco a poco. A la hora de crear uno puedes utilizar texto, música, stickers y GIFs, así como también mencionar a personas, etiquetar lugares, hacer preguntas, encuestas y cuestionarios, llevar a cabo cuentas atrás e incluso promover donaciones. Una de sus más recientes funciones son los efectos, no solo se puede hacer uso de los efectos creados por la aplicación, sino que los propios usuarios pueden crear los suyos. Además, aunque el tiempo de los *stories* se limite a 24 horas, Instagram te da la opción de crear un destacado con aquellos que quieras que permanezcan en tu perfil.

Cada vez son más las funciones que podemos llevar a cabo a través de esta herramienta, como por ejemplo mencionar a un usuario y que este pueda compartir dicha historia en su cuenta, o crear una lista de mejores amigos donde compartir contenido con los usuarios que nosotros elijamos. Una de las innovaciones más relevantes es Shopping in Stories, herramienta diseñada para comprar productos de marcas y creadores de contenido dentro de la red social. Instagram Live es otro de los recursos que podemos encontrar, esta permite a los usuarios llevar a cabo transmisiones en directo ofreciendo la posibilidad de invitar a otros usuarios a participar del vídeo. Los *lives* son fáciles de utilizar y permiten a los usuarios conectar de manera más profunda, ya que no se trata de algo que necesite una gran producción.

Mensajes directos

Instagram también cuenta con un servicio de mensajería, conocido como mensajes directos o MD, estos son mensajes privados entre usuarios. Si estos no se siguen entre sí aparecerá en forma de solicitud dando la opción de cancelar, bloquear o aceptar el mensaje. Esta función no solo permite enviar mensajes de texto, sino también fotos y vídeos, así como enviar publicaciones y historias de otros perfiles públicos. Además, cuenta con una opción de mensajes temporales, el usuario puede elegir si quiere que se conserve de

forma permanente dentro de la conversación, si quiere que se vea una sola vez o que se pueda volver a reproducir. La última incorporación son los videochats, los cuales permiten llevar a cabo videollamadas con un máximo de 6 usuarios.

IGTV

En 2018 nació Instagram TV más conocido por sus siglas IGTV, función que permite crear y consumir vídeos de hasta una hora de duración desde la versión web y de hasta 15 minutos desde el móvil. Estos se pueden comentar, dar me gusta o compartirlos con otros usuarios de la plataforma y para acceder al contenido puedes hacerlo a través de Instagram o por medio de una aplicación independiente creada en exclusiva para dicha función.

Comprar

La función comprar permite a los usuarios obtener más información sobre los productos que aparecen tanto en el feed como en las historias con solo tocar la etiqueta, en ocasiones posibilitara la compra desde Instagram directamente. Además, tienes la opción de guardar aquellos productos que te gusten en tu colección privada para poder acceder a ellos más tarde. Según datos internos de Instagram, extraídos en febrero de 2019, 130 millones de personas tocan etiquetas de productos en las publicaciones de compra cada mes.



Figura 2: Visualización de la opción compra en Instagram, 2020. Fuente: Instagram <https://about.instagram.com/features>

Buscar y explora

Instagram es una aplicación visual donde la imagen concentra el poder, la sección “Explorar” ofrece a los usuarios la totalidad del contenido que se publica día a día en la plataforma, sin embargo lo hace de manera personalizada, basándose en aquellas publicaciones, cuentas o temas que les han gustado o que han buscado anteriormente.

Son muchas las posibilidades dentro de cada una de las funciones de Instagram, de esta manera los usuarios pueden crear o consumir una gran cantidad de contenido según sus necesidades o gustos.

Diseño de la red social

Instagram posee un diseño sencillo y muy intuitivo con el fin de facilitar la experiencia del usuario. Además, como muchas otras redes sociales posee scroll o desplazamiento infinito, esta función fue diseñada en 2006 por Aza Raskin y permite al usuario obtener toda la información necesaria en una misma página, solo necesitará desplazarse hacia abajo para cargar más contenido.

Esta opción posee diversas ventajas, es práctica para todo tipo de dispositivos y permite ahorrar tiempo de carga a los usuarios, de esta manera la red social se vuelve más orgánica. Sin embargo, el propio Raskin explicó a Andersson (2018) en una entrevista para el programa de documentación Panorama que las compañías detrás de las redes sociales utilizan este tipo de diseños para aumentar el uso de sus plataformas, asegurando que: “Detrás de cada pantalla en su teléfono, generalmente hay literalmente como un millar de ingenieros que han trabajado en esto para intentar que sea lo más adictivo posible.”

La ciberadicción o la adicción a Internet y a las redes sociales se está convirtiendo en un problema a tener en cuenta, pues como cualquier adicción química los usuarios experimentan dependencia y pérdida de control. Para Echeburúa y Requesens (2012) “el abuso de las TIC puede generar asimismo conductas no saludables, como el sedentarismo y el aislamiento social”.

Vínculo entre Instagram y la Salud mental

Como hemos venido comentando, las redes sociales son una parte fundamental de la vida de los jóvenes, ya que estas les ayudan a desarrollarse en diferentes ámbitos. Sin embargo, las redes también están avivando problemas en la salud mental, en los últimos 25 años la tasa de ansiedad y depresión en los jóvenes ha aumentado un 70%. Según el estudio *#StatusOfMind* realizado por la Sociedad Real de Salud Pública de Reino Unido, plataformas como Snapchat, Facebook, Twitter e Instagram aumentan el sentimiento de depresión, ansiedad, mala imagen corporal y soledad en jóvenes entre 14 y 24 años. Además, según McLaughlin y King (citados en Lozano-Blasco y Cortés-Pascual, 2020), “la adolescencia sigue siendo una

etapa evolutiva de gran vulnerabilidad en cuestión de baja autoestima e inicio de trastorno depresivo y de ansiedad”.

A la hora de realizar el estudio *#StatusOfMind* se tuvieron en cuenta 14 factores, tanto positivos como negativos, para saber el impacto de las 5 plataformas más utilizadas en la vida de estos adolescentes. Instagram acabó por ser considerada la peor red social para el bienestar mental de los usuarios, pues a pesar de que los encuestados reconocen que dentro de la plataforma pueden expresarse y recibir apoyo emocional de la comunidad, también les aleja de las relaciones no-virtuales y afecta negativamente a la imagen corporal que tienen de ellos mismos. Esto puede deberse a la tendencia a comparar nuestras publicaciones con las de otros usuarios, las cuales pueden rozar lo irreal.

El miedo a perderse algo (FoMO) es otro de los factores tenidos en cuenta, este miedo es la razón por la que dedicamos cada vez más horas a navegar dentro de la plataforma pudiendo llegar a desarrollar una adicción a la misma. Los problemas de sueño, derivados del número de horas y la necesidad de estar constantemente conectados también acarrearán problemas a largo plazo, “dormir mal o poco puede causar depresión y problemas físicos como presión alta, diabetes y obesidad” (BBC Mundo, 2017). Otro factor es el ciberbullying, así como la libertad de expresión es algo positivo, puede transformarse en algo realmente negativo cuando atenta contra otra persona, decir lo que pensamos o creemos correcto está bien en tanto en cuanto no sea de manera dañina para el resto de usuarios. Además, se suman otros factores como la ansiedad, la depresión y la sensación de soledad.

En una entrevista para El País, Mike Krieger abordó el tema de Instagram siendo considerada la peor red social para la salud mental y afirmó estar muy preocupado por el bienestar de los usuarios. La plataforma poco a poco ha ido tomando medidas como el bloqueo de comentarios, las etiquetas de patrocinio en *posts* o el filtro de palabras abusivas. Además, cuando buscas términos como *#ansiedad* o *#depresión*, aparece el siguiente mensaje: “¿Podemos ayudarte? Las publicaciones con palabras o etiquetas que estás buscando a menudo fomentan un comportamiento que puede causar daño e incluso

provocar la muerte. Si estás pasando por algo difícil, nos gustaría ayudarte”. Seguidamente te da tres opciones: visualizar las publicaciones, cancelar la búsqueda o recibir ayuda. Si eliges esta última serás redirigido a una página donde te ofrecen otras tres opciones: hablar con un amigo, hablar con un voluntario de una organización de ayuda o buscar maneras que te ayuden a sentirte mejor y te da sugerencias.

La aplicación también ha estado barajando la posibilidad de eliminar los *likes*, uno de los elementos que más sensación de malestar puede llegar a causar, pues en mayor o menor medida todos se preocupan por ellos. Esto sin embargo, aun está en fase de prueba.

Metodología

Al encontrarnos frente a un tema de enorme complejidad en el que intervienen diversos factores, nos limitaremos a estudiar los casos de algunos personajes famosos e influyentes, y enmarcar las cuestiones más relevantes en el marco de nuestro planteamiento dando por tanto un enfoque cualitativo a la cuestión.

El método de estudio de casos planteado por Martínez (2006) nos permitirá obtener datos de una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; por ejemplo, documentos o entrevistas directas, y finalmente, buscaremos establecer patrones de comportamiento.

Además, haremos uso del modelo de análisis basado en el *ethical witnessing* (“testimonio ético”) para abordar las prácticas representacionales de la injusticia, la violencia y el sufrimiento. Para llevar a cabo el análisis de los discursos tendremos en cuenta los tres niveles de testimonio ético planteados por Laub (citado en Kaplan, 2005). El primero se forma a través de la voz, y se tiene en cuenta la empatía e identificación con el sujeto que cuenta su testimonio. El segundo nivel requiere de una escucha activa por parte del receptor permitiendo que el discurso emerja dejando de lado el dolor o la vergüenza. El tercer nivel sería la búsqueda de una realidad oculta por parte del emisor del testimonio y del receptor, es decir, a partir de un caso específico se pondrá de manifiesto un problema social.

Además, utilizaremos como ejemplo de análisis el estudio realizado por Gámez, Gómez y Maseda (2016) titulado: “Celebrities, violencia de género y derechos de las mujeres: ¿hacia una transformación del marco de reconocimiento?”, pues en éste se aplica el modelo de testimonio ético al análisis de los casos de tres *celebrities*.

Los casos objeto de estudio serán los de Selena Gómez y Essena O'Neill, ambas inician sus carreras de jóvenes y van creciendo con su público, de este modo su experiencia es compartida con aquellos que las siguen. La primera inició su carrera como actriz a los 10 años, llevándola a convertirse en un icono a temprana edad debido a su trabajo dentro de la factoría Disney. Con el paso de los años se forjó una carrera en el mundo de la música aumentando así sus

horizontes y conectando con un público mayor. La segunda empezó a desarrollar su carrera como *influencer* de estilo de vida a los 14 años y posteriormente consiguió firmar con una de las agencias de modelos más importantes de Australia.

En el caso de Selena Gómez llevaremos a cabo un análisis de su comportamiento dentro de Instagram haciendo un seguimiento de su actividad, teniendo en cuenta aspectos como el contenido que publica, si se trata de *posts* patrocinados o no, y cual es el mensaje que transmite. Además, analizaremos las diferentes entrevistas concedidas por la cantante entre 2016 y 2020 en las que ha hablado sobre las redes sociales y la salud mental. En el caso de Essena O'Neill al tratarse de un perfil inactivo actualmente dentro de Instagram, resulta imposible realizar un seguimiento de sus publicaciones, por ello analizaremos el vídeo publicado en Youtube donde explica las razones por las que decidió abandonar las redes sociales.

Estudio de casos

Selena Gómez

En 2016, la cantante y actriz consiguió la foto con más *likes* de la historia de Instagram, así como convertirse en la persona más seguida dentro de la aplicación solo por detrás de Instagram. Hoy en día ocupa la quinta posición con 183 millones de seguidores. A lo largo de su carrera, Selena Gómez siempre ha hablado sobre su relación con las redes sociales y los efectos que estas han tenido en su vida: el bullying, la ansiedad, la depresión, la imagen corporal... al tratarse de una figura tan reconocida a nivel internacional enfrentarse al escrutinio público siempre ha formado parte de su vida. En un primer momento las redes se convirtieron en un lugar seguro, donde ella tenía el control de su narrativa, pero con el tiempo y la sobreexposición se convirtió en un lugar que la hacía sentir mal cada vez que entraba. Además, empezó a darle importancia y a preocuparse por aspectos que realmente no quería.

En una entrevista para Harper's Bazaar la joven de 28 años calificó su relación con Instagram como compleja, y habló sobre cómo las redes le han dado a los jóvenes, ella incluida, una falsa representación de lo que verdaderamente

importa. Como usuarios, en ocasiones olvidamos que las imágenes que vemos en las redes son productos, pensadas al milímetro para “gustar”.

En cuanto a la salud mental, Selena siempre ha sido muy abierta sobre esta y su lucha. A través de las redes, entrevistas y conferencias ha explicado cómo ha sido para ella buscar un balance, estar mentalmente sana y tener el control de sus emociones ha sido todo un reto. Para ello, ha tenido que establecer límites en cuanto al uso que hace de Instagram llegando a pasar largos períodos de inactividad, hoy en día afirma no tener la aplicación descargada en su móvil personal. En este caso, consideramos que se da el primer nivel del testimonio ético de Laub (citado en Kaplan, 2005) puesto que es la propia Selena la que testifica en primera persona por lo que ha sufrido.

Con los millones de fanáticos que posee la ex chica Disney, el mensaje no ha caído en saco roto, es aquí donde se da el segundo nivel de testimonio ético. Su discurso sobre la salud mental y cómo el mal uso de las redes ha afectado negativamente a esta ha impactado en la población. Sin importar si eres o no *fan* de la cantante, son muchos los que se han hecho eco de la situación.

El tratarse de una *celebrity* mundialmente conocida ha supuesto que su caso llegue a muchas personas y medios de comunicación, poniendo de manifiesto un problema social, aquí podríamos decir que se cumple el tercer nivel de Laub (citado en Kaplan, 2005). Sin embargo, a pesar del discurso de la joven vemos como su Instagram esta plagado de publicidad, imágenes perfectas promocionando su música así como colaboraciones con marcas como Puma o Coach, de las que es imagen. Estos *post* en ocasiones son más o menos obvios, pero es aquí donde encontramos una gran contradicción, pues siendo consciente del problema que puede generar transmitir una imagen perfecta en las redes para aquellos que la siguen, no hace algo para cambiarlo. Al ver el Instagram de la artista percibes más un porfolio de trabajo que un perfil personal, por tanto, podemos decir que ha puesto de manifiesto un problema que afecta a buena parte de la sociedad dando especial importancia a la salud mental pero no ha hecho un gran cambio dentro de su propio perfil que lo refleje.

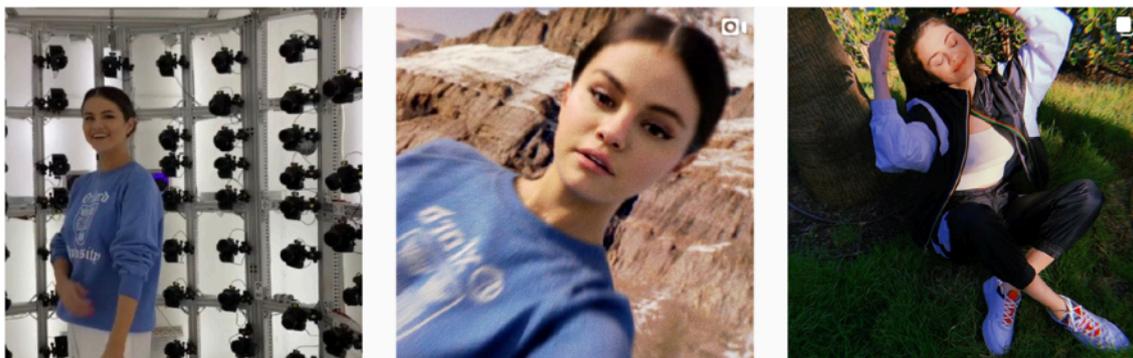


Figura 3: Imágenes del perfil de Instagram de Selena Gómez, 2020. **Fuente:** Instagram <https://www.instagram.com/selenagomez/>

Essena O'Neill

La modelo e *influencer* de estilo de vida australiana tenía 18 años y alrededor de 700 mil seguidores cuando afirmó que lo que se veía en Instagram no era la vida real, eliminó miles de fotos y actualizó los pie de foto de las imágenes que quedaron, para reflejar la verdad detrás de cada una de ellas. En noviembre de 2015, antes de eliminar sus cuentas de manera definitiva publicó un vídeo de 17 minutos en Youtube donde denunciaba la realidad detrás de las redes sociales, un sistema basado en la aprobación social, los *likes* y cuantos seguidores puedes conseguir, un sistema del que las marcas están sacando tanto beneficio como les sea posible.

En el mismo vídeo, Essena habló abiertamente de lo que suponía para ella mantener una imagen perfecta online y como de miserable la hacía sentir pasar el día probándole al mundo cuan increíble era su vida. Es en este vídeo dónde vemos el primer nivel de testimonio ético planteado por Laub (citado en Kaplan, 2005), pues la *influencer* cuenta en primera persona lo que ha supuesto Instagram para ella y su bienestar mental así como su adicción a la red social.

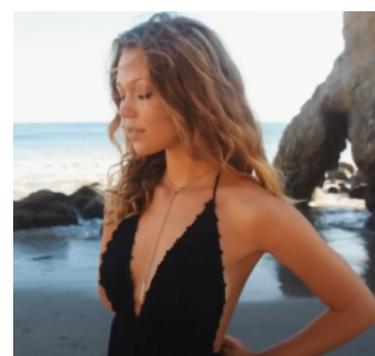


Figura 4: Imagen de Essena O'Neill, 2015. **Fuente:** Extraído de vídeo YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=gmAbwTQvWX8>

En 2015 no era muy habitual que los *influencers* hablaran de los tejemanejes de la plataforma, por

tanto el caso de Essena se volvió viral al instante, todos querían saber más sobre la situación que estaba viviendo. Es aquí donde encontramos el segundo nivel de testimonio ético.

El vídeo del que venimos hablando fue una llamada de atención para los *followers* de la *influencer* pues a pesar de que muchos pudiesen pensar que estaba viviendo su mejor vida, estaba sufriendo las consecuencias de las redes y ella quería que fuesen conscientes de la realidad detrás de estas. Poco después de publicar el vídeo cerró todos sus



Figura 5: Captura vídeo de Youtube de Essena O'Neill, 2015. **Fuente:** Extraído de YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=gmAbwTQvWX8>

perfiles en las distintas redes sociales por lo que no encontraríamos un tercer nivel de testimonio ético como tal ya que no hay una búsqueda conjunta entre emisor y receptor de la realidad oculta. Sin embargo, sus declaraciones significaron algo para muchas personas y dio a conocer un problema que en ese momento no era tan notorio. A día de hoy somos más conscientes de la cultura del *influencer* y del papel que juegan las marcas así como de los riesgos de las redes por lo que no resulta tan fácil “engañar” a los internautas. Tras 4 años sin hacer uso de las redes sociales, Essena concedió una entrevista a la youtuber Tiffanyferg donde explicaba porqué decidió desaparecer en lugar de convertirse en una *influencer* mas honesta. La joven afirmó estar perdida y no ser feliz, su mundo entero se reducía a Instagram y necesitaba establecer límites para poder descubrir lo que era real y lo que no.

Conclusiones

Instagram ha traído consigo un nuevo modo de entender la realidad, nuevas formas de relacionarse, nuevos valores, nuevas formas de disfrutar, pero también nuevas preocupaciones y nuevos problemas.

En los casos de estudio analizados, hemos podido ver algunos de los efectos que genera Instagram a personas con un alto número de seguidores, la presión por mantener una imagen idealizada, el estar constantemente actualizando las redes para estar al día o la sobreexposición y las críticas, son algunos de ellos. Entre ambas jóvenes hay una diferencia de edad y de seguidores considerable, sin embargo las dos se han visto afectadas de la misma forma: Instagram las estaba haciendo sentir mal. La importancia que tiene la imagen dentro de Instagram es obvia, ya que se trata de una aplicación dedicada a compartir fotografías, no obstante la búsqueda por la foto perfecta se ha convertido en el no va más y siguiendo la teoría de usos y gratificaciones planteada por Katz, Blumler y Gurevitch en 1974, los jóvenes se hacen cientos de fotografías para poder publicar una en su perfil y conseguir el mayor número de interacciones posibles. Esto nos hace plantearnos que no hace falta tener miles de seguidores para sufrir los efectos de las redes, la búsqueda de una perfección inexistente se está convirtiendo en un problema a día de hoy.

Además, en los testimonios analizados, ambas jóvenes hablan de los límites y de cuan necesario ha sido para ellas establecer unos límites de uso de Instagram para mantener su salud mental en el lugar correcto, por ejemplo, la *influencer* Essena no sabía lo que era ser ella misma sin Instagram y ha necesitado mantenerse al margen para autodescubrirse. Entre los peligros que acarrearán las redes está la adicción a las mismas, como hemos comentado anteriormente Instagram cuenta con multitud de funciones y utilidades que pueden ser beneficiosas en la vida de los jóvenes si se usan de manera adecuada, pero en exceso puede desembocar en una adicción o en el desarrollo de otros problemas o enfermedades.

Es importante tener en cuenta que las redes no son buenas o malas, sino el uso que hacemos de ellas, por lo tanto cuanto mayor educación haya sobre las redes sociales mejor será el uso que se haga de las mismas. Debemos dejar

de quitarles la importancia que realmente tienen, cada vez son más los jóvenes que ingresan a las redes sin ser mayores de edad y en muchas ocasiones no son conscientes de los peligros a los que se pueden enfrentar, si no somos cautos y obviamos los riesgos estamos dejando las puertas abiertas a multitud de situaciones de peligro.

Como conclusiones finales consideramos importante recalcar el papel que juegan famosos e *influencers* dentro de las redes sociales. Estos son los nuevos modelos a seguir y por lo tanto los jóvenes tenderán a imitarles, si estas figuras dan un paso adelante y se muestran en sus propios perfiles más honestos y reales dejando de lado esa búsqueda por una imagen perfecta, se estará normalizando la realidad. Pero no basta solo con esto, es importante que desde pequeños los jóvenes aprendan sobre el uso y los efectos de las redes sociales para evitar situaciones dañinas para la salud.

Bibliografía

- ANDERSSON, H. (2018, 4 julio). Social media is “deliberately” addictive. Recuperado de <https://www.bbc.com/news/technology-44640959>
- ARAB, E. L., y DÍAZ, A. G., (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos, *Revista Médica Clínica Las Condes*, Volume 26, Issue 1, 2015, Pages 7-13, ISSN 0716-8640, <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>)
- BBC Mundo. (2017, 19 mayo). ¿Qué efectos tienen las 5 mayores redes sociales en la salud mental de los jóvenes? Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-39974688>
- BOYD, D.M., y ELLISON, N. B., Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 13, Issue 1, 1 October 2007, Pages 210–230, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x> (<https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>)
- CASINO, F. (2019, 6 diciembre). Esta es la historia de Instagram, la red social de los millennials. Recuperado de <https://www.iproup.com/innovacion/9551-tecnologia-emprendedor-creatividad-Esta-es-la-historia-de-Instagram-la-red-social-de-los-millennials>
- ECHEBURÚA, E., y REQUESENS, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes: guía para educadores*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5781938.pdf>
- EL PAÍS. (2018, 7 febrero). Selena Gomez: “La depresión y la ansiedad es una batalla a la que me enfrentaré de por vida”. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/02/07/gente/1518019882_227966.html
- ESSENA O'NEILL. (2015, 6 noviembre). WHY I REALLY AM QUITTING SOCIAL MEDIA [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gmAbwTQvWX8>
- FERNÁNDEZ, P., (2017, 10 julio). Mike Krieger, cofundador de Instagram: “Navegar en Internet no es perder el tiempo”. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/07/10/eps/1499637959_149963.html

- GABELAS, B., J. A. y MARTA L, C. (2011). Adolescentes en la cultura digital. En Martínez R., E. y Marta L., C. Jóvenes Interactivos. Nuevos modos de comunicarse. (pp. 03- 15) La Coruña: Netbiblio. t.ly/Q4oH
- GÁMEZ FUENTES, M., & GÓMEZ NICOLAU, E. (2017). El “testimonio ético” como modelo analítico en la comunicación para el cambio social. CIAIQ 2017, 3. <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1154>
- GÁMEZ FUENTES, M., GÓMEZ NICOLAU, E. & MASEDA GARCÍA, R. M. (2016). Celebrities, violencia de género y derechos de las mujeres: ¿hacia una transformación del marco de reconocimiento?. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 833-852. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468043.pdf>
- IAB SPAN. (2019). ESTUDIO ANUAL DE REDES SOCIALES 2019. Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2019/>
- IMBACH, K. (2018, 12 mayo). Why Instagram Makes You, Me and Selena Gomez Feel Bad. Recuperado 22 de julio de 2020, de <https://medium.com/vantage/why-instagram-makes-you-me-and-selena-gomez-feel-bad-8a2f35c8e5cf>
- INSTAGRAM. (2020). Funciones Instagram. Recuperado de <https://about.instagram.com/features>
- KATZ, E., BLUMLER, J.G., y GURENVITCH, M. (1974). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37, 509-523. <http://cites.eerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.886.3710&rep=rep1&type=pdf>
- LÓPEZ, M. R. (2015, 4 noviembre). La estrella de Instagram revela sus engaños. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2015/11/03/estilo/1446547570_629565.html
- LOZANO-BLASCO, R., & CORTÉS-PASCUAL, A. (2020). Problematic Internet uses and depression in adolescents: A meta-analysis. *Comunicar*, 28(63), 109-120. <https://doi.org/10.3916/c63-2020-10>

- MESO, K., PÉREZ, J., y MENDIGUREN, T., (2011). La implementación de las redes sociales en la enseñanza superior universitaria. *Tejuelo Revista de Didáctica de la Lengua y la Literatura*, 12, 137-154. [t.ly/ncVk](https://doi.org/10.1016/j.tl.2011.05.001)
- MARTÍNEZ, P. C., (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (20),165-193. ISSN: 1657-6276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=646/64602005>
- MONSORIU, M. (2009). *Manual de redes sociales en Internet. Aprende a usar tuenti, facebook, fotolog, myspace, etc. ¡Mejor que tus hijos!*. Madrid: Creaciones Copyright.
- PRIETO, M. (2018, 13 julio). Características del fenómeno fan entre los adolescentes. Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/caracteristicas-del-fenomeno-fan-entre-los-adolescentes/>
- ROSENBAUM, C., y BLACKMON, M. (2018, 9 octubre). Taylor Swift Instagram Post Has Caused A Massive Spike In Voter Registration. Recuperado de <https://www.buzzfeednews.com/article/claudiarosenbaum/taylor-swift-voter-registration-spike>
- ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH, y YOUNG HEALTH MOVEMENT. (2017). *#StatusofMind*. Recuperado de <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>
- THE SOCIAL MEDIA FAMILY. (2020). VI Estudio sobre los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España. Recuperado de <https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/>
- TIFFANYFERG. (2019, 14 noviembre). The Return of Essena O'Neill - interview with the instagram model who quit social media [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Ce5kkO_urHE
- WE ARE SOCIAL. (2020, febrero 17). Digital 2020. Recuperado de <https://wearesocial.com/digital-2020>

Anexos: traducción al inglés de las partes solicitadas

Abstract

This paper analyses the influence of social networks, focusing on Instagram, on the mental health of young people. This research aims to discover if there is a link between Instagram use and mental health disorders, taking into account that the latter are determined by multiple factors. To this end, through a qualitative methodology based on the ethical witnessing study model, we will analyze Selena Gómez and Essena O'Neill's relationship with Instagram. We conclude that Instagram has important consequences on the mental health of its users, and we consider it necessary to educate young people on the use and effects of social networks in order to diminish such effects.

Keywords

Social networks - mental health - *influencer* - testimony - Instagram - young people

Introduction

Today, we find ourselves in an interconnected society where creation and collaboration play a fundamental role. The use of the Internet is a key element of this society, thanks to which relating is increasingly simple. Furthermore, the multitude of possibilities it offers us has led to important changes in the way we communicate and socialise.

It is in this area where social networks (RRSS) come into play, as they allow us to be in contact with everyone, no matter where or when. Boyd and Ellison(2007) define social networking as a service that allows individuals to (1) build a public or semi-public profile within a defined system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and browse their list of connections and those made by others within the system. In other words, they allow us to interact with a massive audience through a virtual profile, however, they go beyond that, giving us the opportunity to create and share all kinds of content, thus forging our own identity within those networks.

Social networks have meant great changes for our society, especially in the field of communication. Creating and strengthening links through the network is becoming easier, since according to the Digital in 2020 report prepared by We Are Social in collaboration with Hootsuite, 49% of the world's population makes use of one or more networks.

“Young people are living with screens in a spontaneous and natural way. They were born and raised in this environment (...), they have learned to handle the technological interface before reading and writing” (Gabelas and Marta, 2011). This means a change in the social reality of young people, who from birth are immersed in a networked world where they develop a language specific to each platform, a way of being and acting that gradually forges both their identity and their values.

Just as social platforms have brought about a revolution in our lives, they also bring about negative consequences derived from an excess of their use. Addiction to networks is one of these consequences, especially among young people as they spend a greater number of hours online and for whom having at least one social network is something innate.

Nowadays, if you do not share what is going on in your life or you position yourself in front of the different social problems that arise on a daily basis, you expose yourself to being socially rejected, since what is not published does not exist. The need to be constantly connected in order to publish the most relevant part of your day or the fear of missing out on something interesting within the community, can greatly affect the mental health of the user as it is almost impossible to cover the constant flow of content that is created daily within the network. If we add to this the exposure of the user himself within the social network, we find a *Molotov cocktail*, since such exposure will bring a feedback that may or may not be positive for the young person, since the Internet is a place where freedom and anonymity do not always give the best result.

Justification

The subject matter of the research seems to me to be relevant for two factors. Firstly, according to the 2019 Annual Social Networking Survey conducted by IAB Spain, Instagram is one of the social networks with the highest increase in followers (from 49% to 54%), ranking as the fourth most used social network in Spain behind WhatsApp(88%), Facebook(87%) and Youtube(68%). In addition, day by day, we can see how the use of the application is increasingly addictive because thanks to the evolution it has experienced in recent years, it has many options for use: publish stories, review the content shared by the people who follow, explore new accounts, seek inspiration, and a host of choices that “force” users to stay connected to not miss anything. According to the #StatusOfMind study conducted by the Royal Society of Public Health in the UK, Instagram is the worst social network for the mental well-being of users.

This is where the second relevant factor comes into play, mental health, and as we are increasingly aware of its importance, according to the World Health Organization, mental disorders account for 16% of the global burden of disease and injury among people aged 10-19.

Objectives

The main objective of the study is to analyze the negative effects of the Instagram social network on the mental health of young people through the analysis of the experience of two influencers and their public story. In addition, we will seek to better understand the functioning and effects of Instagram.

Research question

What are the consequences of the negative effects of the Instagram social network on the mental health of young people?

Structure

First, we will make an introduction to the subject under investigation as well as a justification of your choice. In addition, we will set out the objectives, the research question and the structure that the work will follow.

Secondly, we will carry out a search for previous studies related to the subject of both social networks and mental health in young people. We will analyze the uses and effects of the networks, and how they are used to carry out an identity-building process. In addition, we will seek to know what Instagram is and how it works, as well as its link with the possible negative effects on young people's mental health.

Thirdly, we will present the methodology we will use in the research and the cases to be analysed.

Finally, we will present the most outstanding results of the analysis carried out and draw some final conclusions.

Theoretical framework

In order to develop the theme of this research, we consider it essential to carry out a search for other similar studies on which to base. It is important to analyse the use that young people make of social networks in their daily lives, as well as the effect that these have on their personal and social lives. In addition to carrying out research on Instagram and its evolution as a platform, addressing issues such as what it is and how it works.

On the other hand, it will be necessary to investigate the issue of the creation of the young person's identity and how this linked to the use of Instagram can lead to damage in mental health.

Use and effects of social networks

Social networks have become young people's best friend, being connected is practically a necessity, both personal and social. According to Monsoriu (2009), social networks allow users to share, tag and comment on all kinds of content as well as generate discussions, play online games, access known profiles or create links with people we don't know.

“Social networks are one of the epicentres where young people build their social fabric of friendships and relationships. They make it possible to assert their identity and self-affirmation, and project their socialization into the reference group and membership. They introduce themselves, make contact, relate to each other by sharing photographs, videos, music... They make up communities that are like-minded because of their tastes or interests”. (Meso, Perez and Mendiguren, 2011). This generation is fully integrated into the digital environment, they have been born and raised within it and therefore publishing content about their lives is completely natural, it is part of who they are.

The use we make of the networks is a turning point in our lives, and more so if we talk about young people. On the one hand, making moderate use of the networks is positive because they offer a wide variety of possibilities that can be applied to the various areas of our lives, thus increasing our personal and professional growth. On the other hand, excessive use can carry great risks for young people and teenagers, since being connected all day long means neglecting other aspects of their lives and can end up becoming an addiction to the medium.

Furthermore, the use of social networks is linked to the theory of uses and rewards. According to this theory, put forward by Katz, Blumler and Gurevitch in 1974, the effect of mass communication is understood as a consequence of the gratifications to the needs experienced by the receiver. For this reason we understand that the amount of effort put into the use of a social platform is aimed at satisfying a series of needs such as, for example, the number of likes or comments in a publication, the more “important” we are within the virtual community, and this is a great feat for young people, since they are at a stage where they are looking to belong to a group that will help them in the formation of their identity.

Construction of the Identity in the social networks

For Gabelas and Marta (2011) the creation of a profile in social networks is a rite of passage for young people, and the construction of a personal space. According to Echeburúa and Requesens (2012), opening a profile in social

networks or personal blogs and establishing affective relationships are ways of forging their self-concept and strengthening their self-esteem.

When we create a profile in the networks we are configuring our own “self” in its virtual dimension, thus forging our identity in the way that best suits us. In this situation, a fundamental factor comes into play: the content, both that which we consume and that which we create. The people we follow and give I like, the photographs we publish and the texts that accompany them, or the posts we share are some of the examples that we can consider defining within a social network.

Furthermore, in the search to forge or reaffirm their identity, young people “set their expectations on people who are famous, in the media or have great social appeal. They dream of looking like those they consider their idols and fantasize about achieving the same goals. They are an example for them to follow” (Prieto, 2018). The networks allow us to know closely the life of celebrities or influencers, in this way the media idols will influence the lives of young people and adolescents who will create their identity from the values, tastes, purchasing decisions and even concerns of these references.

Instagram: What is it?

Instagram was created in 2010 by Kevin Systrom and Mike Krieger. It is an application and social network focused on photography whose main function is to capture, edit and share images on the spot. In 2012, Facebook founder Mark Zuckerberg bought Instagram for \$100 million. Since then, Instagram has continued to grow and innovate while maintaining its essence, simplicity. According to the 6th Study on Facebook, Twitter and Instagram users in Spain conducted by The Social Media Family, in 2019, Instagram Spain reached 16 million users.

Social network features

During its first years the application was characterized by the square format of the image, the use of hashtags and the possibility of editing the photos on the spot thanks to the multiple filters it had. Gradually Instagram has incorporated

multiple features to make the experience much more appealing, the goal is to provide users with tools that allow them to better express themselves, create and share content. Today we have stories, direct messaging, Instagram TV, the shopping feature and the search engine. There are many possibilities within each of Instagram's functions, so users can create or consume a large amount of content according to their needs or tastes.

Social network design

Instagram has a simple and very intuitive design to facilitate the user experience. In addition, as many other social networks have infinite scrolling, this feature was designed in 2006 by Aza Raskin and allows the user to get all the necessary information on one page, just scrolling down to load more content.

This option has several advantages, it is practical for all types of devices and saves users loading time, so the social network becomes more organic. However, the companies behind social networks use this type of design to increase the use of their platforms, deliberately encouraging cyberaddiction or addiction to the Internet and social networks, which is becoming a problem to be considered, because like any chemical addiction, users experience dependency and loss of control. For Echeburua and Requesens(2012) “the abuse of ICTs can also generate unhealthy behaviours, such as sedentarism and social isolation”.

Link between Instagram and Mental Health

As we have been saying, social networks are a fundamental part of young people's lives, as they help them to develop in different areas. However, networks are also fuelling problems in mental health, in the last 25 years the rate of anxiety and depression in young people has increased by 70%. According to the study #StatusOfMind conducted by the Royal Society of Public Health in the UK, platforms such as Snapchat, Facebook, Twitter and Instagram increase the feeling of depression, anxiety, poor body image and loneliness in young people between 14 and 24 years. Furthermore, according to McLaughlin

and King (quoted in Lozano-Blasco and Cortés-Pascual, 2020), “adolescence remains a highly vulnerable developmental stage in terms of low self-esteem and the onset of depressive and anxiety disorder”.

According to the study mentioned above, Instagram ended up being considered the worst social network for the mental wellbeing of users, because despite the fact that those surveyed recognise that within the platform they can express themselves and receive emotional support from the community, it also distances them from non-virtual relationships and negatively affects the body image they have of themselves. In addition, there is the fear of missing out (FoMO), which is why we spend more and more hours navigating the platform and can become addicted to it. Sleeping problems, derived from the number of hours and the need to be constantly connected also lead to long-term problems.

The social network Instagram has gradually taken measures such as blocking comments, sponsorship tags on posts or filtering abusive words. Also, when you search for terms like #anxiety or #depression, the following message appears: “Can we help you? Posts with words or labels you're looking for often encourage behavior that can cause harm and even death. If you're going through something difficult, we'd like to help”. The application has also been looking at removing likes, one of the elements that can cause the most discomfort because everyone cares about them to a greater or lesser extent. This, however, is still in the testing phase.

Conclusions

Instagram has brought with it a new way of understanding reality, new ways of relating, new values, new ways of enjoying, but also new concerns and new problems.

In the case studies analyzed, we have been able to see some of the effects that Instagram generates on people with a high number of followers, the pressure to maintain an idealized image, constantly updating the networks to be up to date or overexposure and criticism, are some of them. There is a considerable difference between the two young people and their followers, however both have been affected in the same way: Instagram was making them feel bad. The

importance of the image within Instagram is obvious, since it is an application dedicated to sharing photographs, however the search for the perfect photo has become the ultimate and following the theory of uses and rewards raised by Katz, Blumler and Gurevitch in 1974, young people take hundreds of photographs in order to publish one on their profile and get as many interactions as possible. This makes us think that it is not necessary to have thousands of followers to suffer the effects of the networks, the search for a non-existent perfection is becoming a problem today.

In addition, in the testimonies analyzed, both young women talk about the limits and how necessary it has been for them to establish some limits of using Instagram to keep their mental health in the right place. For example, the influence Essena did not know what it was like to be herself without Instagram and she has needed to stay away to discover herself. Among the dangers of nets is addiction to them, as we have discussed above. Instagram has many functions and benefits that can be beneficial in the lives of young people if used properly, but too much can lead to addiction or the development of other problems or illnesses.

It is important to keep in mind that networks are not good or bad, but the use we make of them, therefore the more education there is about social networks the better the use made of them. We must stop taking away the importance that they really have, there are more and more young people who enter the networks without being adults and often are not aware of the dangers they may face, if we are not cautious and avoid the risks we are leaving the doors open to many dangerous situations.

As final conclusions we consider important to emphasize the role played by celebrities and influencers within social networks. These are the new models to follow and therefore young people will tend to imitate them. If these figures take a step forward and show themselves in their own more honest and real profiles, leaving aside this search for a perfect image, reality will be normalized. But this is not enough, it is important that from an early age young people learn about the use and effects of social networks to avoid situations that are harmful to health.