

El juicio a las redes sociales y la responsabilidad que no se puede delegar



Ariel Jeria,

Gerente general de Rompecabeza

El juicio actual enfrenta a Meta, dueña de Instagram, junto a YouTube, ante un jurado que deberá decidir si estas plataformas son adictivas y dañinas para niños y adolescentes. Se trata de un caso sin precedentes no solo por las empresas involucradas, sino por lo que pone en discusión: el corazón del modelo de negocio digital.

La demanda sostiene que las redes sociales tienen un diseño tan atractivo que mantiene a los jóvenes consumiendo contenido por largos períodos de tiempo. Algoritmos de recomendación, scroll infinito y notificaciones constantes no serían elementos accidentales, sino “decisiones conscientes orientadas a maximizar la permanencia”. El problema es que ese uso intensivo, especialmente a edades tempranas, puede traer consecuencias en la salud mental, dañando la autoestima o generando ansiedad. Desde esa mirada, se acusa a las empresas de privilegiar su beneficio financiero por sobre el bienestar de las personas.

Este proceso puede sentar precedentes legales importantes y modificar el equilibrio entre negocio digital, diseño de producto y responsabilidad social. En la medida en que las plataformas se vuelven más atractivas y las personas pasan más tiempo en ellas, también crece la probabilidad de que se establezcan límites de acceso, restricciones de edad o controles sobre la información y el contenido que se muestra.

Desde el punto de vista del marketing digital, el impacto potencial es enorme. Podríamos ver nuevas reglas sobre los datos que se almacenan de los usuarios, cambios

en la segmentación de campañas, restricciones en los contenidos que se distribuyen, ajustes en las métricas que alimentan los algoritmos y nuevas formas de comunicación con audiencias jóvenes. Incluso, no es descabellado pensar en escenarios similares a los del tabaco, con mensajes dentro de las propias plataformas llamando a reducir su uso, advertencias que probablemente tendrán bajo impacto si no van acompañadas de cambios reales.

Ahora bien, también es necesario decirlo con claridad. Es difícil que todo el trabajo de prevención o las reglas sobre el uso de estas aplicaciones recaigan únicamente en las empresas tecnológicas. Delegar completamente la educación digital a estas compañías es una ilusión cómoda, pero peligrosa. Lo responsable es que los padres adopten normas de comportamiento claras con sus hijos, coordinadas con apoderados, tutores y colegios. Sin acuerdos colectivos, cualquier esfuerzo individual se diluye.

En ese sentido, veo con buenos ojos lo que está ocurriendo en Australia, donde se están impulsando medidas para restringir el uso de redes sociales en menores; o también en Chile, donde algunos colegios, empujados por los propios padres y apoderados, están construyendo normas de convivencia digital.

Más allá del resultado del juicio, la responsabilidad sigue siendo nuestra. Especialmente de quienes somos padres. Acompañar, poner límites y enseñar un uso saludable de la tecnología no es opcional, es parte del desafío de educar en la era digital.