



**ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL EN
ALTA CALIDAD**
Resolución 008607 de mayo 16 de 2022

**Incidencia de las redes sociales en las formas de construcción de la identidad de género y la
estética corporal en estudiantes mujeres de los grados 10° y 11° pertenecientes a dos
colegios del Área Metropolitana del Valle de Aburrá**

Autora

Adriana Esperanza Garavito Silva

Trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Educación y Derechos Humanos

Asesora

Diana Milena Motato Torres

Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAULA)

Escuela de Posgrados

Maestría en Educación y Derechos Humanos

Medellín, Antioquia, Colombia

2026

Marino de Jesús Cardona Duque

Rector

Universidad Autónoma Latinoamericana

Hernán Darío Aguiar Garcés

Decano de Escuela de Posgrados

César Alejandro Osorio Moreno

Coordinador de Maestría en Educación y Derechos Humanos

Diana Marcela Muñoz Suárez

Dani García Pulgarín

Evaluadores

El trabajo de grado fue sustentado el 15 de septiembre de 2026 y obtuvo una aprobación unánime de conformidad con el Acuerdo 195 del Consejo Académico de 2016, lo cual quedó en el consignado en el acta de evaluación de trabajos de grado # 11 de 2026.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	6
Capítulo 1. Antecedentes	9
1.1 Justificación	9
1.2 Estado del arte.....	16
1.2.1 Producción internacional	16
1.2.2 Producción Nacional	23
1.2.3 Regional.....	26
1.2.4 Análisis	27
1.3 Planteamiento del problema	30
1.4 Pregunta de Investigación	37
1.5 Objetivos	37
1.5.1 Objetivo General	37
1.5.2 Objetivos específicos	38
Capítulo 2. Marco Teórico	39
2.1 Redes sociales	39
2.1.1 Principales redes sociales y actores	40
2.1.2 Violencia Digital	47
2.2 Identidad de Género	51
2.2.1 Construcción de Identidad de Género.....	52
2.2.2 Características de la identidad de género	54
2.3 Estéticas corporales	57
2.3.1 Imagen Corporal.....	59
2.3.2 ¿Qué es la Belleza?	63
Capítulo 3. Diseño Metodológico	69
3.2 Tipo de Investigación.....	71
3.3 Método	72
3.4 Sujetos participantes.....	74
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de información	74
3.6 Técnicas de Análisis de datos	75
3.7 Fases del Diseño de Investigación	76
3.8 Consideraciones éticas	77

3.8.1 Criterios de inclusión	79
3.8.2 Criterios de exclusión.....	79
Capítulo 4. Hallazgos	80
4.1 Colegio Franciscano Palermo De San José	80
4.1.1 Redes sociales	82
4.1.2 Estéticas Corporales.....	85
4.1.3 Violencia digital	87
4.1.4 Seguridad en redes sociales	90
4.2 Institución Educativa Ramón Múnera Lopera	91
4.2.1 Redes sociales	93
4.2.2 Estéticas Corporales.....	96
4.2.3 Violencia Digital	101
4.2.4 Seguridad en redes sociales	104
4.3 Análisis comparativo entre el Colegio Franciscano Palermo de San José y la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera.....	104
4.3.1 Caracterización sociodemográfica y acceso digital	105
4.3.2 Uso y preferencia de redes sociales	105
4.3.3 Influencers, celebridades y confiabilidad de contenidos	106
4.3.4 Estéticas corporales y autoimagen	107
4.3.5 Violencia digital y afectaciones emocionales	107
4.3.6 Seguridad digital y conocimiento sobre denuncias.....	108
4.4 Discusión de Resultados	109
4.4.1 Entre likes y pantallas: jóvenes y sus mundos digitales	109
4.3.2 Cuerpos que cuentan: identidad de género y estéticas corporales en lo digital.....	113
4.3.3 Impacto digital: redes, estéticas corporales e identidad de género en disputa.....	117
5. CONCLUSIONES.....	119
REFERENCIAS	123

.....

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	Declaración de usuarios acerca de Redes Sociales más usadas en el mundo	43
Ilustración 2	Aplicaciones de redes sociales: índice de usuarios activos	44
Ilustración 3	Estrato socioeconómico de las estudiantes	80
Ilustración 4	Edades de las participantes	81
Ilustración 5	Tiempo que dedican las participantes a navegar en redes sociales	83
Ilustración 6	Confiabilidad de los contenidos visualizados en redes sociales	84
Ilustración 7	Satisfacción personal con el cuerpo	85
Ilustración 8	Emoción que genera en las participantes el recibir muchos likes en redes	86
Ilustración 9	Percepción de cuerpo 'bello' según las redes sociales	88
Ilustración 100	Edades de las participantes de la IE Ramón Múnera Lopera	91
Ilustración 11	Estrato socioeconómico de las estudiantes	92
Ilustración 12	Tiempo destinado a navegar en redes sociales	93
Ilustración 13	Confiabilidad de los contenidos con los cuales se interactúa en las redes sociales	95
Ilustración 14	Aspectos que se tienen en cuenta al publicar una selfie	96
Ilustración 15	Emociones que generan el recibir muchos likes	98
Ilustración 16	Emociones que se generan al visualizar contenidos en redes sociales relacionados con el cuerpo	99
Ilustración 17	Afectaciones que han generado las reacciones recibidas en redes sociales	99
Ilustración 18	Privacidad de los perfiles en redes sociales	101
Ilustración 19	Redes sociales en las cuales las participantes cuentan con más contactos	102
Ilustración 20	Número de seguidores en Facebook	102

Tabla de Tablas

Tabla 1	Cronograma para el desarrollo de la investigación	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2	Cronograma para aplicar instrumentos	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

El uso de las redes sociales ha crecido de manera exponencial en los últimos años, las razones que explican este crecimiento son diversas, aunque en términos generales favorece que muchas personas, independiente de su edad o condición social recurran a este tipo de medios o recursos para compartir información o simplemente comunicarse con otros. La utilidad del internet y la posibilidad que ofrece de conectar a las personas de forma sincrónica o asincrónica desde cualquier lugar del mundo ha cerrado brechas en cuanto a la comunicación además favorece el acceso a diversas plataformas tecnológicas y redes sociales que facilitan el interactuar con otros.

En el contexto educativo los y las adolescentes no son ajenos a estos procesos comunicacionales, además si se considera la facilidad con la cual pueden acceder a diferentes dispositivos tecnológicos que permiten su ingreso a diversas redes sociales y plataformas digitales en las cuales interactúan con personas y contenidos. Es así como las jóvenes atraviesan por procesos complejos en cuanto a la construcción de identidad en entornos altamente influenciados por tecnologías digitales y discursos sociales acerca del cuerpo y el género que

inciden en la manera en cómo se auto perciben, lo cual ha visibilizado problemáticas de múltiple naturaleza.

Una de esas problemáticas se relaciona con la influencia que ejerce sobre las personas los contenidos publicados en redes, además de los estereotipos que allí se promueven y que invitan a las personas a asumir posturas frente a un asunto particular. Este tipo de situaciones se ha hecho mucho más evidente en las jóvenes, quienes gracias al fácil acceso que tienen a las redes sociales, tienden a seguir personalidades o influencers que como el término indica, tienden a incidir en sus gustos y preferencias, incluso en su modo de vida llegando a transformar su cotidianidad. Las estéticas corporales, entendidas como las formas en que los sujetos construyen, representan y expresan su imagen corporal mediante prácticas, discursos y formas de presentación de sí mismos, se han convertido en una de las vías a través de las cuales las adolescentes exploran su identidad personal y social además de ser una forma de expresar, moldear y representar el cuerpo; sin embargo, estas expresiones están influenciadas por presiones culturales, normas de género tradicionales y estereotipos de belleza que circulan tanto dentro como por fuera del espacio escolar.

Las instituciones educativas no son ajenas a este tipo de tensiones, máxime si se tiene en cuenta que estos espacios son claves en los procesos de socialización y desarrollo integral de las jóvenes, sumado al papel protagónico de las redes sociales y las plataformas digitales que no sólo median la relación entre pares, sino que también amplifican formas de violencia tales como la discriminación por la apariencia física o expresiones de género. Esta violencia digital afecta de forma directa el bienestar emocional y social de las estudiantes perturbando incluso los procesos de aprendizaje, de inclusión y de convivencia escolar.

Esta investigación se circunscribe a la pregunta por cómo inciden las redes sociales en la configuración de la identidad y las estéticas corporales de las adolescentes, poniendo énfasis en la manera como estos recursos son medios a través de los cuales se ejerce violencia simbólica en la relación que tienen con su cuerpo y en el proceso de construcción de su identidad de género.

Diversas investigaciones han evidenciado que las redes sociales juegan un papel significativo en la configuración del género de las jóvenes, sus estéticas corporales y su modo de interactuar con los demás y la incidencia en su autoimagen. Se pretende entonces determinar los factores que se perciben en las estudiantes e inciden en este tipo de conductas.

En el transcurso de la investigación, de acuerdo con los hallazgos y divergencias, se pretende una aproximación inicial que configure otros matices para la comprensión del tema de las redes sociales y sus incidencias en las jóvenes adolescentes.

El presente trabajo está organizado de la siguiente manera: En el Capítulo 1 se exponen los antecedentes acerca del asunto de investigación que proporciona un contexto teórico y metodológico, además se presenta el planteamiento del problema con la pregunta de investigación y los objetivos (general y específicos); en el Capítulo 2 se presenta el Marco teórico que proporciona la base conceptual y metodológica en la investigación sustentándola a partir de teorías y conceptos relevantes, además el Marco teórico permite estructurar el problema y justificar su estudio; en el capítulo 3 se presenta el diseño metodológico que establece un plan estructurado y guía al investigador en la recolección, análisis e interpretación de datos asegurando que el estudio sea confiable y cuente con validez y; en el capítulo 4, se presentan los hallazgos que surgen del análisis de datos y que responden a los objetivos planteados. Para finalizar se presentan las conclusiones de la investigación y los referentes que la respaldan.

Capítulo 1. Antecedentes

El punto de partida para los antecedentes de la investigación fue la pregunta acerca de cómo inciden las redes sociales en las estéticas corporales de jóvenes adolescentes y la violencia de género que se puede dar en esa relación, pero en el transcurso de la investigación de acuerdo con los hallazgos, esta aproximación inicial adquirió otros matices.

1.1 Justificación

El apogeo de las tecnologías digitales y la expansión de las redes sociales han transformado significativamente las formas en que las personas interactúan; cada día son más los dispositivos y herramienta que facilitan el intercambio de información. Las plataformas digitales, no son simples medios de comunicación, por el contrario, se posicionan como espacios simbólicos en los cuales se construyen y comparten significados culturales, se reproducen estereotipos, prácticas y se configuran nuevas formas de subjetividad. Es necesario mencionar que, con la llegada del internet, se ha transformado la forma en que las personas se comunican, acceden y comparten la información, por tanto, la aparición de las redes sociales ha generado una

‘revolución’ dado que las personas ya no son sujetos pasivos de la información y se han convertido en actores que interactúan, generan y difunden esa información (Barrero, 2012)

Las adolescentes, al encontrarse en una etapa de transición, en la cual exploran y afirman su propia identidad, se ven influenciados por este tipo de discursos y prácticas que se promueven en las redes sociales, las cuales son estructuras sociales que se componen de personas que se conectan entre sí a través de algún tipo de relación o vínculo (familiar, social personal, laboral) (Vergés Bosch et al., 2017) por tanto esas afinidades son compartidas y se promueven como las que son ‘aceptadas’ a nivel social. “Las redes sociales son interpretadas como espacios horizontales y de colectividad que favorecen los usos comunicativos y los modos de interacción de los movimientos sociales” (Gas, 2019, p.147)

Es en este contexto, en el que surgen ‘tendencias’ que inciden en el comportamiento de las personas, su forma de ser y en la toma de decisiones; de una u otra manera se propende por ‘copiar’ una tendencia con el fin de encajar o por sentirse presionados socialmente para obtener aceptación. Las jóvenes al sentirse atraídas por las plataformas tecnológicas generan nuevas formas de interacción social, por tanto, se ven permeados e influenciados por múltiples estímulos (moda, estéticas, formas de procesar y exponer datos entre otros). En este escenario el cuerpo cobra especial relevancia, dado que se convierten en espacios de disputa, control y medio de expresión, moldeados por narrativas estéticas dominantes que circulan constantemente en los entornos digitales; tendencias como cuerpos delgados, voluptuosos (en algunas zonas), pechos grandes, cintura pequeña y a nivel facial labios carnosos, cejas definidas y rostros perfectos, son el claro ejemplo de la influencia que los medios de comunicación y las plataformas digitales ejercen en las personas.

Por ejemplo, el cuerpo sólo permite tranquilizarse sobre lo que se es cuando la imagen que se ofrece para ver corresponde con la idea que uno se hace de sí mismo. Los cambios del cuerpo se vuelven una amenaza cuando esas transformaciones no son deseadas sino sufridas, como es el caso del envejecimiento (Duret y Roussel, 2011, p.195)

De otro lado esos cambios corporales tienden a realizarse con el deseo de encajar con estos estereotipos que cada vez aumentan más de nivel, además existe una alta exposición a ideales de belleza inalcanzables, la gran mayoría obtenidos a través de cirugías pero que no corresponden con lo natural del ser humano; es así como la presión por la validación social a través de “likes” y comentarios, además de la normalización de cuerpos hipersexualizados y ‘perfectos’, son factores que inciden directamente en la forma en que las jóvenes se perciben a sí mismas y a los demás. Esta influencia no solo cobra relevancia en la dimensión estética, también impacta en la construcción de la identidad de género al afectar relaciones interpersonales, autoestima y autonomía corporal.

La identidad es una construcción subjetiva en la cual el otro es condición de posibilidad. Su configuración se va diseñando por medio de un proceso de identificaciones que el sujeto realiza desde los primeros años de vida y se delinea en su historia en relación con los otros. (Vázquez y Fernández, 2016, p. 46)

Es decir que esta construcción es un proceso que va de la mano con el proceso vital del ser humano, por tanto, la identidad se comprende como un proceso continuo y abierto de construcción que llega a ser posible (Butler, 2016). Es así como las identidades no son evidentes de inmediato ni corresponden a un momento o un lugar específico, por ello se halla la necesidad de identificar cómo las mismas se construyen al interior de un lenguaje enmarcadas por el discurso.

Sumado a lo anterior, en los diferentes espacios digitales también se proliferan formas de violencia simbólica y de forma explícita que afecta de diferente manera a las adolescentes. Fenómenos como el ciberacoso, la cosificación, la invisibilización de corporalidades diversas y la violencia basada en género son algunas de sus manifestaciones que se hacen evidentes en diversas plataformas digitales. Estas violencias no solo vulneran derechos fundamentales en las adolescentes y jóvenes, sino que también contribuyen a la reproducción de desigualdades de género y a la consolidación de discursos discriminatorios, por tanto, el espacio digital se convierte en un terreno que demanda una comprensión desde lo académico, lo pedagógico y lo social.

La investigación “La incidencia de las redes sociales y la violencia digital en la construcción de la identidad de género y la estética corporal en estudiantes mujeres de los grados 10° y 11° pertenecientes a dos colegios del Área Metropolitana del Valle de Aburrá” encuentra en el enfoque de derechos humanos un anclaje fundamental para comprender las experiencias juveniles relacionadas con el cuerpo, la construcción de la identidad de género y las formas contemporáneas de violencia que tienen lugar en los entornos digitales. Desde esta perspectiva, las estéticas corporales y las maneras en que las y las adolescentes construyen, expresan y resignifican su identidad no pueden comprenderse exclusivamente como elecciones individuales o fenómenos asociados a las tendencias culturales, sino como procesos atravesados por relaciones de poder, normas sociales y condiciones de reconocimiento o exclusión que tienen implicaciones directas sobre el ejercicio de los derechos humanos. El cuerpo constituye uno de los primeros espacios en los que se materializan las normas sociales y culturales. Las expectativas acerca de cómo debe verse, vestirse, comportarse o expresarse una persona según su género producen formas diferenciadas de reconocimiento y valoración social. En el caso de las y

las adolescentes, estas dinámicas adquieren especial relevancia debido a que la adolescencia constituye un momento significativo en la construcción de la identidad, la autonomía y la relación con el propio cuerpo. Así, las presiones estéticas, la vigilancia sobre las corporalidades y las sanciones dirigidas hacia quienes se distancian de los modelos normativos pueden ser comprendidas desde los derechos humanos como expresiones que afectan la dignidad, la igualdad, la libertad, la autonomía y el derecho al libre desarrollo de la personalidad.

Esta investigación, surge de un ejercicio de análisis social y educativo a partir de tres categorías a saber: estéticas corporales, identidad de género y violencia digital, dentro del contexto de las redes sociales y su influencia en adolescentes. La intención de este ejercicio es comprender cómo los discursos y las representaciones que circulan en plataformas digitales moldean los imaginarios corporales, influyen en la autopercepción física y en la construcción de género de las adolescentes, además de identificar cómo estos procesos se encuentran atravesados por formas de violencia digital tanto simbólica como explícita.

Es así como en la presente investigación se plantea como propósito analizar de manera comparativa la incidencia de las redes sociales en las estéticas corporales y la identidad de género en estudiantes entre los 15 a 17 años, matriculadas en el grado 11° de dos instituciones educativas del Valle de Aburrá: El Colegio Franciscano Palermo de San José, de carácter privado y ubicado en el municipio de Envigado y la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera, de carácter público, situada en la ciudad de Medellín. Esta doble perspectiva permite examinar cómo se expresan y viven estas problemáticas en contextos educativos diversos, revelando posibles similitudes, tensiones y particularidades relacionadas con el origen socioeconómico, la cultura escolar y el acceso a capitales simbólicos.

A partir de la pregunta de investigación, este trabajo pretende no solo aportar al campo académico desde una mirada crítica, sino también ofrecer herramientas que contribuyan al desarrollo de estrategias educativas, institucionales y comunitarias que promuevan entornos digitales conscientes, éticos y libres de violencias. La relevancia de este estudio radica en comprender el impacto de las redes sociales en la construcción de identidad de las jóvenes en un mundo donde lo digital ha adquirido un papel protagónico en las dinámicas sociales y educativas. En particular las adolescentes, por razones biológicas, psicológicas y sociales, constituyen una población vulnerable a los estándares corporales hegemónicos, a la presión social por la aceptación y a diversas formas de violencia que se presentan en el entorno digital.

En este contexto, aunque la identidad de género se construye a partir de procesos mentales, estos no siempre hacen visibles los esquemas inconscientes que los atraviesan. No obstante, dichos esquemas influyen en la forma en que las personas se perciben y se relacionan con su cuerpo. Desde esta perspectiva, resulta pertinente preguntarse si determinadas experiencias corporales (que no cuentan necesariamente con un significado cultural fijo) adquieren un valor simbólico en la construcción de la feminidad y la masculinidad, especialmente en adolescentes expuestas de manera constante a los discursos, imágenes y expectativas que circulan en las redes sociales (Lamas, 2000)

Esta reflexión permite abrir el análisis sobre el papel que cumplen las plataformas digitales en la producción, reproducción y cuestionamiento de los modelos corporales y de género que influyen en la construcción identitaria de las y las jóvenes. Además, este fenómeno se presenta de manera diferenciada según variables como el nivel socioeconómico, el tipo de institución educativa y el capital cultural disponible, de ahí la pertinencia de comparar contextos públicos y privados. Este trabajo también cobra importancia al visibilizar la violencia digital

como una problemática emergente que se manifiesta de forma cotidiana y que muchas veces pasa desapercibida. Reconocer estas formas de violencia es clave para desarrollar estrategias de prevención, intervención y acompañamiento desde el ámbito escolar y comunitario.

Se pretende generar conocimiento, que contribuya a la comprensión de cómo las adolescentes están configurando sus identidades de género en un entorno marcado por la hiperconectividad a plataformas digitales, la exposición constante y los mandatos estéticos normativos. Al caracterizar las redes sociales más utilizadas, develar los patrones estéticos dominantes y reconocer las afectaciones subjetivas que generan estos contenidos, el estudio busca aportar insumos conceptuales y básicos que sirvan para el diseño de políticas educativas, proyectos pedagógicos y acciones psicoeducativas con enfoque de género y derechos humanos al interior de las instituciones educativas.

De otro lado de forma indirecta se busca generar una reflexión para la comunidad educativa en cada una de las Instituciones estudiadas, acerca del rol que deben jugar en la formación de sujetos críticos capaces de analizar su propia realidad y capaces de resignificar su propia identidad de género y construir identidades libres y cuestionar los estereotipos impuestos; de igual manera es pertinente porque da respuesta a una problemática social actual que genera alto impacto emocional y social. Estos resultados podrán ser tenidos en cuenta para la construcción de políticas y prácticas más inclusivas que no sesguen el papel de las redes sociales, sino que, por el contrario, se revisen sus interacciones y por ende se reconstruyan procesos de relacionamiento social.

1.2 Estado del arte

Para iniciar se tuvieron en cuenta categorías como: estéticas corporales y culturales, redes sociales virtuales (*Facebook* e *Instagram*) y violencia de género, para identificar investigaciones que permitieran conocer el estado de la cuestión. La búsqueda se hizo en bases de datos como Redalyc, Scopus, Dialnet y Scielo. A continuación, se presentan los hallazgos teniendo en cuenta su carácter internacional, nacional y regional.

1.2.1 Producción internacional

En España se realizó una investigación en la cual se involucran varios países de América Latina, denominada *La adicción de las estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano*, cuyos objetivos buscaban conocer y analizar el grado de adicción a las redes sociales on-line por parte de jóvenes y adolescentes de diferentes países latinoamericanos, igualmente analizar si el género de las jóvenes y adolescentes influye en esta adicción. También estudiar si hay diferencias en función de su país de residencia.

Entre los aportes de esta investigación, se deja claro que las tendencias varían según contextos sociales, pues en México a diferencia de Colombia, son los hombres quienes pasan más tiempo en redes sociales en actividades de ocio, mientras las mujeres buscan más información en temas específicos y académicos. En términos generales, se evidenció que, en los países investigados, México, Colombia, Chile, Costa Rica, Perú, España, entre otros, “las jóvenes pasan mucho tiempo en las redes sociales y evidencian una profunda dependencia de estas, no obstante, niegan ser adictos” (Cabero et al. 2019, p. 1).

Cabe resaltar que la muestra tuvo 3.223 jóvenes y adolescentes, que cursaban estudios de bachillerato o universitarios en diferentes países e instituciones educativas. También es importante resaltar que Colombia participó en este proceso con 1.316 jóvenes (es decir el

43,83% de la muestra) a diferencia del resto de países mencionados que tuvieron un número menor de participantes. El enfoque metodológico fue mixto: Cualitativo y cuantitativo. Para este estudio aplicaron el método de investigación exploratoria, buscando indagar sobre un problema que no está claramente definido.

También en España, Rodríguez y Cruz (2008) en su estudio titulado *Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas*, se busca analizar y comparar la insatisfacción corporal en dos grupos culturalmente distintos (latinoamericanas y españolas), y en segundo lugar determinar el papel que desempeñan los factores socioculturales y el Índice de Masa Corporal (IMC) en esta insatisfacción (Rodríguez y Cruz, 2008).

La muestra estuvo representada por 408 mujeres de edades comprendidas entre 13 y 17 años, estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria y residentes en la comunidad autónoma del País Vasco en España, 5 personas quedaron excluidas debido a que padecían algún tipo de enfermedad y/o recibían tratamiento psicológico. De los 403 restantes, 191 eran españolas y 212 de origen latinoamericano (Rodríguez y Cruz, 2008).

Es importante resaltar que hubo una participación significativa de mujeres colombianas con un número de 77 de ellas (el 57%), luego le sigue Ecuador con 56 mujeres (42%) y Paraguay solo conto con una participante (1%). Esta investigación aborda una situación que se ha instaurado en la cotidianidad y se ha naturalizado de tal manera que corre el riesgo de volverse imperceptible, el hecho de la creciente insatisfacción de las adolescentes con la imagen, la falta de aceptación y la necesidad de encajar, como los mismos autores lo afirman en sus hallazgos. Una preocupación que se hace evidente por las adolescentes colombianas y las configuraciones e imaginarios que tienen frente a la aceptación del cuerpo, se relaciona con la necesidad de alcanzar ideales estéticos.

La insatisfacción corporal es un fenómeno que afecta a las adolescentes a edades cada vez más tempranas creando un malestar por la imagen, el peso, el índice de masa muscular desencadenando en trastornos alimenticios a causa de la presión e influencia sociocultural (Rodríguez y Cruz, 2008).

Los hallazgos evidencian que muchas adolescentes establecen relación con las estéticas corporales a partir de influenciadores y la maquinaria comercial que los patrocina, ejerciendo en ellas una profunda violencia, al instaurar vínculos hipotecados a unos estándares culturales, cánones de belleza y bienestar universalizados, bajo el paradigma del progreso y el desarrollo, es decir el tener y no el ser.

También en España, en la investigación titulada *Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online*, Fernández, Lazcano y Eguskiza (2018) presentaron como objetivo definir los patrones de consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales de Internet, en los ámbitos del ocio y las fuentes de información complementarias para uso escolar de las jóvenes de Guipúzcoa entre los 12 y 16 años. “La metodología partió del diseño de un cuestionario auto rellenable que complementaron 2426 adolescentes” (Fernández, Lazcano y Eguskiza, 2018). Entre los aportes de la investigación, las jóvenes de la generación que Michell Serres llama pulgarcita son constantemente bombardeados por contenidos superfluos e inmediatistas que más allá de la crítica inciden en conductas de inseguridad y consumo. Las redes no son formadoras sino informadoras, según afirman los autores del estudio “En las chicas hay interés por las experiencias vitales e íntimas, el peso de la moda y la necesidad de compartir contenidos y comunicarse a través de Internet son las características inherentes al modelo femenino” (Fernández, Lazcano y Eguskiza, 2018). Prima la necesidad de protagonismo, tener

seguidores y ser famoso, mientras que la formación intelectual, las relaciones familiares y el sosiego se desdibujan como intereses primordiales.

Parafraseando la investigación, existe un universo interconectado como nuevo escenario para las jóvenes donde se perfilan necesidades de entretenimiento, ocio, formación educativa y relaciones interpersonales, pero en ocasiones no se tienen límites o tiempos estipulados para cada una de las acciones mencionadas, dado que ellos consumen redes sociales en exceso y descontrol, olvidando la responsabilidad y disciplina que requieren algunas actividades de la cotidianidad (Fernández, Lazcano y Eguskiza, 2018).

En España, Martínez y Moreno (2017) en la investigación titulada: *Dependencia de las redes sociales virtuales y violencia escolar en adolescentes*, analizaron las relaciones existentes entre la dependencia de las redes sociales virtuales y la violencia escolar entre iguales, en función del sexo y de la edad. La muestra estuvo representada en 1952 adolescentes con edades entre los 11 y 16 años. La participación fue voluntaria, anónima y en los instrumentos se utilizó escala de conducta agresiva, esta escala tipo Likert consta de 25 ítems que miden, con un rango de respuesta que va de 1 (nunca) a 4 (siempre) la participación en comportamientos violentos hacia el grupo de iguales; luego, para observar la dependencia de las Redes Sociales Virtuales – RSV- utilizaron la subescala de dependencia de las RSV de la escala de Socialización en la Red Virtual compuesta por 8 ítems, con cuatro opciones de respuesta que van de 1(nunca) a 4 (siempre), evaluando el grado de dependencia de las adolescentes a las redes sociales virtuales en su interacción social (Martínez y Moreno, 2017).

Entre los hallazgos se señala que hay una profunda dependencia de las jóvenes hacia las redes, esta tesis ya ha sido ampliamente abordada en las investigaciones citadas con antelación, pero el nuevo elemento que esta aporta es la incidencia de las redes sociales en la violencia

escolar, las jóvenes que se pelean al salir de las instituciones por contenidos publicados, el reto viral de golpear al compañero o al profesor, las figuras a seguir transgreden los más altos valores de la condición humana, ser ladrón, golpearse y someter a los compañeros es el prototipo que muchos jóvenes aprenden de las redes y los contenidos sin regulación que abundan en ellas.

En este mismo sentido la investigación de Martínez y Moreno (2017) refuerza la tesis de dependencia de las jóvenes hacia las redes y visualiza otra característica, la manera como la influencia de los contenidos mediáticos puede llevar a la depresión, la afectación del rendimiento académico de las estudiantes que adoptan hábitos de estar hasta altas horas de la noche consumiendo contenidos o simplemente interactuando, no duermen bien, no cumplen con las responsabilidades académicas, no leen textos de contenido, se duermen en el salón, se ensimisman, no salen de los cuartos, se fragmentan las relaciones familiares. Creyendo estar conectados y acompañados, pero finalmente solos y tristes.

Lozano y Soto (2022) presentan en España el artículo de revisión *Violencia virtual contra el colectivo LGBTIQ+: Una revisión sistemática*, en el cual,

(...) muestra la vulnerabilidad del colectivo LGBTIQ+ a la hora de recibir agresiones a través de las nuevas tecnologías, en lo que se conoce como cyberbullying, ciberacoso o violencia virtual, por no ajustarse a un perfil heteronormativo, observándose este tipo de agresiones también en instituciones educativas que muestran acciones y políticas basadas en estereotipos no inclusivos (Lozano y Soto, 2022, p.1).

Los autores señalan que el cyberbullying LGBTIQ+ fóbico también se puede desarrollar en instituciones educativas a través de acciones y políticas basadas en los estereotipos. Sumado a ello, Lozano y Soto (2022), apuestan por la resignificación de las redes sociales al afirmar que “Las redes sociales no solo pueden ser origen de malas experiencias, sino que pueden generarse

como un espacio de apoyo en el cual se fomentan relaciones positivas, aumentando la red de apoyo y la sensibilización de la sociedad” (p.4)

Dentro de las conclusiones, se destaca la necesidad de realizar intervenciones de sensibilización y toma de conciencia en los centros de educación secundaria y actividades encaminadas a fortalecer la inteligencia emocional. Además, se identifica que los estereotipos, los prejuicios y el miedo a la diversidad sexual contribuyen al mantenimiento del ciberacoso contra el colectivo LGBTIQ+, a la vez que el apoyo social, familiar e institucional se erigen como elementos protectores (Lozano y Soto, 2022).

Esnaola (2005) realiza en España la investigación *Imagen Corporal y Modelos Estéticos Corporales en la Adolescencia*, en la cual se “(...) analiza la relación entre la percepción de la imagen corporal medido con el Eating Disorder Inventory (EDI-2) y el influjo de los modelos estéticos corporales medido con el Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC)” (p.183) dentro de las conclusiones se destaca que las mujeres, tanto en la adolescencia temprana como en la adolescencia media muestran mayor insatisfacción corporal y están más afectadas por la influencia de los modelos estéticos corporales, “Entre las mujeres, en la adolescencia media se perciben con mayor malestar por la imagen corporal y les afecta más la influencia de los mensajes verbales y los modelos sociales que en la adolescencia temprana” (p.183)

En México, Cortéz et al (2016) en la investigación *Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes*, trabajaron bajo el enfoque de investigación cualitativo, exploratorio y descriptivo, además se contó con la participación de cinco mujeres adolescentes chilenas entre 16 y 18 años, pertenecientes a estratos

socioeconómicos medio - alto. Es preciso aclarar que la escogencia (sic) de estas mujeres fue intencionada, es decir fueron reclutadas a través de entrevistas.

En este proceso se evidencia una profunda pertinencia con relación a la investigación que nos convoca, pues es sumamente importante el hecho de compartir categorías como mujeres adolescentes, imagen corporal y argumentos ya expuestos como, la inseguridad, la necesidad de aceptación, reconocimiento por parte de otros, no por criterios y principios propios, la influencia de los cánones culturales en los procesos identitarios mediante la publicidad mediática. Se evidencia en estas jóvenes adolescentes una fuerte convicción con todo lo externo para mantener una figura o cuerpo enmarcado en cánones de belleza impuestos por modelos socioculturales donde habita una maquinaria comercial, publicitaria y mediática (Cortez et al, 2016).

López y Sánchez (2019) en España, en su estudio *La interacción y convivencia digital de las estudiantes en las redes sociales*, plantearon como objetivo investigar la forma de interaccionar de las estudiantes de secundaria en las redes sociales y sus actitudes ante las mismas. Para ello, se utilizó la metodología de enfoque mixto y el instrumento utilizado para la recogida de datos fue un cuestionario validado por expertos, donde se incluyeron preguntas con respuestas abiertas y preguntas de respuesta de escala Likert donde los valores de esta escala van de 1(nunca) a 7 (siempre). La muestra estuvo representada en 1073 participantes donde un 47% pertenecen al género masculino y un 52% al género femenino.

En la investigación se afirma un uso irresponsable de las redes, especialmente del *Facebook*, donde se termina por aceptar a todo el que envíe solicitud bajo la premisa de tener más contactos y ser popular, genera riesgos a la integridad de las jóvenes que se sienten seguros y anónimos tras la pantalla, cuando en realidad están expuestos a muchos peligros e influencias nocivas. El uso de las redes por parte de ellos es cada vez más generalizado y desmedido, hasta

el punto de que la individualidad y la privacidad quedan en entredicho cuando en su afán por sobresalir se recurre a conductas obsesivas. Ejemplo de eso, cuando se renuncia a los espacios de la familia para estar en línea, en muchas ocasiones con desconocidos que aceptan en redes para presumir o alardear de ser muy sociables o admirados (López y Sánchez, 2019)

1.2.2 Producción Nacional

En el ámbito nacional, Rubiano (2018) en su investigación: *Indicadores corporales y representaciones sociales acerca de la estética en jóvenes a partir de sus fotos de perfil en Facebook*, analiza indicadores corporales como la ropa, accesorios y posturas manifestadas en las fotos más atractivas de sus perfiles, consideradas así por las jóvenes de acuerdo con los likes recibidos en ellas. La autora realiza un abordaje de categorías centrales para desarrollar su investigación, tales como: Jóvenes, representaciones sociales, estética, imagen, foto y corporeidad; la muestra estuvo representada en 30 jóvenes (15 hombres y 15 mujeres) entre los 14 y 17 años, pertenecientes a los estratos uno y dos, estudiantes de la institución educativa Fernando González Ochoa de la localidad de Usme en Bogotá. El enfoque metodológico usado fue mixto (cualitativo y cuantitativo), con preponderancia cualitativa. Se utilizaron tres instrumentos para recoger la información: Cuestionario de preguntas abiertas (sondeo exploratorio), cuadro de elementos significativos y el mapa semántico.

En el análisis investigativo, se menciona la soledad en las jóvenes y en general, al conjunto de condiciones existenciales que les acontecen y los hace susceptibles de ser influenciados por las redes sociales, también los contenidos de los medios orientados a modelar la identidad de ellos a partir de falsas realidades. Según lo investigado, hay una profunda necesidad de ser aceptados, de aparentar capacidad adquisitiva y opulencia, subir fotos en donde resalte la belleza, la sensualidad y la posesión de bienes materiales, igualmente hace un hallazgo

importante para el asunto que atañe esta investigación y es que las mujeres son mucho más dependientes en las redes sociales, de la moda, de los estereotipos y la necesidad de encajar, mientras que los hombres son minoría y su interacción virtual esta ceñida mayoritariamente a los juegos en línea. En esta medida, el uso de las redes sociales es también un asunto fuertemente definido por el género y esto permite que la publicidad sea enfocada a nichos específicos.

Se encontró que muchas de las mujeres de la muestra, tienen una tendencia mayor que los hombres para llamar la atención a partir de demostrar: sensualidad, delicadeza, picardía y ternura, lo que se logra a partir de unas poses planeadas de antemano. Verse sensual, implica que sus fotos resalten su cuerpo o una parte específica de este. Por lo general, se valora como bella una silueta esbelta, delgada, sin imperfecciones de ningún tipo, de acuerdo con los cánones de belleza generalizados que se manejan (Rubiano, 2018, p. 182)

Se destaca en esta investigación, que se vive una época de culto al cuerpo donde se sobrevalora el aspecto de la imagen, la apariencia está llevando a las jóvenes a un narcisismo enfermizo en el que se sufre y se idealiza, en el que la ansiedad y los propósitos de la vida están mediados por ese horizonte de comprensión, simbolizado por las estéticas de la imagen tan convenientes al consumismo. A manera de conclusión, la autora expresa que,

(...) en ambos géneros, en su mayoría, se busca resaltar los atributos físicos que se valoran como deseables, para lo que se recurre a enfocar todo el cuerpo, o una parte de este, a usar ropa que esté de moda o sea llamativa utilizando accesorios virtuales y no virtuales, que alejen a las fotos de lo simple, que es sinónimo de feo o poco atractivo. (Rubiano, 2018, p. 181)

De igual manera en el ámbito nacional, a partir del estudio *¿Qué investigamos cuando estudiamos la violencia en redes sociales en Colombia? una revisión sistemática de la literatura,*

Morales (2023) revisa cómo se ha estudiado la violencia en las redes sociales en Colombia, con un enfoque en plataformas como *Facebook* y *Twitter*; la investigación identifica principalmente tres tipos de violencia: de género, relacionada con el conflicto armado y escolar, mostrando un panorama complejo y revelando vacíos que podrían llenarse en futuros estudios. El objetivo de este estudio fue “(...) explorar cómo se ha estudiado la violencia en las redes sociales en Colombia mediante una revisión sistemática de la literatura” (Morales, 2023, p.229).

A partir de este estudio, se evidencia un amplio rango de enfoques en los estudios sobre violencia en redes sociales en Colombia, incluyendo violencia de género, violencia en contextos rurales relacionados con el conflicto armado, violencia urbana y manifestaciones en protestas sociales; esto muestra la complejidad del fenómeno y la necesidad de abordajes multidisciplinarios. De otro lado, *Facebook* y *Twitter*, son las plataformas predominantes en las investigaciones, debido a su accesibilidad y uso en el país. Sin embargo, se destaca la importancia de explorar otras plataformas como *WhatsApp*, debido a su omnipresencia en la vida cotidiana y su potencial en transformar las prácticas de violencia, sugiriendo que futuras investigaciones deben adoptar enfoques comparativos y multiplataforma (Morales, 2023).

La investigación muestra que las redes sociales transforman prácticas, estructuras y culturas de violencia, influyendo en la percepción y reproducción de la violencia en diferentes ámbitos sociales, marcando una relación estrecha entre los contextos digitales y los tradicionales. El estudio concluye que la investigación en Colombia ha avanzado en comprender las múltiples dimensiones de la violencia en redes sociales, pero persisten brechas que requieren abordajes más comparativos, tecnológicos y contextualizados para entender mejor su impacto y dinámicas específicas (Morales, 2023).

1.2.3 Regional

En el ámbito regional, en Medellín González, Pérez y Triana (2019) realizaron una revisión documental cuyo eje principal fue el género y su implicación en escenarios educativos. En su artículo titulado *Entre el límite y la posibilidad: la construcción de identidad de género en la escuela*, las autoras dentro de sus hallazgos plantean que en la escuela existen diferentes formas de concebir el cuerpo, debido a que no sólo se asume como un elemento biológico sino que se le atribuye una carga simbólica como resultado de representaciones sociales que lo nombran y le dan sentido, razón por la cual los sujetos se aferran al mundo y la idea de cómo se asumen en él y además representan a su cultura (González, Pérez y Triana, 2019).

A manera de conclusión, las autoras indican que “El cuerpo en el discurso pedagógico moderno y en la disciplina escolar tradicional, es restringido en la definición de una sexualidad correcta, censurando y controlando ciertas expresiones identitarias” (p.161), además se afirma que el género es un término que se transforma según los discursos que lo legitiman y que, probablemente, en los próximos años se acepten nuevos discursos tendientes a alcanzar una concepción de género diferente que abarquen asuntos como la equidad, los derechos de hombres y mujeres y otras identidades de género emergentes (González, Pérez y Triana, 2019).

En la Universidad Católica del Norte en la ciudad de Medellín, Herrera (2025) en su estudio *Interacciones en las redes sociales y sus efectos en los vínculos interpersonales, la necesidad de aprobación y la identidad en jóvenes universitarios*, examina cómo las interacciones en redes sociales afectan los vínculos personales, la necesidad de aprobación y la identidad en jóvenes universitarios de 18 a 28 años. El objetivo de este estudio fue “(...) describir los efectos que tienen las interacciones en redes sociales en los vínculos interpersonales, la necesidad de aprobación y la identidad de jóvenes universitarios de 18 a 28 años” (Herrera, 2025, p.97). Dentro de los postulados principales se destaca que las redes

sociales transforman la forma en que se comunican y se relacionan las jóvenes y se enfoca en los efectos psicosociales de estas interacciones en la juventud.

A manera de conclusión el autor expone que “los vínculos interpersonales que establecen los participantes en las redes sociales se consolidan a partir de sus propios intereses [no obstante] (...) el fortalecimiento del vínculo se da a través del contacto cara a cara” (Herrera, 2025, p.118). Sumado a lo anterior se expone que los participantes requieren de aprobación de otras personas en redes en un nivel alto, aunque en sus discursos se niegan a admitirlo, por tanto, la interacción en redes sociales si se relaciona con lo que determinan los demás (percepciones externas) Finalmente, el autor señala que el uso de las redes puede ser riesgoso debido a la exposición de información y la posibilidad de vivir interacciones ficticias, además de que las distintas fases del desarrollo y el contexto temporal influyen en las dinámicas y efectos de dichas interacciones (Herrera, 2025)

1.2.4 Análisis

Como se ha mostrado, tres de los estudios rastreados afirman, que en el caso de los hombres frente al uso de redes sociales no son tan susceptibles a generar cargas emocionales o psicológicas como sucede en las mujeres, sus perfiles en redes buscan mostrar un hombre fuerte, vigoroso y “macho” que presume de video juegos, prácticas de ejercicios de fuerza y mujeres “bonitas”.

En los anteriores estudios, se encuentran hallazgos significativos frente a la constante vulnerabilidad de la mujer y cómo construye su identidad a partir de factores externos dados bajo el uso desmesurado de la red social a tempranas edades, mientras su identidad debería estar permeada por una niñez y adolescencia influenciada por factores externos significativos que aporten de manera positiva a la construcción de valores aplicables a su entorno inmediato.

El rastreo general de la información permite afirmar una vez más, que las adolescentes como nativos digitales se circunscriben en un contexto social mediado por dinámicas de interacción y consumo virtual, que paradójicamente están más solos al tiempo que tienen más “amigos”. Otro elemento para destacar es la violencia que generan las redes sociales, no en el sentido que se quiere plantear en esta investigación (violencia psicológica y de auto reconocimiento) sino la que tradicionalmente se ha reconocido, violencia explícita en contenidos e imágenes, el lenguaje y los modos de actuar que proponen a las jóvenes consumidoras de contenidos virtuales. De otro lado, se identifica una tendencia significativa en las jóvenes en buscar aprobación a partir de las redes sociales, aunque no siempre esta postura se expone en sus discursos.

Al analizar los trabajos rastreados, se evidencian algunas tendencias en los presentados por Fernández, Lazcano y Eguskiza (2018) y Rubiano (2018), las cuales son:

- Existe auto idealización en cuanto a los estereotipos de género. Algunos resultados de las investigaciones sugieren una tendencia en las jóvenes a visualizarse con atributos menos femeninos y más masculinos como futuras adulto mujeres, tanto en la autopercepción como en la autopresentación on-line.
- La insatisfacción corporal es un fenómeno que afecta a las adolescentes a edades cada vez más tempranas creando un malestar por la imagen, el peso o el índice de masa muscular; lo anterior en muchos casos desencadena en trastornos alimenticios debido a la presión e influencia sociocultural sobre un ‘ideal’ corporal.
- La publicidad configura nuevos imaginarios frente a la aceptación del cuerpo con relación a la imagen. El consumo de redes sociales en excesivo e incide en la manera en que las jóvenes perciben su entorno.

- Prima la necesidad de protagonismo, tener seguidores y ser famoso, mientras que la formación intelectual, las relaciones familiares y el sosiego se desdibujan como intereses primordiales.
- Predomina la imagen que se quiere proyectar en la interacción por las redes, lo cual es acorde con los valores de una sociedad de mercado.
- El género se configura como variable que define los patrones de consumo, creación, difusión de contenidos y ocio. Se identifica la asignación de roles en el uso de redes sociales.
- Cada vez se hace más evidente la violencia psicológica. Casos de depresión, aislamiento, baja autoestima, chantajes e insultos son cada vez más frecuentes.

Es importante resaltar algunos asuntos que no se consideran dentro de los estudios, entre ellos se destaca: se hace necesario incorporar en las diversas temáticas la perspectiva de género en procesos relacionados con el uso de las redes sociales, dado que ello permite generar constructos en los cuales la mujer no sea vulnerable ante quienes la rodean y se posibilite un estudio de las conductas problemáticas en ámbitos virtuales y no virtuales. Sólo algunas de las investigaciones hablan de la violencia digital, a pesar de ser un aspecto que se ha hecho visible en el uso de las redes sociales, se habla más bien de convivencia digital, como una manera de aceptar lo bueno o lo malo que se genere en los procesos de interacción en espacios virtuales.

A manera de conclusión, se visibiliza un distanciamiento en las relaciones personales de las jóvenes a partir del uso de las redes sociales y posible fragilidad de carácter, en aspectos que seguramente son fuertes en la virtualidad, pero débiles en la realidad, tales como posturas, opiniones, modos de actuar y de reaccionar ante diversas situaciones o realidades cotidianas. Finol y Vera (2020), parafrasea a Le Breton (2010), e indica que “Las nuevas generaciones han

naturalizado de modo importante; toda una “gestión” de la carne y sus disimulos, muy parecida a la racionalidad publicitaria que emprenden marcas o corporaciones privadas en cualquier mercado competitivo" (p.150). En estos escenarios, el cuerpo se constituye en un proyecto para armar y desarmar en las redes sociales, un emprendimiento, una materia moldeable. Es así como muchos jóvenes hoy día incursionan en la dinámica publicitaria y luchan por un prototipo que en muchos casos se encuentra alejado de la realidad.

1.3 Planteamiento del problema

El uso y el tipo de las redes sociales ha crecido de manera exponencial en los últimos años; la utilidad, el acceso y los modos de socialización son diversos (audio, video, imagen), la facilidad de acceso a la tecnología y al internet, permite que muchas personas, independiente de su edad, condición social o características generales acceda a la web y genere interacciones con diversas personas y comunidades. Las relaciones que se establecen son múltiples, así como la utilidad que le otorgan a las redes sociales: opinar acerca de temas de interés, compartir memes, historias, mensajes o simplemente el día a día se ha hecho común entre las jóvenes y les motiva a seguir estilos, tendencias de cualquier tipo o actividades en general. Prototipos de moda, música, challenges y demás inundan las redes y motivan a las jóvenes a seguir, imitar y recrear los contenidos que visualizan.

Entre las tendencias que se mencionan, ha sido notoria la manera en que las redes sociales influyen en las estéticas corporales y modas de consumo, mostradas o impuestas, generando estereotipos (en algunos casos) por influenciadores (o influencers), *Instagramers* o simplemente grandes cadenas que marcan tendencias e inundan las páginas web con infinidad de publicidad circulante, que desencadenan en que, las relaciones entre las jóvenes estén

condicionadas a este tipo de interacciones como plataforma para la aceptación o el rechazo social.

De acuerdo con diálogos sostenidos con maestros que desempeñan sus labores educativas en la educación básica secundaria, es común la percepción de que en las jóvenes adolescentes el seguir tendencias o conocerlas es motivo de aceptación en ciertos círculos, por el contrario, no hacerlo, genera rechazo entre los demás. Es común ver entre las jóvenes que hacen alusión a diversos personajes y sus actividades en redes sociales y que además de eso les siguen y dan likes a su contenido, algunos ejemplos son (entre muchos) Kim Kardashian, empresaria, influencer y figura pública de alcance global, constituye uno de los referentes más influyentes en materia de moda, belleza y estéticas corporales en redes sociales. Para 2026, su cuenta de Instagram registra aproximadamente 354 millones de seguidores, lo que la ubica entre las mujeres más seguidas de esta plataforma a nivel mundial. Asimismo, según estimaciones de Forbes, su patrimonio neto asciende a cerca de 1.900 millones de dólares, consolidándola como una de las empresarias más exitosas de la industria de la moda y la belleza digital (Forbes, 2025A).

A nivel nacional la colombiana con mayor número de seguidores en Instagram es actualmente Shakira, con aproximadamente 96 millones de seguidores; le siguen le siguen Karol G -alrededor de 71 millones- y Maluma -más de 64 millones- (datos tomados directamente desde la aplicación). En cuanto a patrimonio, las estimaciones sitúan a Shakira en varios cientos de millones de dólares, superando ampliamente a la mayoría de los creadores de contenido colombianos. Sin embargo, ella suele clasificarse principalmente como artista y empresaria más que como influencer (Forbes, 2025B).

Figuras digitales como Yeferson Cossio, quien supera los 12 millones de seguidores en Instagram, y Luisa Fernanda W, con más de 19 millones de seguidores entre sus diferentes plataformas, se han consolidado como referentes de estilos de vida, consumo y presentación corporal para amplios sectores juveniles, evidenciando el alcance que tienen las redes sociales en la configuración de imaginarios sobre la apariencia física y la identidad (Vespa, 2026).

Actores, cantantes o simplemente cualquier persona puede convertirse en influencer y comenzar a generar tendencias de contenidos; los temas son variados, pero la constante es que generan seguidores y adeptos. Las redes sociales, en este sentido, son un medio para la transmisión de prototipos de belleza, maquillaje, actitudes, moda, gustos etc., de ahí que las jóvenes sigan de manera progresiva estas tendencias y modifiquen con base en ellas sus relaciones con ellos mismos y con los demás, ellos quieren parecerse a estas figuras públicas en su cuerpo o actitud.

Otro factor que cabe mencionar, son las múltiples violencias a las que se exponen tanto hombres como mujeres en las interacciones que establecen en redes sociales, como el cyber acoso, el hurto de sus perfiles o fotografías para utilizarlos en páginas de pornografía y mensajes indeseables debido a su apariencia o por no tener el prototipo que su interlocutor considera debiera tener. Byung-Chul Han en su libro *Tipología de la violencia*, manifiesta que:

En la actualidad, la violencia ha mutado de visible en invisible, de real en virtual, de física en psíquica, de negativa en positiva, y se retira a espacios subcomunicativos y neuronales, de manera que puede dar la impresión de que ha desaparecido. (Han, 2013, p.18)

Dicho esto, la violencia se manifiesta de diversas maneras con base en los sucesos que la preceden. Prototipos tales como: mujeres estilizadas, altas, delgadas, protuberantes, rostros

firmes que no envejecen, muslos tonificados, cabellos frondosos entre otros, y ante la imposibilidad de cumplir con estos ‘requisitos’ aparecen soluciones como la cirugía plástica, liposucción, tratamientos de belleza, extensiones de cabello, dietas que prometen ser mágicas; soluciones inmediatas que lo único que hacen es enfrentar a la mujer adolescente consigo misma y su deseo generando frustración; y es porque en las redes se promueven socialmente estereotipos corporales alejados de la realidad de la mayoría de las mujeres, las maltratan subliminalmente a tal punto, que las vuelven dependientes de la mirada del otro, las hipotecan a los modelos culturales, a las soluciones rápidas que ofrece la industria del consumo.

En una cultura con amplia tradición machista, la mujer ha sido históricamente coaccionada a estar sometida a la mirada masculina, a los estándares estéticos estereotipados, es ella el centro de atención y a quien más manipula la publicidad desmedidamente sin precaución de la violencia de género que pasa en muchas ocasiones desapercibida; por ejemplo, personas que hacen parte de poblaciones LGTBI+ son fuertemente asediadas y con frecuencia se sienten forzados a recurrir a cirugías, actitudes, prototipos, entre otros con el ánimo de ‘encajar’ en una sociedad que en ocasiones olvida el concepto de ser humano, el cual va mucho más allá de una ideología.

Teniendo en cuenta los antecedes abordados y el problema que se señala, esta investigación, se desarrolla en los municipios de Medellín y Envigado en dos instituciones de enseñanza – aprendizaje donde a cada una le acontecen diferentes contextos socioeconómicos, por un lado, está el Colegio Franciscano Palermo de San José ubicado en Envigado comuna 14, de carácter privado y, por otro lado, la institución Educativa Ramón Múnera Lopera, oficial (es decir pública), ubicada en Manrique comuna 3. Son dos realidades totalmente diferentes cuyas descripciones, más adelante se ampliarán. No obstante, ambas tienen en común: la interacción

constante con mujeres adolescentes quienes utilizan las redes sociales; su uso ha crecido en los últimos años, aparentemente en la primera institución predomina el *Instagram* y en la segunda el *Facebook* que es gratuita sin necesidad de datos, premisa que se busca verificar en el desarrollo de la investigación.

En estas instituciones educativas, se ha hecho evidente el sometimiento y la violencia de género que se ejerce sobre las adolescentes a través de las redes sociales, lo cual trae como consecuencia la detección de casos de depresión, bulimia, anorexia, cirugías y en términos generales, conductas que las afectan. Hasta el momento se desconocen intervenciones concretas o documentadas que se hayan realizado para mitigar la situación, ni mucho menos se ha sistematizado el fenómeno, con el fin de emprender acciones de empoderamiento femenino y sentido crítico frente a la influencia de las redes que las pone ante el espejo de figuras idealizadas, cuerpos preformateados y rostros fijados que lo único que hacen es violentar la psiquis de estas adolescentes que se obsesionan por estar en tendencia y en el caso de algunas, sufrir por no estarlo.

No se habla aquí de una violencia física, pero sí de contenidos sexualizados o explícitamente agresivos, de estereotipos, estándares de belleza y moda en donde la mayoría de las adolescentes consideran no encajar, sin embargo, se someten a ello. Son violentadas en la medida que subliminalmente son comparadas, cuando las flacas, altas y delgadas son el modelo para seguir y ellas son bajas, gordas o simplemente trozas como la mayoría de las mujeres latinas. Bajo esta dinámica silenciosa, represiva y violenta de los medios, y a veces de sus pares, sumado a la violencia psicológica y social, muchas adolescentes terminan deprimidas, inconformes y por ello como alternativa de ‘solución’ terminan sometándose a cirugías en las que arriesgan su vida o con desórdenes alimenticios que atentan contra su integridad.

Existe un cruel simbolismo tras la publicidad en las redes sociales, una gran cantidad de tendencias y marcas que demandan consumidores cada vez más ávidos de sus productos; se promueven imaginarios que terminan por naturalizarse en el mundo de la vida de las jóvenes al punto que median las relaciones inter e intro subjetivas en donde la aceptación y el valor de la mujer adolescente está condicionado por la posibilidad e imposibilidad de estar en concordancia con los cánones establecidos. Tal necesidad es creada en niveles cotidianamente imperceptibles por el poder simbólico que se oculta tras los estereotipos promovidos por la industria y su publicidad que incitan al consumismo, que tiene como premisa fundamental generar inconformidad en las adolescentes con su identidad corporal, malestar por no encajar en los modelos estandarizados, deseo de estar a la altura, entre otros elementos simbólicos que se traducen en violencia pasiva o psicológica otorgándole mayor fuerza a la violencia de género. Es así como surge la inquietud por intervenir dicha situación con el ánimo de atenuarla y generar alternativas de cambio. De otro lado, la posibilidad que ofrece el proceso de formación como Magister en Educación y Derechos humanos hacen viable desarrollar la presente investigación.

Las instituciones educativas Palermo de San José (de carácter privado) y Ramón Múnera Lopera (de carácter público) tienen en común un objetivo, formar personas con valores y principios para la sociedad, además la pretensión de tener altos índices académicos. No obstante, son dos mundos muy diferentes, la primera es privada, ubicada en Envigado, es mixta desde el 2014, lo que hace que su población sea principalmente femenina con estudiantes de estratos socioeconómicos mayoritariamente 4, 5 y 6; la segunda es pública, ubicada en el barrio Manrique Oriental, con población mixta y con estudiantes que en su generalidad son de estrato 1 y 2.

En este sentido, el enfoque de derechos humanos permite desplazar la mirada desde una comprensión individualizante de estas situaciones —en la que la violencia digital podría interpretarse simplemente como un conflicto entre usuarios o como un problema de uso inadecuado de las tecnologías— hacia una lectura estructural que reconoce la existencia de relaciones de poder y desigualdades vinculadas con el género, la edad, la corporalidad y las posibilidades diferenciales de participación y reconocimiento. La pregunta por la violencia digital se convierte, entonces, en una pregunta por las condiciones que permiten o restringen que las y las adolescentes puedan construir y expresar su identidad en condiciones de dignidad, igualdad y libertad.

De manera particular, la investigación puede dialogar con el principio de ‘no discriminación’, entendido como una garantía transversal de los derechos humanos. Las experiencias relacionadas con la apariencia física, la identidad y expresión de género pueden producir procesos de estigmatización y exclusión cuando determinados cuerpos o identidades son considerados menos legítimos, deseables o aceptables que otros. Analizar estas experiencias permite identificar cómo los imaginarios sociales y las normas de género se reproducen en los entornos digitales y cómo pueden convertirse en mecanismos de discriminación que afectan el reconocimiento de adolescentes como sujetos de derechos.

Se percibe a simple vista, que las diferencias económicas son abismales, no obstante, en ambas es muy generalizado el uso de las redes sociales y las tendencias estéticas propicias a reproducir patrones adquiridos de influencers presentes principalmente en redes, ahora bien, cuando se habla de redes sociales hay que tener en cuenta que son muchas y disimiles, por tanto habría que preguntarse ¿cuál mayormente?, ¿cuál impacta más?, ¿es similar en los dos contextos? ¿consumen los mismos contenidos? ¿Las estéticas corporales, la violencia de género y

el consumo de contenidos publicitarios son similares en las dos instituciones? ¿las afectaciones en las jóvenes son iguales? Estas son algunas de las preguntas que se busca responder, de manera especial para reconocer la relación con las redes sociales, la publicidad y los contenidos tras estas y la manera como impactan las dinámicas e imaginarios en las estéticas corporales, la construcción de identidad de género y las violencias digitales gestadas en plataformas de interacciones constantes.

1.4 Pregunta de Investigación

Con esta premisa, se plantea la siguiente pregunta: ¿Qué incidencia tiene el uso de las redes sociales en la identidad de género y la estética corporal en las estudiantes de los grados 10º y 11º del Colegio Franciscano Palermo de San José ubicado en el municipio de Envigado -de carácter privado- y la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera del municipio de Medellín -de carácter público-?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Analizar la incidencia que tiene el uso de las redes sociales en la identidad de género y la estética corporal en las estudiantes de los grados 10º y 11º del Colegio Franciscano Palermo de San José ubicado en el municipio de Envigado -de carácter privado- y la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera del municipio de Medellín -de carácter público-.

1.5.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las redes sociales más usadas y los contenidos con los cuales interactúan las estudiantes de la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera y el Colegio Franciscano Palermo de san José.
- Develar los patrones de estética corporal asociados a la identidad de género, presentes en las redes sociales donde interactúan las estudiantes de la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera y el Colegio Franciscano Palermo de san José.
- Reconocer las afectaciones que promueven los contenidos publicados en redes sociales en las estéticas corporales y la identidad de género en las estudiantes de la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera y el Colegio Franciscano Palermo de san José.

Capítulo 2. Marco Teórico

A continuación, se abordan los ejes sensibilizadores para la construcción del marco teórico donde su desarrollo está pensado desde el abordaje de las autoras y autores que han dado lugar a construcciones epistemológicas, sociales y políticas en la configuración de categorías como Redes sociales, Identidad de género e Imagen y estéticas corporales. Este proceso es clave para comprender cómo se configuran las categorías en una población y una etapa de la vida concretas, como son las jóvenes adolescentes.

2.1 Redes sociales

Las redes sociales implican considerar estructuras que se forman en internet por personas, organizaciones o colectivos que se conectan con base en intereses o valores comunes. Las redes sociales digitales (RSD) funcionan como herramientas que facilitan la interacción, la comunicación y el intercambio de experiencias entre las y los usuarios a través de internet. El contenido que circula en estas plataformas posiciona a las personas tanto como receptoras como creadoras de información, lo que da lugar a la conformación de estructuras sociales basadas en la vinculación entre distintos grupos. Mediante diversos mecanismos de interacción, estas plataformas posibilitan la construcción de redes de comunicación de alcance masivo (Urdangarín, 2015).

Dicha interacción, sobrepasa el hecho básico de emitir y recibir un mensaje, debido a que el contenido que se recibe suele producir una reacción en el lector, motivando un cambio de actitud, asumir una postura, adoptar o rechazar lo que se lee y posiblemente generar una contra respuesta, de ahí que “las redes sociales son interpretadas como espacios horizontales y de colectividad que favorecen los usos comunicativos y los modos de interacción de los movimientos sociales” (Gas, 2019, p.147).

Hoy día no basta con dar una opinión, las mismas traspasan los ambientes y círculos cercanos debido a las posibilidades que ofrece el internet y el uso de las redes sociales, incluso no necesariamente la identidad de las personas queda expuesta, debido a que desde un perfil falso o con un nombre básico es posible realizar comentarios u opiniones sin que esto genere ningún tipo de responsabilidad o restricción. Barrero (2012) al respecto expresa que:

Internet, sobre todo a partir del siglo XXI, con la aparición de la llamada Web 2.01, ha transformado completamente la manera en que los ciudadanos se comunican, acceden y comparten la información. Esta evolución de la web, que ha permitido la aparición de las redes sociales, ha supuesto una auténtica “revolución” para la información y la comunicación. Los ciudadanos han dejado de ser receptores pasivos de información y se han convertido en actores que interactúan, generan y difunden esa información. (p. 85)

Esa interacción es la que facilita el uso de las redes sociales, por ello la información, las opiniones y observaciones se dan de manera tan rápida, al igual que las interacciones frente a uno o varios temas, generando en muchos casos polémica, sin que la misma se asuma como conflicto entre las partes.

2.1.1 Principales redes sociales y actores

Es conveniente tener en cuenta que “las redes sociales son una fuente de información a través de las cuales se adquiere conocimiento, permitiendo el aprendizaje colaborativo entre iguales mediante el intercambio de información que fomenta la cooperación” (Gas, 2019, p.148), sin embargo, ese intercambio de información puede darse de diversas maneras y las redes sociales contribuyen a que esas interacciones se realicen de manera escrita, a través de imágenes, audios o estrategias que involucren otros modos de interacción. Espinar y Gonzales (2009) expresan que:

Algunas fuentes sitúan el origen de las redes sociales en Internet en el año 1995, cuando se crea *classmates.com*, una red diseñada con el objetivo de que los usuarios pudiesen localizar y mantener el contacto con antiguos compañeros de estudios. (p. 90)

De acuerdo con lo planteado por Urdangarin en 2015, las redes sociales más utilizadas en ese momento fueron *Instagram*, *WhatsApp* y *YouTube*, sin embargo, el número de personas que utilizan *Facebook* era significativo en ese entonces, por ejemplo, Gas en 2019, indica que “*Facebook* es la red más usada en un 87% aunque, respecto al año (...) 2017, ha perdido popularidad entre usuarios/as. Seguida de *YouTube* con un 69% de usuarios/as e *Instagram* con un 49%” (p. 151). Años después, Vergara (2020) expresa que:

Aun cuando las cifras de usuarios de redes sociales varían permanentemente, las estadísticas señalan que la penetración de *Facebook* en Chile en el año 2017 era de un 45.96%. En los últimos años, sin embargo, *WhatsApp* e *Instagram* han comenzado a ganar terreno sobre *Facebook*, especialmente, entre los menores de 23 años. (p. 2)

Es de anotar que la usabilidad de las redes sociales depende en gran medida de la necesidad del usuario; por ejemplo en *Facebook* es posible realizar publicaciones escritas, imagen y video, además de incluir otros enlaces de referencia que permiten acceder a otro tipo de contenidos que pueden apoyar al contenido inicial o ampliar la información ya existente; de otro lado *Instagram*, aunque tiene las mismas funciones limita el tipo de archivos y contenidos, lo que hace que las publicaciones sean un poco más precisas; *YouTube* por su parte, se basa en los contenidos en video y por ende su entretenimiento se basa en la visualización de los mismos y los comentarios que se suscitan. “Las redes sociales— principalmente *Facebook* (800 millones de usuarios en el mundo), *Twitter* (500 millones), y *YouTube*, a través de las cuales se difunden

convocatorias, mensajes, testimonios, fotografías y vídeos en tiempo real de lo que está sucediendo” (Barrero, 2012, p.88).

Whatsapp es otra red bastante utilizada, es posible a través de ella configurar publicaciones para que aparezcan en *Facebook*; a excepción de *YouTube*, las otras redes permiten las publicaciones o post de imágenes y reaccionar a las mismas indicando: me gusta, me encanta, me divierte, me entristece, me enoja y otras que dan cuenta simple de las percepciones de las personas frente a una publicación, sin embargo, muchas de ellas generan dependencia de personas usuarias a las reacciones de otros y les ‘frustra’ cuando reciben poca aceptación en las reacciones o rechazo a las personas. Es común ver a *influencers* compitiendo por *likes* o reacciones positivas.

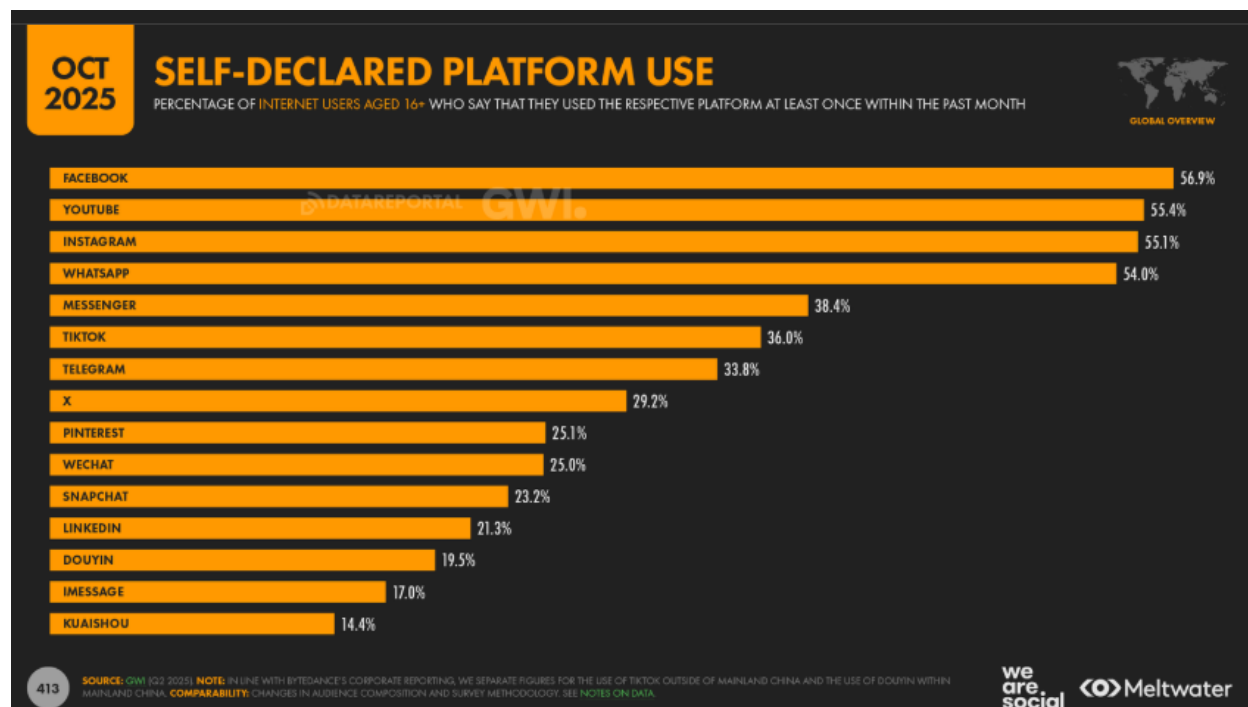
Llama la atención que con el pasar del tiempo la interacción en redes sociales y el número de usuarios en ellas aumenta significativamente, de acuerdo con Datareportal (2025) “(...) el mundo pasa 15 mil millones de horas consumiendo contenidos en plataformas sociales cada día, lo que equivale a más de 1,7 millones de años de existencia humana” (párr.18) de ahí que se reporte un aumento en interacciones en las diversas plataformas digitales por parte de los usuarios.

Datareportal (2025) expone que de acuerdo con las plataformas que las personas dicen utilizar, en la última investigación de GWI al indagar en los encuestados la usabilidad de plataformas en el último trimestre de 2025, se revela que *Facebook* (56.9%) es la plataforma más usada en el mundo; *YouTube* ocupa el segundo lugar (55.4%) dado que los encuestados de GWI dicen que utilizaron esta plataforma de video en el último mes, luego ubican a *Instagram* en el tercer lugar (55.1%), “Y las plataformas Meta también ocupan los lugares restantes en el top 5, con un 54 por ciento de los adultos en línea diciendo que usan WhatsApp cada mes, y un 38,4

por ciento diciendo que usaron Messenger al menos una vez en los últimos 30 días”

(Datareportal, 2025, párr. 15).

Ilustración 1 Declaración de usuarios acerca de Redes Sociales más usadas en el mundo

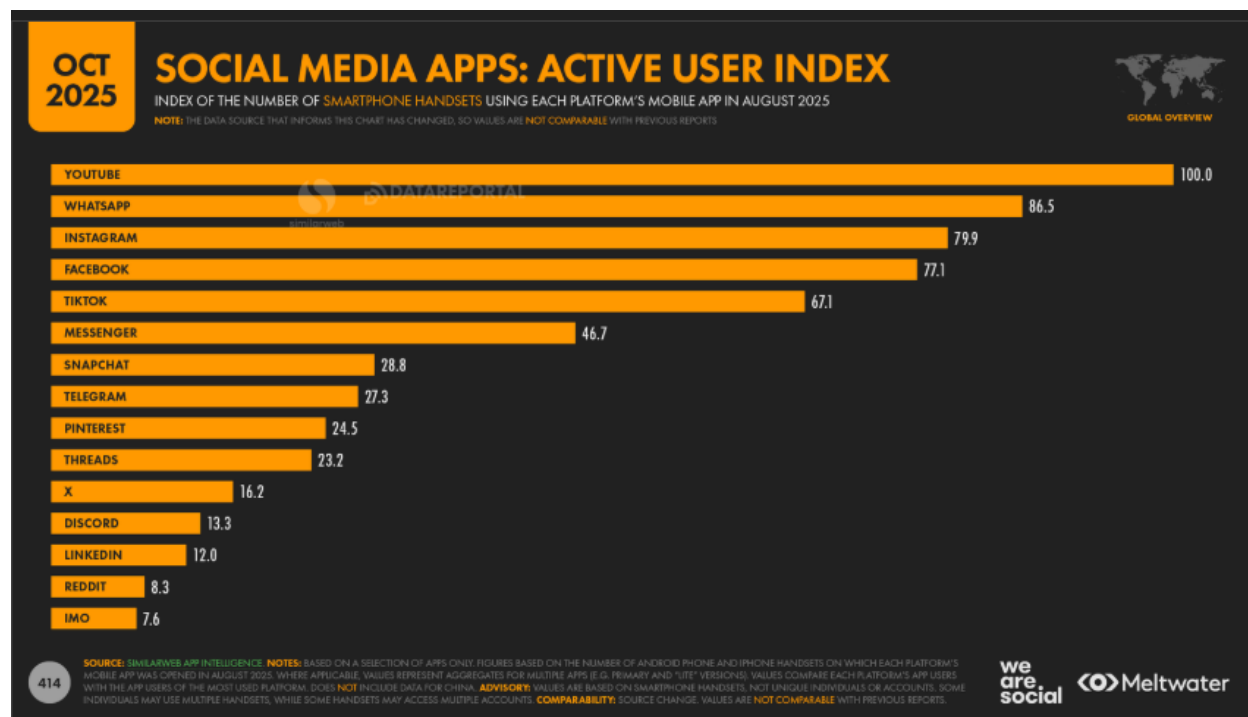


Nota. La figura muestra los reportes de usabilidad de redes sociales reportadas por usuarios en el tercer semestre de 2025, fuente: Datareportal, 2025.

En contraste con esta información, la investigación llevada a cabo por *opt-in* que registra las aplicaciones que las personas realmente abren en los teléfonos ofrece datos muy diferentes. De acuerdo con datos de *App Intelligence* de *Similarweb* indican que *YouTube* tiene el mayor número de usuarios activos mensuales en la actualidad, lo que le otorga a la plataforma un índice de 100; por su parte *WhatsApp* (86,5) e *Instagram* (79,9) ocupan el segundo y tercer lugar, lo cual indica que la principal plataforma de mensajería de Meta (*WhatsApp*) tiene un mayor número de usuarios activos de la aplicación que todas sus redes sociales; se destaca que de acuerdo con *Similarweb* la audiencia de *YouTube* es significativamente mayor que la audiencia de las plataformas de Meta. Facebook ocupa un cuarto lugar, teniendo en cuenta que los usuarios

activos de dicha aplicación equivalen a 77,1% de la base de usuarios activos de *YouTube*. *TikTok* ocupa el quinto lugar con un índice de 67,1%, cuya base de usuarios activos es al menos la mitad del tamaño de *YouTube* (Datareportal, 2025).

Ilustración 2 Aplicaciones de redes sociales: índice de usuarios activos



Nota. La gráfica 2 presenta el índice del número de teléfonos inteligentes que utilizan la aplicación móvil de cada plataforma en agosto de 2025. Fuente Datareportal, 2025.

Según las diferentes posturas, no existe un indicador que proporcione información acerca de los criterios que invitan a los usuarios a preferir una red sobre otra, por el contrario, se tiende a contar con varias redes al tiempo; sin embargo, es un hecho que las utilidades de las redes sociales en cuanto a impacto, difusión, herramientas (audio, video, reaccionar a publicaciones) hacen que sea preferida una u otra sobre las demás.

Existen diversas personas que, de acuerdo con la red social (o redes) en la cual se desenvuelven, pueden ser reconocidas o incidir en las decisiones de los internautas, o de quienes interactúan en las redes. A continuación, se presentan sólo algunos de ellos:

Influencers: El término hace referencia a una persona que publica contenidos digitales a través de uno o varios canales de comunicación y que, a través de estos pretende ejercer influencia sobre las personas que visitan sus publicaciones. Los *influencers* hacen alusión a “personas influyentes que transmiten mensajes sobre un tema en concreto (por ejemplo, moda, maquillaje, marketing, fitness, cocina, o bien, contenidos body-positive.)” (Vergara, 2020, p. 113), incluso en el estudio desarrollado por Vergara (2020) se encuentra que las jóvenes que siguen a *influencers* concuerdan [en afirmar] en que ellos [los *influencers*] las motivan a hacer cosas, a superar problemas, que sirven de apoyo en momentos de crisis, que otorgan compañía, y que les enseñan a valorarse y a quererse más a sí mismas. (p.79)

Sin embargo, dichas influencias no siempre son positivas y ante la necesidad de compañía, valoración o estima social, tienden a modificar sus gustos o preferencias por ‘encajar’.

Castells (citado por Sierra, 2010), recomienda a aquellos que navegan por internet, “(...) responsables de influenciar un cambio en la sociedad, ejercer una influencia determinante por medio del uso de mecanismos de construcción de poder en la sociedad del internet y las redes” (p. 552), es decir, las personas que navegan en internet tienen una responsabilidad mayor dado que sus comentarios y reconocimiento inciden de manera directa en la percepción de los demás y en su toma de decisiones, por ello debe analizarse con anticipación qué decir, cómo decirlo y las posibles consecuencias de dichas acciones.

En este contexto, resulta pertinente detenerse en el análisis de ciertos actores digitales que, debido a su alto nivel de exposición y alcance en redes sociales, ejercen una influencia

considerable sobre sus audiencias. Figuras como las socialités y los youtubers no solo participan activamente en la circulación de contenidos, sino que también contribuyen a la construcción de sentidos, valores y modelos de comportamiento en el espacio digital.

Cuando se habla de una **Socialité** el concepto describe por lo general a una mujer que pertenece a una clase social alta y que disfruta al participar o simplemente asistir a eventos sociales ya sean de moda, grandes fiestas exclusivas, comidas, festivales y otros y se destaca además por su vestimenta o actitudes en dichos lugares. Sumado a ello, la *socialité* interactúa con sus seguidores a través de las redes sociales en las cuales publica contenido alusivo a su interacción social y se convierte en referente de moda o de posturas.

Según el diccionario de Cambridge el término Socialité hace referencia a “Alguien, generalmente de clase social alta, que es famoso por asistir a muchas fiestas y eventos sociales” (Cambridge, 2025) La imagen de esta persona aparece con frecuencia en los medios de comunicación y es asediada por periodistas que informan a la opinión pública acerca de las apariciones en general y en muchos casos se pretende generar controversia; con frecuencia estas personas marcan tendencias en moda, actitudes o acciones.

Cuando se habla de un **YouTuber** se hace referencia a una persona que se encarga de compartir contenido audiovisual en su propio canal de *YouTube*. Para ser *YouTuber* no se requiere una formación específica, cualquier persona puede hacerlo, siempre y cuando cuente con los conocimientos para el desarrollo de contenido audiovisual o conozca las personas que puedan apoyarle. Un *YouTuber*

Es el nombre en inglés con el que se llama a las personas que graban y suben videos al portal de *YouTube*, la plataforma de internet más famosa del mundo para generar y

producir contenido. Los *YouTubers* se auto promocionan en *YouTube* colgando videos para un público específico y concreto (Vergara, 2020, p.114).

YouTube hace parte de las llamadas redes sociales; es de destacar que es en las redes en que a partir de los intereses, actividades o relaciones comunes que se establecen entre las personas (amistad, parentesco o trabajo) es que se generan las interacciones y por ende el intercambio de información (Raffino, 2020). Es así como los *YouTubers* aprovechan la posibilidad de socializar con personas conocidas o no, sus contenidos a través de los cuales publican sus opiniones, acontecimientos, posturas, ideologías o actividades en general, así se fortalecen lazos y se promueven comportamientos y actitudes gracias a las afinidades que se generan entre las personas que interactúan con intereses comunes en focos temáticos o públicos objetivo. Gas (2019) al respecto opina que:

En este sentido es necesario reflexionar acerca de las *YouTubers*. Son jóvenes interesadas en las cuestiones feministas y que tienen mucha influencia en la población joven, el problema reside que muchas de ellas no están formadas en estas cuestiones y en consecuencia pueden llegar a confundir (p.156).

Las opiniones o contenidos dan cuenta del modo de pensar de una persona en particular sin que posiblemente, tenga los conocimientos técnicos para emitir juicios y por ende sus apreciaciones pudieran ser erradas y generar confusión entre quienes siguen estas cuentas digitales, no obstante, su poder de convencimiento es tal que genera en otros, empatía frente a sus opiniones y tendencias a seguir una o varias posturas en particular.

2.1.2 Violencia Digital

La violencia digital, es el tipo de violencia que se ejerce a través de la internet y haciendo uso de las redes sociales, cuyo fin es hacer daño a la persona a quien se dirigen los mensajes o

reacciones. El observatorio de violencia de género en medios de comunicación OVIGEM en México, define la violencia digital así:

Este tipo de violencia se perpetra a través de los medios digitales, como redes sociales, correo electrónico o aplicaciones de mensajería móvil, sin embargo, no está desconectada de la violencia machista que vivimos fuera del mundo online. Causa daños a la dignidad, la integridad y/o la seguridad y, tiene impacto en los cuerpos y las vidas de las personas (OVIGEM, 2021, párr. 1)

Este tipo de violencia genera inconformidad, malestar y angustia en las víctimas dado que no siempre se conoce a la persona que la ejerce lo que además añade un sentimiento de temor al no identificar de donde proviene la violencia, además de que en muchos casos se pueden configurar otros tipos de violencia como lo es la violencia sexual o la pornografía.

Actualmente, se vive una cultura de violencia en las redes sociales, la cual se genera por la diversidad de opiniones y por la incapacidad de tolerar diversas posturas aunque no sean coherentes con alguna en particular; inquieta los peligros asociados a la violencia en la Red para todas las personas que hacen uso de esta, en especial en lo que tiene que ver con la facilidad de descalificar o validar la postura de otro y las redes sociales representan esa facilidad de opinión al no ser necesario ‘dar la cara’ o responsabilizarse de un comentario en particular. Esta situación, si bien afecta a todas las personas en general, se hace más preocupante para los menores de edad, quienes, en muchos casos, carecen de herramientas para enfrentarse a nuevos escenarios y desafíos; es de resaltar que los adultos se han visto expuestos a diversas situaciones entre ellas “(...) han visto imágenes muy violentas, que les han impactado, en Internet. Si eso les pasa a ellos, que son personas maduras, se plantean que los niños podrían quedar marcados para siempre” (Castaño et al. 2010, p.142) y por ende generar mayor tipo de afectación.

Existen personas que se dedican a revisar las redes sociales y emitir comentarios ofensivos a lo que los demás publican; de otro lado, hay quienes incluso profieren amenazas a una persona al considerar que no están de acuerdo con el post que observan y exageran hasta atentar contra la integridad de los otros. También hay personas que simplemente van en contra de cualquier publicación y su objetivo es generar controversia; un ejemplo de lo anterior es el ‘machitrol’ el cual se define como:

(...) una especie de cibernauta que se caracteriza por el impulso feroz de atacar a otras personas usando comentarios, gifs e imágenes violentas en la web cada vez que encuentra contenidos feministas en internet. Además de opinar sobre lo que dicen o hacen las mujeres en la red, también inunda el ciberespacio con comentarios machistas, sexistas y misóginos. (Vergés, et al. 2017, p.61)

Este tipo de posturas generan violencia digital e invitan a otros a ejercerla también o a transformarla en violencia física o psicológica.

Cuando se habla de la violencia digital, surge otro concepto ligado a esta manifestación y es el ciberacoso, el cual hace referencia al acoso realizado a través de las redes sociales o medios de comunicación; incluye el uso de medios digitales para acosar o molestar a una persona realizando ataques personales, divulgación de su intimidad, información personal verdadera o falsa o secretos que afecten de manera directa o indirecta su integridad. Danielle Citrón (como se citó en Chemaly, 2014) indica que:

(...) aunque las definiciones del acoso cibernético varían, a menudo concuerdan en la intención sustancial de infligir sufrimiento emocional de manera lo bastante persistente como para ser entendido como un curso de conducta más que un incidente aislado. Las intenciones son las de crear en los sujetos blanco de estos ataques vergüenza, represión,

depresión, auto censura, soledad y/o miedo usando el discurso y su expresión en espacios conectados (Citrón, como se citó en Chemaly, 2014, p.32)

Incluso hay personas que procuran generar en la víctima sentimiento de culpa con el fin de viabilizar sus ataques o agresiones y con ello justificar que otras personas se unan al acoso. Al respecto Hache et al. (2010), expresan que el ciberacoso es:

Un fenómeno asociado a las violencias y acoso usando las redes sociales on-line tiene que ver con su temporalidad. Pueden darse situaciones en las cuales el acoso se da de manera casi permanente, 24 horas 7 días a la semana. Esto profundiza y agrava las consecuencias de la violencia, haciendo casi imposible para las personas agredidas poder desconectarse y reconstruirse (p.35)

Incluso el ciberacoso puede verse agravado por las personas que se involucran y el impacto que se genera, además de la frecuencia con la cual se da, pero los agresores tienden a señalar a las víctimas con apelativos como ‘sensibles’, ‘delicadas’ o ‘exageradas’ para validar sus acciones; es así como:

Esta reflexión nos lleva a pensar el acoso cibernético y las violencias de género dentro de un marco analítico que valora los comportamientos y los impactos y consecuencias diferenciadas que pueden tener según quien las perpetra, quien las sufre y en qué contexto social, cultural, económico, político están teniendo lugar (Hache, et al. 2010, p.33).

No obstante, hoy día se requiere mayor conciencia de estas situaciones y no normalizar las diversas manifestaciones por el deseo de ser aceptado o validado a través de las redes, lo que redunda en la exposición y el sufrir de violencia a partir de medios digitales.

2.2 Identidad de Género

La identidad de género se relaciona con el concepto que se tiene de uno mismo como un ser sexual y sexuado y los sentimientos que esta posición genera, tiene que ver con cómo se vive y se siente el propio cuerpo desde la experiencia personal y cómo se proyecta a la sociedad en la relación con los demás.

Femenías (2015) plantea que Butler apuesta por una “identidad” que, en un sentido psico-sociológico, entiende como un proceso continuo y abierto de llegar a ser. Dado que las identidades no son “ni autoevidentes, ni fijas, ni a priori”, resulta necesario rastrear los modos en que se construyen dentro del lenguaje y el discurso (p. 157).

Es decir que la identidad es un proceso que se construye con el pasar del tiempo y que es continuo; en esta línea Scott (1996) expresa que “el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder” (p.23). Scott retoma a Lacan, quien expresa que es a través del lenguaje que se construye la identidad de género y que el falo es el significante central de la diferencia sexual, pues para el niño el drama edípico es manifestado en la interacción cultural dado que la amenaza de la castración se vincula al poder y a las normas legales (del padre); es así que en el niño su relación con la ley depende de la diferencia sexual, de su imagen con lo masculino o femenino; de ahí que el imponer normas de interacción social se liga al género, al establecer diferencias en cuanto a la relación con el falo de lo masculino y lo femenino (Scott, 1996).

Es de resaltar que Scott (2008) considera que el género fue empleado en sus inicios entre feministas estadounidenses para insistir en la cualidad social de las distinciones basadas en el sexo; no obstante, Lamas (1996) considera que existe discriminación femenina causada no sólo

por lecturas biologicistas, sino que también por la existencia de ideas y prejuicios sociales inherentes al concepto de género, es decir que se producen por el aprendizaje social del mismo, “Esto supone desarrollar una visión sobre los problemas de la relación hombre/mujer con una perspectiva de género capaz de distinguir correctamente el origen cultural de muchos de éstos, y plantear alternativas sociales –como la educación– para su resolución” (Lamas, 1996, sp.).

De ahí que la concepción de identidad de género sea producto de un proceso histórico de reivindicación de derechos y de reconocimiento que va más allá de la concepción genital, así lo propone Stoller 1968 (como se citó en Perrotta et al. 2017) quien distingue el género del sexo biológico e introduce el concepto de identidad de género haciendo alusión a lo que las personas sienten que son, acorde o distante de lo que se espera sienta según su cuerpo, por ejemplo que con cuerpo de hombre se sienten mujeres y donde la identidad de género se expresa en eso que se siente.

Butler, 2007 (como se citó en Femenías y Martínez, 2015) afirma que sería un error pensar que el análisis de la “identidad” debe realizarse antes que el de la identidad de género por la sencilla razón de que las “personas” se vuelven inteligibles cuando adquieren un género ajustado a normas reconocibles de la inteligibilidad de género. De ahí que las normas sociales influyen en gran medida en dicha construcción, es así como conviene analizar la forma en que se realiza dicha construcción en el contexto social.

2.2.1 Construcción de Identidad de Género

Conviene indicar que la construcción de género es un proceso sistemático, que requiere de tiempo en el cual intervienen diferentes actores y factores. Según indican Vázquez y Fernández (2016)

La identidad es una construcción subjetiva en la cual el otro es condición de posibilidad. Su configuración se va diseñando por medio de un proceso de identificaciones que el sujeto realiza desde los primeros años de vida y se delinea en su historia en relación con los otros. (p. 46)

De otro lado, Sabater y Fernández (2015) señalan que: “La identidad de género se refiere principalmente a aquellas características sociales y culturales que cada sociedad asigna al comportamiento de mujeres y hombres, a partir de sus diferencias sexuales” (p.216). De ahí que no se hable de una identidad sexual dada en el momento del nacimiento, se habla de una identidad de género que requiere de otros factores para su configuración los cuales surgen a partir de la interacción con otros; la identidad sexual es la que se nos asigna, se nos impone al nacer, a partir del sexo biológico, por eso es identidad sexual y se da mediante el proceso de heterodesignación, que es cuando la sociedad, la cultura, mediada por el personal médico asigna la identidad. La identidad de género, como ya se mencionó, es la que siente el sujeto como sexual y sexuado y que no tiene que coincidir necesariamente con el sexo biológico o con los genitales.

En vez de una identificación original que sirve como causa determinante, la identidad de género puede replantearse como una historia personal/cultural de significados ya asumidos, sujetos a un conjunto de prácticas imitativas que aluden lateralmente a otras imitaciones y que, de forma conjunta, crean la ilusión de un yo primario e interno con género o parodian el mecanismo de esa construcción (Butler, 2007, p. 270).

Con base en lo anterior, puede decirse que el componente social juega un papel fundamental en la construcción de identidad, de ahí que este aspecto sea fundamental para

configurar las relaciones que se establecen con uno mismo; al respecto, Butler (2007) considera que:

Entonces la identidad de género parece ser en primer lugar la interiorización de una prohibición que resulta ser parte de la formación de la identidad. Además, esta identidad se elabora y se mantiene aplicando de manera permanente este tabú, no sólo en la estilización del cuerpo de acuerdo con categorías sexuales separadas, sino en la producción y la «disposición» del deseo sexual. (p. 148 y 149)

Butler (2007), cita a Wittig y expresa: “El razonamiento de Wittig se confirma con ese discurso popular sobre la identidad de género que, sin ningún tipo de duda, atribuye la inflexión de «ser» a los géneros y a las «sexualidades» (Butler, 2007, p. 78), en esta lógica la construcción de identidad de género popularmente es asociada a los géneros y sexualidades, “Es decir, la «unidad» del género es la consecuencia de una práctica reguladora que intenta uniformizar la identidad de género mediante una heterosexualidad obligatoria” (Butler, 2007, p.96) que es dicotómica, pretendiendo una coincidencia entre sexo-género-orientación sexual.

Con base en lo anterior se afirma que no existe una única manera de expresar y ejercer la sexualidad y los sentimientos que se generan a partir de ella; existen por ende otras formas de expresarlos. De ahí que se asuma que la identidad de género de una persona puede ser diferente del sexo con el cual nació y de la orientación sexual que posea, de la misma manera existen diferentes concepciones de género de acuerdo con las características con las cuales se perciba la persona.

2.2.2 Características de la identidad de género

Una característica primordial de la identidad de género es que no es necesariamente igual a la que se determina por el sexo con el cual ha nacido la persona (identidad sexual), es una

construcción social que puede coincidir o no con la identidad sexual. Lamas (2000) argumenta que:

La identidad “social” de las personas como “mujeres” u “hombres”-la identidad de género- y la identidad sexual- estructurada en el inconsciente- no son lo mismo. Sin embargo, se suele subsumir una dentro de la otra; con menor frecuencia, se distinguen ambas cuando entran en contradicción; por ejemplo, los conflictos que surgen ante la existencia de personas cuya identidad sexual no corresponde con su identidad de género: mujeres que aman a mujeres y hombres que desean a hombres. La manera en que un sujeto sexuado asume, inconsciente e imaginariamente, su diferencia de sexo es especialmente relevante en la formación de su identidad sexual (p. 14 y 15).

En esta lógica la identidad sexual no es una decisión propia, es impuesta basada en el sexo, mientras que la identidad de género es un constructo que se desarrolla en el inconsciente de las personas y tiene que ver con sus deseos o preferencias que han construido con el pasar del tiempo y relacionados con la experiencia personal y el contexto en el cual se desenvuelve.

Aunque la determinación somática de la identidad de género que opera a nivel de la mente no reconoce los esquemas inconscientes que la constituyen, eso no significa que éstos no tengan un efecto. Surgen entonces la duda de si algunas experiencias corporales, que no necesariamente tienen una significación cultural fija, cobran relevancia simbólica en relación con la feminidad y el ser mujer, y con la masculinidad y el ser hombre (Lamas, 2000, p.17).

En las diferentes culturas, existen actividades o por qué no decirlo, rituales que confirman a las personas en el hecho de asumir un género. De ahí que la identidad de género “ubica a cada persona en roles sexuados, condicionados por factores biológicos, psicológicos y sociales, que

van a conformar una parte importante de su personalidad y van a determinar sus relaciones con los demás” (Sabater y Fernández, 2015, p.216), bajo esta premisa, Lamas (2000) reafirma que:

Para Godelier, el dispositivo central de la dominación masculina es la maquinaria de las iniciaciones. Estos ritos implican un proceso de afirmación de la identidad de género que vuelve evidentes todos los códigos y la información que de manera inconsciente las jóvenes han estado recibiendo a lo largo de sus vidas, y que los confirma como "hombres" o "mujeres" capaces de vivir en sociedad (p. 17)

Un ejemplo de lo anterior son las fiestas de 15 años para las mujeres, no para los hombres; uso de vestido de primera comunión para las mujeres, tipo esmoquin para los niños; sin embargo, es necesario tener en cuenta que:

La identidad de género de las personas varía, de cultura en cultura, en cada momento histórico. Cambia la manera como se simboliza e interpreta la diferencia sexual, pero permanece la diferencia sexual como referencia universal que da pie tanto a la simbolización del género como a la estructuración psíquica (Lamas, 1996, p. 349–350).

Así el largo del cabello, el uso de prendas ‘femeninas’ o ‘masculinas’, accesorios para el cabello, zapatos de tacón y otros, dejan de ser exclusivos para mujeres u hombres dependiendo de la cultura dejando de lado estereotipos que reafirman la ‘masculinidad’ o ‘femineidad’. Desde una perspectiva contemporánea, el concepto de género no puede reducirse exclusivamente a las características biológicas de las personas; Muehlenhard y Peterson (2011) plantean que el género constituye una categoría compleja que involucra la identidad, los roles, las expectativas sociales y las formas de expresión construidas culturalmente. Esta perspectiva permite comprender la identidad de género como un proceso dinámico en el que interactúan factores personales, sociales y culturales.

Si bien los procesos de socialización son fundamentales, no significa que un hombre por convivir en un mundo de mujeres tienda a asumir una identidad de género femenina o viceversa, son múltiples factores, como ya se ha visto, los que influyen en este proceso. Tampoco puede afirmarse que una mujer por vivir en un mundo de hombres asumirá conductas similares; no pueden verse como una postura totalitaria, sin embargo, las personas viven en un mundo donde aún persisten el género masculino o femenino sin dar cabida a otras concepciones.

2.3 Estéticas corporales

Las estéticas corporales involucran diferentes procesos estéticos que tienen como fin mejorar la apariencia física de una persona, pero no cumplirlos, genera un tipo de violencia dada por la promoción de modelos estéticos que generan la insatisfacción en quienes no las cumplen. Es así como las estéticas corporales conforman una red de significados subjetivos que reflejan las diversas formas en que el cuerpo puede manifestarse. En este marco, las marcas y técnicas corporales se relacionan estrechamente con la estética del cuerpo, posibilitando que este se inscriba y participe activamente en la cultura (Meza y Castellar, 2012).

Así las estéticas corporales, se encaminan a la perfección del cuerpo o su simetría lo cual puede hacerlo ‘más agradable’ o acorde a cierto prototipo, “Es decir, las personas que mayor insatisfacción corporal tienen son las que están más afectadas por los modelos estéticos corporales” (Esnaola, 2005, p.192) De hecho “los resultados indican que las mujeres, tanto en la adolescencia temprana como en la adolescencia media muestran mayor insatisfacción corporal y están más afectadas por la influencia de los modelos estéticos corporales” (Esnaola, 2005, p.183), de ahí que pueda evidenciarse mayor susceptibilidad a incorporarse a tendencias y prototipos de belleza sociales o a sentir frustración para encajar en ellos; siendo para esto un escenario de validación las redes sociales.

En muchos casos, los hombres y mujeres tienden a considerar que ciertos aspectos corporales pueden hacerlos más deseables o queridos por el género de su interés, de ahí que “Toda persona que no ignore nada de las normas estéticas puede utilizarlas en su provecho con fines de seducción, pero sin adherirse a ellas necesariamente” (Duret y Roussel, 2005, p.3), lo cual les genera satisfacción si alcanza sus ideales, pero en caso contrario les genera frustración. Las redes sociales generan dicha conformidad o inconformidad a partir de la aprobación o desaprobación de quienes interactúan en ellas, por ello el catalogar como ‘normal’ una apariencia determinada puede generar en los otros ataques sistemáticos al alejarse de dichos estándares y patrones.

La manera en que se perciben las personas cobra gran importancia al difundir a través de redes sociales la manera en qué ‘socialmente’ un cuerpo es validado o rechazado. Son muchos los factores que inciden en este aspecto, por ejemplo “Los intereses económicos de las sociedades capitalistas tardías, las cuales con criterios exclusivamente economicistas establecen de una manera dogmática los cánones del cuerpo perfecto de la mujer y de la belleza femenina” (Duch y Mélich, 2005, p.267). En esta línea, Esteban (2013) indica que

En Occidente hombres y mujeres están influidos de manera distinta y específica en cuanto a su cuerpo y su apariencia, y eso se relaciona, entre otras cosas, con la definición de lo femenino y lo masculino, donde la belleza sigue estando más asociada a lo femenino y la fuerza a lo masculino, con un diferente tratamiento de la sexualidad y el deseo para hombres y mujeres, así como una mayor dedicación de las mujeres a trabajos y actividades donde la presencia y la interacción social son determinantes. (p. 75)

Dicha interacción se maximiza a través del uso de las redes sociales que constantemente y en tiempo real favorecen la comunicación, el diálogo, el generar opinión y divulgar un ‘estilo’

determinado; por ejemplo Morris (como se citó en Duch y Mélich, 2005) señala que: “los ideales postmodernos de la belleza no circulan en un reino inocente de fantasía, sino que son propuestos y promovidos por la economía consumista” (p.267), de ahí que como se observa las plataformas digitales y las redes sociales son el escenario ideal para la promoción y publicidad de diferentes productos; esta situación genera que muchos jóvenes tiendan al consumismo al pretender imitar a sus ídolos.

2.3.1 Imagen Corporal

La imagen corporal puede asumirse desde dos perspectivas: la imagen que posea el individuo de sí mismo y la que las personas asuman acerca del otro que observan. Inicialmente se abordará la primera: la imagen que posee la persona de sí misma. Esa imagen corporal tiene que ver con el autoconcepto y a su vez, con la autoestima que tenga cada persona de sí misma, es decir su amor propio, cómo se visualice y cómo se asuma, al respecto Duret y Roussel (2011) indican que:

Las preocupaciones por la imagen de sí mismo recubren no solamente las del cuerpo en la interacción con sus códigos, sino también las que están ligadas a la belleza y a sus juicios estéticos. El cuidado del cuerpo se alía entonces con una persecución de formas consagradas como ideales o la búsqueda de una apariencia más personal. (p. 163

En esta línea, “Desde un punto de vista neurológico, la imagen corporal constituye una representación mental diagramática de la conciencia corporal de cada persona” (Raich, 2004, p. 16) Aunque se habla del autoconcepto, es visible el hecho que en esta concepción interviene también la imagen que se proyecta a la sociedad y cómo la misma es asumida por el entorno, lo cual influye de manera sustancial en el propio autoconcepto.

Por ejemplo, el cuerpo sólo permite tranquilizarse sobre lo que se es cuando la imagen que se ofrece para ver corresponde con la idea que uno se hace de sí mismo. Los cambios del cuerpo se vuelven una amenaza cuando esas transformaciones no son deseadas sino sufridas, como es el caso del envejecimiento (Duret y Roussel, 2005, p.169)

De esta forma aparecen dos aspectos fundamentales: qué piensa la persona de sí misma y qué piensan los otros; ambas presentan estrecha relación, en ese segundo aspecto, lo que los demás piensen de la persona o cómo la conciben, genera preocupación, alteración y malestar frente a lo que se espera de sí mismos en un contexto determinado cuando estas concepciones difieren de lo que la persona percibe de sí misma. De acuerdo con Esnaola (2005) “en la actualidad existe una gran preocupación por el aspecto físico o la imagen corporal; y esta preocupación por poseer un cuerpo ideal puede convertirse en un gran impedimento para el óptimo desarrollo de la persona” (p.184) y por qué no decirlo, es una limitante para la construcción de autoconcepto y las que se generan al no alcanzar un estándar de belleza ‘ideal’.

Los problemas [lo denomina así el autor] con la imagen corporal tienen que ver con gran cantidad de alteraciones o disgustos que se producen concomitantemente de una manera regular. Por ejemplo, es muy generalizado en que una pobre imagen corporal vaya asociado a una baja autoestima (Raich, 2004, p.19).

Este tipo de afectaciones con la imagen corporal, socialmente se hace más evidente en las mujeres que en los hombres, sin querer afirmar que ellos no padezcan de este tipo de inconformidades, solo que, desde los procesos de socialización, los prototipos sociales en torno al cuerpo son más exigentes o diferentes con la mujer que con el hombre.

(...) para la mujer la imagen parece determinar más directamente su posición en el mundo social de las mujeres donde no es solo cuestión de pertenencia social o de capital cultural, sino de clasificación estética y de categorías de edad (Duret y Roussel, 2005, p.26).

Sumado a ello, esta situación “(...) está relacionada la insatisfacción con la imagen corporal con la identidad de género, o los sentimientos de feminidad o masculinidad. Algunas personas creen que no poseen las cualidades que deberían por pertenecer a uno u otro género” (Raich, 2004, p.20)

Podrían sentirse fuera de sí frente a características particulares de su cuerpo y por ello recurrir a cirugías estéticas u otras actividades con el fin de moldearlo y ‘encajar’ en un estándar determinado. Cash (citado por Raich, 2004) afirma que:

(...) la imagen corporal implica perceptivamente, imágenes y valoraciones del tamaño y la forma de varios aspectos del cuerpo; cognitivamente, supone una focalización de la atención en el cuerpo y autoafirmaciones inherentes al proceso, creencias asociadas al cuerpo y a la experiencia corporal; y emocionalmente, involucra experiencias de placer/displacer, satisfacción/insatisfacción y otros correlatos emocionales ligados a la apariencia externa (Como se citó en Raich, 2004, p. 17).

Es así como, las mujeres, por ejemplo, podrían asumir que requieren cintura pequeña, senos grandes, caderas prominentes entre otros, para encajar en un estándar determinado de belleza o simplemente sentirse a gusto con su cuerpo. Caso contrario ocurre con los hombres que históricamente se ha evidenciado no viven tan marcada esa presión. La cultura patriarcal aplica la tecnología al cuerpo femenino para satisfacer fantasías masculinas: el polisón o el corsé son dos buenos ejemplos, las mujeres para acercarse a la imagen que la sociedad (los hombres)

consideraban perfecta. Esto provocaba enormes anormalidades en sus cuerpos con escoliosis, aplastamiento de las costillas, entre otras. (Valero, 2008, p.3)

En ese orden de ideas, se asume que el género incide de manera significativa en la construcción de la imagen corporal. Un ejemplo de ello es la postura de Thompson expresa que:

(...) se constituye la imagen corporal a partir de tres componentes: un componente perceptual, la cual es la precisión con que se percibe el tamaño corporal de segmentos corporales o del cuerpo; un componente subjetivo (cognitivo-afectivo), el cual estudia actitudes, sentimientos, cogniciones y valoraciones que despierta el cuerpo; y un componente conductual, el cual estudia las conductas que la percepción del cuerpo y sentimientos asociados provocan. (p.16) (como se citó en Raich, 2004, p. 16)

Sin embargo, esa ‘preocupación’ por la imagen corporal es más evidente en las mujeres que en los hombres, incluso por la misma presión que los hombres ponen en esos estándares de belleza ‘deseables’ y que invitan a las mujeres a alcanzar con el fin de ser aceptadas o ‘valoradas’ socialmente. De acuerdo con Esnaola (2005) “(...) las mujeres, tanto en la adolescencia temprana como en la adolescencia media tienen una percepción más negativa de su imagen corporal, están más insatisfechas, y les afecta más la influencia de los modelos estéticos corporales” (p.193), de ahí que la información o las presiones que reciban de su medio u entorno inmediato incidan con mayor fuerza en sus actitudes o acciones para encajar en un círculo social determinado.

2.3.2 ¿Qué es la Belleza?

La belleza puede tener en diferentes contextos múltiples significados, depende de la cultura y de los criterios que se asuman para calificar una persona o cosa de ‘bella’, siendo la definición más general como aquello que es agradable a nuestros sentidos. Duret y Roussel, (2005) consideran que:

La belleza no es por tanto más que un asunto de recepción subjetiva del espectador, y nos parece que es difícil en nuestra sociedad evaluarla como buena, a tal punto ella da lugar a formas de reconocimiento instituido, y sobre todo a una producción de imágenes emblemáticas (los maniquíes en los almacenes de moda femenina y masculina). (p.3)

Así la belleza, al ser subjetiva puede tener múltiples facetas las cuales catalogan a algo como hermoso dependiendo de la persona que lo valore o emita un juicio. En las diferentes sociedades, alcanzar los ideales de ‘belleza’ ha sido una actividad bastante recurrente y para ello se utilizan diversos rituales que hacen que la persona se sienta mejor con su físico (rostro, cuerpo, cabello) o con las prendas de vestir o accesorios que tienden a agrandar la imagen que se desea proyectar. Históricamente las mujeres han recurrido a diversas estrategias para verse hermosas como el uso de corsé para parecer más delgadas, el uso de maquillaje para adornar o matizar sus facciones o el uso de prendas de vestir llamativas para mejorar su apariencia, entre otros, ha sido una constante en diversas culturas.

El principal objetivo de la publicidad para la belleza y las mayores consumidoras de sus productos lo son las mujeres. La presión hacia la belleza (y la belleza, hoy en día, es igual a esbeltez) es mucho mayor en las mujeres que en los hombres, así como también son mucho mayores las cifras de trastornos alimentarios en éstas (Raich, 2004, p.16)

En este asunto juega un papel fundamental las redes sociales que promueven estos ‘ideales’ de belleza o cánones que deben seguirse para estar catalogada como una mujer hermosa socialmente. Hablando de los hombres, si bien no son tan acentuadas las exigencias sociales en cuanto a su belleza, si se percibe que en los últimos años se interesan más por su apariencia y por incorporar en sus rutinas ciertas actividades para verse atractivos, como el hacer ejercicio, el usar ciertas prendas de vestir y prestar mayor atención a su cuidado personal, que lejos de hacerlos ver como ‘afeminados’ (como en algún momento se llegó a satanizar) hoy día son sinónimos de belleza y masculinidad.

Cuando se habla de *cánones de belleza*, se hace referencia a ese conjunto de características que son socialmente validadas como hermosas o atractivas hacia una persona u objeto. Estas características son diferentes para las culturas y son variables; un ejemplo de lo anterior es el canon de belleza que se conoce en Corea del sur respecto a la tez blanca de las personas y la cirugía de los párpados que son socialmente aceptadas:

La cirugía de doble párpado (o, para darle su nombre formal, blefaroplastia) que, en Corea del Sur, se ha convertido casi en un rito de llegada a la madurez de edad, un calvario que muchas niñas y un número cada vez mayor de hombres, emprenden entre la graduación de la escuela preparatoria y el inicio en la universidad (Yae-Jin Ha, 2019, párr.2)

Lo anterior se basa en que es aceptado socialmente que los ojos grandes y el aspecto occidental es atractivo y genera una buena impresión en los demás, por ello el recurrir a la cirugía estética por parte de los Sur Coreanos se ha hecho cada vez más frecuente debido a que es una estrategia para sobresalir no sólo socialmente sino en el mercado laboral que es tan competitivo. “En este contexto, la problemática sobre la «representación del cuerpo humano»,

sin excluir la cuestión de los «cánones estéticos», posee una importancia capital” (Duch y Mélich, 2005, p.29).

Es así que muchos jóvenes recurren a diversas estrategias para modificar su cuerpo con el fin de ‘encajar’ o ser aceptados socialmente, incluso se asume que “los cuerpos viejos o deformes atraen la atención como contra-modelos; su estigmatización es una manera de rendir homenaje a los cánones de belleza de los cuales ellos se alejan” (Duret y Roussel, 2005, p.9); de ahí que el señalar, estigmatizar, hacer bullying, se convierte en una alternativa para enaltecer esos ideales o cánones de belleza que son ‘socialmente aceptados’ y que no conciben otras maneras de representar el deber ser en la corporeidad humana. En esta línea Raich (como se citó en Esnaola, 2005) en los hombres los cánones de belleza siguen primando el “vigor varonil” que subyace a la fuerza corporal, fundamentalmente focalizada en un torso musculoso y atlético; así se asume que existe de alguna manera mayor presión en las mujeres por alcanzar dichos cánones más que en los hombres. No obstante, estos cánones de belleza van de la mano con la dismorfia corporal, dado que las jóvenes no se auto perciben como bellos en su físico, poseen baja aceptación y tienden a desarrollarla. Conviene considerar que la dismorfia corporal es un trastorno mental que se caracteriza porque la persona no puede dejar de pensar en uno o más ‘defectos’ físicos que ha notado o que le han hecho notar de su cuerpo o apariencia; dicho defecto puede ser menor o incluso imperceptible a los ojos de los demás. Morselli, médico italiano (como se citó en Duch y Mélich, 2005) en 1891 introdujo la expresión «dismorfia corporal». Se trataba de pacientes que sufrían obsesiones con una parte de su cuerpo, lo que les impedía llevar una vida normal. Las partes del cuerpo que con frecuencia se convierten en objeto de obsesión son la nariz, la piel, los ojos, los labios; no obstante, para algunas personas esa

obsesión puede radicar en otra parte del cuerpo como, el pecho, los genitales e incluso, las rodillas.

En este sentido las personas que padecen de dismorfia corporal tienden a obsesionarse con mejorar su apariencia corporal, si se perciben como pasadas de kilos u obesas tienden a realizar todo tipo de actividades para bajar de peso y contar con un cuerpo ‘socialmente aceptado’ incluso muchos jóvenes recurren a las redes sociales con el fin de hallar consejos o rutinas que les permitan alcanzar este ‘ideal’.

La belleza corporal como análogo de la delgadez se expresó como un imperativo indiscutido, llenando las páginas de revistas con avisaje focalizado en el cuerpo que insinuó el beneficio del adelgazamiento al promover cirugías estéticas, operaciones reductivas, suplementos alimenticios, servicios de belleza, masajes reductivos, y otras técnicas. (Olea, 2017, p. 316)

Los ideales de belleza no son construcciones neutrales, sino que responden a determinados patrones sociales y culturales que establecen qué cuerpos son considerados deseables y cuáles son percibidos como alejados de la norma. En este sentido, la asociación entre belleza y delgadez convierte el cuerpo femenino en un objeto susceptible de transformación permanente, sobre el cual recaen expectativas relacionadas con su apariencia y aceptación social. Esta concepción se ve reforzada por los medios de comunicación y, particularmente, por la publicidad, que no solo difunde un modelo corporal específico, sino que también ofrece una amplia variedad de productos, procedimientos y servicios destinados a alcanzar dicho ideal. De esta manera, el cuerpo se convierte en un espacio de consumo y, al mismo tiempo, en un proyecto que debe ser constantemente modificado, corregido y vigilado para aproximarse al modelo de belleza socialmente legitimado. Esta dinámica puede generar en las mujeres la

percepción de que sus cuerpos son insuficientes o inadecuados y que, por tanto, requieren intervención para alcanzar una apariencia considerada socialmente aceptable. Así, la relación entre belleza, delgadez y consumo evidencia cómo los discursos sobre el cuerpo pueden funcionar como mecanismos de regulación social que inciden en la manera en que las personas perciben, valoran y construyen su propia corporalidad.

De acuerdo con Rich (2004) “el trastorno dismórfico presenta paralelismos con el trastorno hipocondríaco, en el sentido de que las personas que sufren uno u otro trastorno presentan la convicción de que tienen un defecto corporal que es inexistente o es exagerado” (p. 20), no sólo es un problema de aceptación personal, también se convierte en una problemática social al sentir que no se ‘encaja’ socialmente. El hecho de no reconocerse así mismo con asertividad frente a la concepción corporal puede redundar en otro tipo de actividades que atentan contra la salud y tienden a mejorar la apariencia física de los hombres y las mujeres, tales como la bulimia o la anorexia o decisiones más radicales como lo es la cirugía estética.

Una cirugía estética, hace referencia al proceso de intervención quirúrgica que se realiza para mejorar la ‘estética’ de una persona, es decir su apariencia, con el fin de que la misma sea más ‘armoniosa’. Se diferencia de la cirugía plástica que tiene por objetivo mejorar o corregir anormalidades de origen genético, adquirido, tumoral o evolutivo que requiera reparación o reposición de la forma corporal y su función (MayoClinic, 2020)

De acuerdo con lo expresado por Mayo Clinic (2020) “el objetivo de la cirugía estética es mejorar la apariencia de una persona, así como su autoestima y la confianza en sí misma. La cirugía estética puede realizarse en cualquier parte de la cara y el cuerpo” (párr.1), es así como no sólo se recibe una mejora en la apariencia, sino que se hace énfasis en la idea en que se recupera la confianza y la autoestima de la persona al contar con un cuerpo ‘socialmente

aceptable', de ahí que “esta cirugía estética encuentra a menudo su justificación en un deber de seducción. El esfuerzo financiero, así como el dolor aceptado son frecuentemente consentidos por otro: se trata de un sacrificio amoroso o a la espera del amor” (Duret y Roussel, 2005, p.11) y ese amor, es el amor propio.

Según indica Esnaola (2005) “las manifestaciones artísticas de la estética corporal son constantes en el cine, en el mundo de la canción y de la moda, en los presentadores/as de TV, en los anuncios de productos light, cosméticos, dietas, cirugía estética, etc.” (p. 184); de ahí que las redes sociales se conviertan en los aliados para promover diversos estándares de belleza tanto de manera natural como aquellos asociados a las cirugías estéticas como alternativa para generar validación personal, social o aceptación.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

En esta sección se presenta el diseño metodológico de la investigación el cual se enmarca en los siguientes tópicos: perspectiva epistemológica, tipo de investigación, método, variables, población, muestra, instrumentos de recolección de información, y finalmente, las técnicas de análisis de datos.

3.1 Enfoque Epistemológico

Se denomina enfoque epistemológico a la fuente del saber que orienta la investigación. De acuerdo con lo planteado por De Berríos y Briceño (2009) “(...) en esta primera dimensión del tratamiento epistemológico en una investigación, es necesaria una distinción gnoseológica, que implica exaltar *la fuente del conocimiento* que da sustento a la investigación que se trate” (p. 48) Es así como en esta línea se define un paradigma el cual se concibe como un modelo, un sistema de creencias o convicciones que posee el investigador con relación a componentes ontológicos, axiológicos, epistemológicos y metodológicos que le guían en la búsqueda o en la generación del conocimiento científico. Para Guardián (2007) un paradigma es:

Es un sistema teórico dominante en la ciencia en cada período de su historia, que organiza y dirige la investigación científica en determinada dirección, también permite el surgimiento de ciertas hipótesis e inhibe el desarrollo de otras (...) (p.60)

De esta manera, con base en lo expuesto, la fuente del conocimiento que sustenta esta investigación es el paradigma histórico-hermenéutico.

El paradigma histórico hermenéutico concibe la ciencia como un sistema que genera comprensiones mediadas por el lenguaje que conducían a procesos interpretativos de la realidad social y humana (Marín, 2009) así el lenguaje se convierte en una herramienta para describir el mundo y los estados internos del sujeto, por tanto el lenguaje es concebido como sentido, es

decir, como un espacio de significatividad cargado de la palabra “(...) que se emite o se escucha y abre consigo todo un horizonte de sentido que invita a ser compartido” (Gama, 2021, p.22)

Este paradigma busca comprender e interpretar fenómenos sociales y culturales a partir de la mirada propia de los participantes, a partir de su lenguaje y palabra, debido a que son ellos mismos quienes comprenden su realidad. Es de resaltar que la “hermenéutica viene del vocablo griego *hermeneia* que significa el acto de la interpretación” (Marín 2009, p.49). En esta misma lógica Dilthey citado por Martínez (2007) expresa que, la hermenéutica permite revelar los significados que se hallan en la conciencia de las personas a través de la palabra; además afirma que todo texto escrito, actitudes, actos y en general todo tipo de expresión del ser humano lo lleva a describir e interpretar significados en el contexto donde ocurre el fenómeno. Para Dilthey (citado por Finol y Vera, 2020) la comprensión interpretativa es un proceso hermenéutico en el cual la experiencia humana depende de su contexto, por lo tanto, el lenguaje científico no es neutral (Finol y Vera, 2020, p.14)

Así el entendimiento de la cultura humana se configura, según esta perspectiva, a partir de la manera en que se interprete su actuar, de ahí que las relaciones establecidas marquen las lógicas del pensamiento y de interacción entre las personas y que resulte necesario comprender e interpretar las mismas. Según el postulado de Gadamer (1999) “*el ser del hombre reside en comprender*” por tanto se requiere de un sujeto consciente capaz de reconocer su historicidad, es decir que la conciencia está mediada por la historia dado que es ésta la que le otorga duración a la conciencia al darse en un momento y lugar determinado y permite además su razonamiento “(...) la conciencia esta mediatizada históricamente. Es la historia la que otorga finitud a la conciencia por ser algo dado. Eso dado, aunque parcialmente es el sentido” (Echeverría, 1997), es así como el presente influye de manera directa en el proceso de interpretación-comprensión,

por tanto, *el sentido del texto le pertenece a él, pero además a quien procura comprenderlo* (Gadamer, 1999) Es así que se incorpora irremediabilmente la dimensión temporal y por tanto se otorga reconocimiento histórico a la experiencia. Para Gadamer el hombre puede pensar y puede hablar, es decir que puede traer a presente lo que no es actual mediante el lenguaje, de tal manera que otro lo pueda ‘ver’; “mirado desde esta perspectiva el sentido cobra dinamismo, por cuanto puede cambiar en función de la conciencia histórica de quien desea comprender” (Gadamer, 1999). Así, el hombre puede comunicar todo lo que piensa y gracias a esa capacidad de comunicarse con las personas es que puede pensar en común, tener conceptos comunes, todo lo anterior está implícito en lo que el autor enuncia que el hombre es el ser vivo que está dotado de lenguaje (Gadamer, 1998)

De esta forma, la experiencia que demuestran las estudiantes en el uso de las redes sociales devela un lenguaje y discurso fundamental para entender la relación de estos con las estéticas corporales desde sus propias voces y además de cómo se van asumiendo miradas, lecturas, apropiaciones, modelos sobre los cuerpos y las estéticas a partir de los discursos que se promueven en las redes.

3.2 Tipo de Investigación

Esta investigación es cualitativa, la cual de acuerdo a lo planteado por Oconor, Zaldúa y Hernández (2011) “(...) rescata la importancia de la subjetividad y ella es la garante y el vehículo a través del cual se logra el conocimiento de la realidad humana” (p. 46), de otro lado Galeano (2004) considera que la investigación cualitativa “(...) apunta a la comprensión de la realidad como resultado de un proceso histórico de construcción a partir de las lógicas de sus protagonistas con una óptica interna y rescatando su diversidad y particularidad” (p.8). Este enfoque va más allá de la simple recolección de datos, ya que implica un esfuerzo metodológico

y teórico basado en un cambio paradigmático significativo; se centra en la interpretación y clasificación de situaciones observadas desde dentro de los sujetos mismos, valorando la subjetividad, la intersubjetividad y la interacción entre los actores sociales. La investigación cualitativa se caracteriza por su flexibilidad, creatividad y capacidad para adaptarse a las particularidades de cada proceso, promoviendo una comprensión holística de los escenarios, personas, grupos y organizaciones (Galeano, 2012)

De acuerdo con la pregunta de investigación y el proceso aquí expuesto, el *enfoque cualitativo*, “busca comprender – desde la interioridad de los actores sociales- las lógicas de pensamiento que guían las acciones sociales. Estudia la dimensión interna y subjetiva de la realidad social como fuente del conocimiento” (Galeano, 2004, p.18). En consecuencia, la participación de las estudiantes es importante debido a que a partir de sus lógicas y respuestas se construyen nuevas propuestas; es así como dentro del proceso investigativo se trata de garantizar la interacción teórica práctica de acuerdo con las estrategias propuestas que se han aplicado a fin de generar la información necesaria para responder a la pregunta de investigación planteada.

3.3 Método

El método al cual se acude en esta investigación es *Análisis de las prácticas discursivas*, lo cual hace alusión a la relación que existe entre la descripción que se realiza de una situación con el fin de interpretarla y adentrarse en ella con el ánimo de comprenderla y posteriormente desarrollar estrategias de intervención. Foucault (citado por Hellemeyer, 2012) sostiene que, existe un orden discursivo que sustenta determinadas prácticas de poder y, a partir de ellas, produce formas específicas de subjetividad. Desde esta perspectiva teórica, el sujeto no es el origen de la verdad, sino que se configura como un efecto del discurso, el cual lo constituye y lo define como tal.

Es así como el análisis de los discursos que reciben las jóvenes en las redes sociales y las afectaciones que se suscitan en ellos a partir de la información que reciben, la imagen, los likes, los mensajes, la moda, los estilos de vida propios y de otros, los referentes de la belleza válidos de acuerdo con sus constructos e imaginarios se constituyen en asunto de análisis para esta investigación.

El discurso y los códigos del lenguaje emergen como una dimensión simbólica, que va más allá de lo oral donde está lo que se dice, pero también lo que no se dice. Es necesario comprender que hay nuevas prácticas discursivas que se desarrollan en las relaciones interpersonales, el ámbito público y el ámbito académico (Foros, redes sociales, blogs, prensa digital, portales educativos, bibliotecas virtuales y webs institucionales). Así el Análisis del Discurso “(...) explora las relaciones entre los textos y la realidad haciendo visibles los discursos, sus puntos de origen, como ellos fluyen, y que los acompañan” (Urra, Muñoz y Peña, 2013, p.50)

En las prácticas discursivas cotidianas, las personas apoyan sus afinidades o diferencias que al justificarlas y racionalizarlas se asume posición en estas relaciones de poder e ideologías.

(...) los discursos, como prácticas fundamentales, entre otras que realizan los sujetos, sirven para producir y reproducir tanto la solidaridad, la paz, como la violencia y la guerra. La producción, reproducción, resistencia se dan en los discursos de forma explícita, implícita, y sus efectos pueden ser inmediatos o mediatizados, de corto o largo alcance, como en el caso de las firmas de paz o las declaraciones de guerra, macroactos discursivos tan frecuentes en nuestro mundo actual. (Haidar y Rodríguez, 1996, p.73)

Es así como la violencia digital, puede ser el resultado de una práctica discursiva que ‘justifica’ una posición frente a un hecho, suceso o estereotipo.

3.4 Sujetos participantes

Para esta investigación se definen los siguientes sujetos participantes:

- Estudiantes adolescentes mujeres de las instituciones educativas Colegio Franciscano Palermo de San José del municipio de Envigado (de carácter privado) y Ramón Múnera Lopera (de carácter público) de la ciudad de Medellín.
- Las jóvenes pertenecen al grado décimo y once y sus edades oscilan entre los 15 y los 19 años en promedio.
- En total se cuenta con la participación de 53 estudiantes; 26 de ellas pertenecen al colegio Franciscano Palermo de San José y 27 al Colegio Ramón Múnera Lopera.
- En términos generales las estudiantes poseen un desarrollo promedio, acorde a su edad y nivel escolar, con base en el proceso de caracterización estudiantil realizado por las instituciones.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de información

Entre las técnicas de recolección de información se acudió en primer lugar a la observación, la cual “(...) consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta; que puede permitir analizar conflictos sociales” (Hernández, Fernández y Baptista 1997, p.179). Todo el tiempo se contó con la mirada crítica y analítica de la investigadora, quien estuvo atenta a los hechos que ocurrían durante el proceso.

La observación, favorece el identificar en tiempo real un comportamiento o acontecimiento por la persona o personas que lo viven. Vélez y Galeano (2002) consideran que a través de la observación es “(...) posible obtener la información del comportamiento tal y como ocurre porque proporciona información que de otra manera sería imposible de obtener” (p. 41),

de ahí que a partir de la interacción con los participantes sea posible establecer una mirada crítica del hecho que es estudiado.

De igual manera se considera *La Encuesta*, la cual emplea el cuestionario como instrumento para conocer una realidad a través de preguntas debidamente formuladas, “(...) el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos de un proyecto de investigación” (Bernal, 2016, p.245). Así la encuesta emplea el cuestionario como instrumento para conocer una realidad a través de preguntas debidamente formuladas (*Ver Anexo 1. Cuestionario*)

3.6 Técnicas de Análisis de datos

Los datos fueron analizados de manera rigurosa y organizada. Las respuestas que se obtuvieron de la encuesta fueron consignadas en una hoja de cálculo de Excel que permite su visibilización, trazabilidad y análisis, además de hallar coincidencias en las mismas que pudieron llevar a graficar la información.

Posteriormente, se realizó *la triangulación*, el cual es un proceso que se basa en la confrontación y validación de la información obtenida por medio de las técnicas e instrumentos seleccionados. De acuerdo con Mora (2005) “A través del proceso de triangulación se llega a contrastar y a validar la información obtenida mediante diversas fuentes” (p.72). Este proceso de triangulación se realizó luego de obtener la información recolectada, lo cual permitió comparar entre sí los datos relacionados con la búsqueda investigativa para validarlos posteriormente. Para el caso de esta investigación, se cruzan las respuestas obtenidas en la encuesta y para el análisis se tiene en cuenta la observación que se realiza con referencia a los diferentes ejes temáticos, de esta manera se genera una trazabilidad de información y se confronta con base en la experiencia.

Durante el análisis se graficó la información, debido a que las ilustraciones de los resultados de este ejercicio facilitan la comprensión de los datos recopilados a partir de su visualización; así se comprende y explica la información orientada a responder a los objetivos planteados.

La obtención y el tratamiento de la información se dio de manera simultánea, debido a que el análisis se realizó posterior a su registro; los medios que se utilizaron para el registro fueron: cámaras, video, celulares y otras herramientas similares que podrían convertirse en excusa para el diálogo (modelo, capacidad, resolución). Otra evidencia, fue el consolidado del material escrito aplicado a las estudiantes el cual se representa en los resultados de la encuesta.

3.7 Fases del Diseño de Investigación

De acuerdo con lo planteado por Lewin (1947), la investigación acción comprende tres etapas; sin embargo, en la actualidad existen otros autores que hacen referencia a los modelos procedimentales, Pérez Serrano (1998) considera cuatro pasos o fases a seguir: diagnosticar o descubrir una preocupación temática problema; construcción de un plan de acción; puesta en práctica del plan y observación de su funcionamiento; reflexión, interpretación e integración de resultados.

Para efectos de esta investigación y con base en lo planteado por Pérez Serrano (1998) se definen las siguientes fases:

Fase Inicial (Diagnostico): Se inició un proceso de observación y análisis en las instituciones educativas Palermo de San José del municipio de Envigado y Ramón Munera Lopera de la ciudad de Medellín. Se identificaron las características del contexto y la población y se ha determinado que las estéticas corporales asociadas al uso de redes sociales van en aumento con el pasar del tiempo.

Fase de planificación: teniendo en cuenta el diagnóstico realizado se inicia un proceso de búsqueda en el cual se plantea la investigación de la mano con el proceso académico desarrollado en la maestría; se define el problema, se construye la ficha general del proyecto y cuáles son las apuestas en materia de investigación.

Fase de acción (Puesta en práctica del plan y observación de su funcionamiento): En este aparte se contemplan el diseño y aplicación de instrumentos como la encuesta y la observación el contexto y la realidad social. Se adelantan las siguientes acciones:

- Recolección y análisis de datos.
- Sistematización y evaluación del impacto de los instrumentos aplicados.

Fase de reflexión (Interpretación e integración de resultados: Al final, luego de la sistematización y el análisis de datos, se consideran los resultados obtenidos y las conclusiones del trabajo desarrollado. De igual manera se establecen recomendaciones o modificaciones si este fuese el caso para una continuidad del proyecto.

3.8 Consideraciones éticas

A continuación, se abordan los principios éticos que guían el desarrollo del presente proyecto de investigación. Se consideran principios fundamentales como el respeto a los derechos de los sujetos participantes, la confidencialidad de la información, el consentimiento informado y la integridad en el manejo de los datos. Garantizar el cumplimiento de estos principios es primordial para asegurar una investigación responsable, transparente y respetuosa con los derechos humanos.

Inicialmente, se socializa con las directivas de las instituciones educativas la investigación, sus objetivos, alcance y el porqué de la vinculación de las estudiantes a este proceso; se firma un consentimiento informado institucional. Posteriormente, se socializa con las

estudiantes la investigación y qué es lo que se pretende con la misma, se disipan dudas e inquietudes que pudieron surgir en la socialización; posteriormente se diligencia el consentimiento informado el cual es firmado por la población participante y los padres de familia.

Con el ánimo de alcanzar los objetivos propuestos, la información es presentada con claridad y transparencia, dentro de parámetros claves como el respeto, la responsabilidad, flexibilidad, apertura al cambio, la valoración de conocimientos, confianza para que los sujetos participantes se expresen con libertad y sea posible argumentar posturas y así las ideas tengan solidez y rigor en el proceso adelantado. La información recolectada ha sido utilizada únicamente con fines académicos y no genera perjuicio para las participantes. Así ha sido entendido por la comunidad educativa de las instituciones participantes a quienes se les pidió consentimiento para realizar la investigación en cabeza de sus coordinadores académicos y padres de familia.

De igual manera se dio a conocer a los sujetos participantes que la información suministrada es utilizada únicamente para los fines descritos en la investigación, sin que los participantes adquieran contraprestación alguna; los nombres son reemplazados con seudónimos, excepto que los sujetos elijan algo diferente.

Al inicio de la investigación, se programó un encuentro informativo con los sujetos participantes, con el propósito de dar a conocer la investigación y las implicaciones del proceso. Conocida la investigación, su alcance, objetivos, las estudiantes diligenciaron el consentimiento informado (*Ver anexo 2*) en el cual se exponen generalidades del proceso de investigación y se establecen acuerdos para su desarrollo y vinculación a la misma.

3.8.1 Criterios de inclusión

- Estudiantes matriculadas y asistentes a la Institución educativa Franciscano Palermo de San José y Ramón Múnera Lopera.
- Estudiantes matriculadas en los grados décimo y once.
- Expresar de manera directa su deseo de participar en la investigación y diligenciar el consentimiento informado por parte de ellas y sus padres o tutores además de aportar información veraz al proceso investigativo.
- Que cuenten con capacidad cognitiva para comprender los instrumentos de recolección de datos y el alcance de la investigación.
- Asumir durante todo el proceso actitudes de respeto hacia sí mismas, hacia los demás y hacia el proceso investigativo.

3.8.2 Criterios de exclusión

- Estudiantes que no se encuentren matriculadas o que no asistan con regularidad a las instituciones educativas mencionadas.
- Estudiantes de grados diferentes a décimo u once.
- Participantes que no otorguen su consentimiento informado.
- Asumir actitudes que entorpezcan el proceso o atenten contra la seguridad, el respeto o la honra de otro sujeto participante.
- Personas que presenten dificultades de comprensión severas (cognitivas, comunicativas o del lenguaje) que impidan participar de manera adecuada en las técnicas de recolección de información.

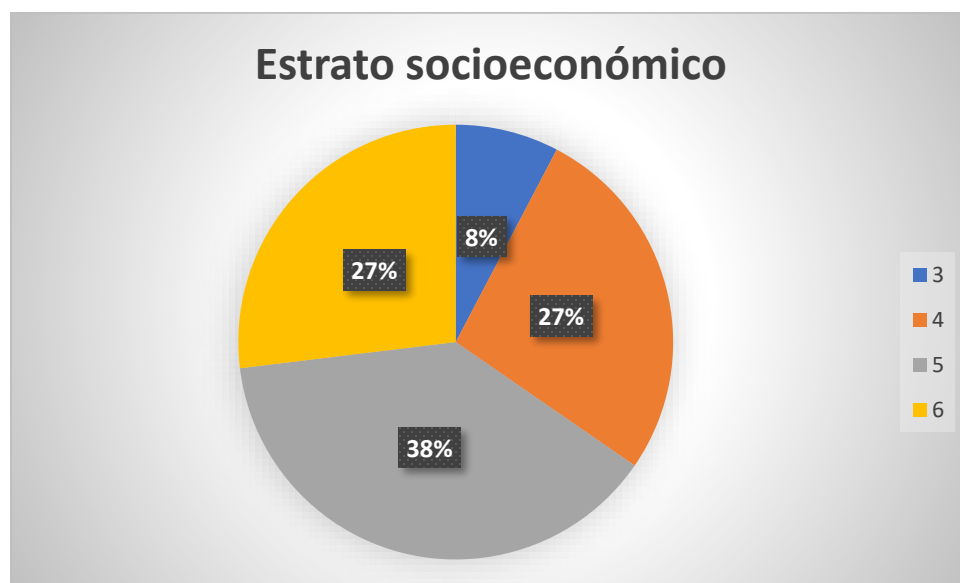
Capítulo 4. Hallazgos

A continuación, con base en los datos obtenidos en la aplicación de instrumentos, se presentan los hallazgos. De estos se da cuenta en primer lugar, por cada una de las instituciones, IE Ramón Múnera Lopera e IE Colegio Franciscano Palermo de San José, haciendo además un análisis comparativo de las mismas. Antes de ello, se presenta un contexto general de cada una de ellas.

4.1 Colegio Franciscano Palermo De San José

El carácter de esta institución es privada, ubicada en el municipio de Envigado, es mixta desde el año 2014 cuando se da el ingreso de varones, lo que hace que su población sea principalmente femenina con estudiantes en su mayoría provenientes de estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6.

Ilustración 3 *Estrato socioeconómico de las estudiantes*

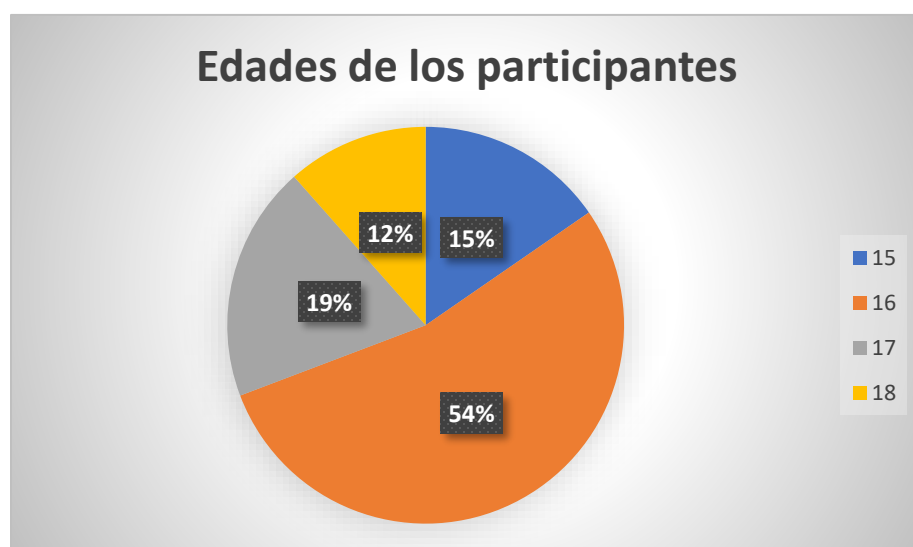


Nota. En la ilustración 3 se muestra la distribución de las estudiantes de la Institución educativa Colegio Franciscano Palermo de San José respecto a su estrato socioeconómico. Construcción propia.

Es importante señalar que, al tratarse de una institución educativa de carácter privado, el colegio refleja en gran medida la capacidad adquisitiva de las familias que lo conforman. Esta condición económica influye directamente en su localización geográfica, la cual se caracteriza por estar situada en zonas más exclusivas, generalmente alejadas del centro urbano y con un entorno más campestre. Dichas características no solo evidencian ciertas dinámicas de segregación socioespacial, sino que también inciden en las experiencias educativas, sociales y culturales de las estudiantes.

Las estudiantes que participan en este estudio pertenecen a los grados décimo y once en igual porcentaje (50%) y en su totalidad son de género femenino al igual que su nacionalidad que es colombiana. Las edades de las participantes oscilan entre los 15 y 18 años, contando con mayor número de participantes con 16 años (54%).

Ilustración 4 *Edades de las participantes*



Nota. En la ilustración 4 se presenta la distribución por edades de las participantes que pertenecen al Colegio Franciscano Palermo de San José. Construcción propia.

En cuanto a su orientación sexual, el 92% se reconoce como heterosexual, mientras que el 8% se reconoce como bisexual. El 96% de las estudiantes manifiestan tener celular y en su totalidad expresa que cuenta con servicio de internet en sus hogares lo cual les permite acceder con facilidad a la web, no obstante, recurren a otras conexiones cuando se encuentran por fuera de casa accediendo a la red wifi-pública de la Institución Educativa a la que pertenecen o al servicio de internet de amigos o familiares.

4.1.1 Redes sociales

La totalidad de las estudiantes indica que cuenta con redes sociales, ante la pregunta de cuál red social utilizan, expresan que usan *Instagram* en un 65%, *WhatsApp* en un 19% y *Tik Tok* y *YouTube* en un 8% respectivamente. Al preguntar a las participantes que categoricen el uso de redes sociales de mayor a menor importancia indicando las tres redes sociales que más prefieren, expresan que la red social más importante para ellas es *Tik Tok* en un 42%, *Instagram* con un 26%, *WhatsApp* en un 15% y otras en menor relevancia (*Pinterest*, *YouTube*) en un 17%. Respecto a las razones por las cuales prefieren esta red social sobre las demás indican: *Tik Tok*, porque es entretenida, por variedad de contenido, porque quita el aburrimiento, porque se accede con facilidad a múltiple contenido; *Instagram*, porque les gusta, porque es entretenida, porque el público es joven y porque les permite compartir el día a día; *WhatsApp*, porque en términos generales facilita la comunicación con personas de interés (familiares y amigos); el uso de las demás redes es variado y depende del gusto de los participantes como el acceso a contenido o intereses particulares.

Acerca de la frecuencia con la cual las jóvenes usan las redes sociales, el 96% indica que lo hace todos los días, mientras que el 4% expresa que lo hace de vez en cuando. Respecto al tiempo que dedican a navegar en las redes sociales, el 58% indica que emplea entre 3 y 5 horas al

día, el 31% entre 2 y 5 horas y el 11% expresa que emplea más de 6 horas al día lo cual es un porcentaje bastante alto teniendo en cuenta la duración de la jornada académica y la asignación de deberes extra-clase que realiza la Institución Educativa.

Ilustración 5 *Tiempo que dedican las participantes a navegar en redes sociales*



Nota: En la ilustración 5 se presenta el número de horas que, según las estudiantes que proceden del Colegio Franciscano Palermo de San José, dedican al día a navegar en redes sociales. Construcción propia.

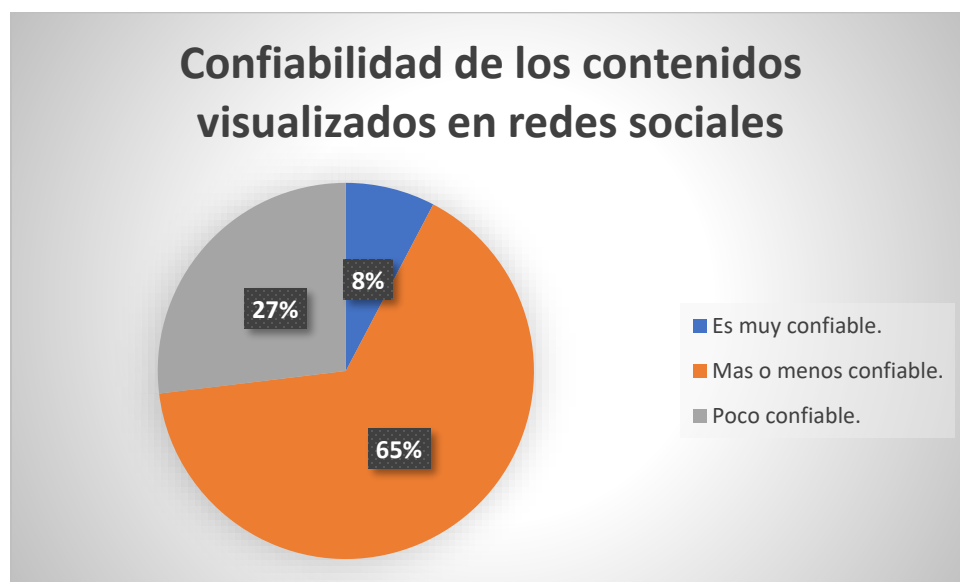
Al preguntar a las estudiantes acerca de las razones por las cuales utilizan las redes sociales, el 77% afirma que por esparcimiento u ocio; el 12% indica que para estar informadas acerca de sus artistas favoritos o noticias de farándula; el 8% expresa que usa las redes para estar informadas acerca de noticias de actualidad; mientras que el 4% indica que sólo lo hace por temas académicos.

Al preguntar a las estudiantes si siguen *Influencers*, el 69% respondió que Si, sin que se identifique una tendencia marcada frente a un seguimiento específico; de hecho, no existen coincidencias en nombres, pero si en tendencias relacionados con mujeres que hablan de moda, maquillaje y accesorios, entre otros.

Acerca de la pregunta de si siguen *YouTubers*, el 38% expresa que sí, mientras que el 62% afirma que no lo hace, sin que se identifique una tendencia marcada en contenido, sólo indican depende de gustos o intereses particulares en temas y contenidos. El 62% expresa que sigue celebridades, respecto a las razones de estas preferencias indican que son cantantes o actores que les gustan y disfrutan siguiendo los contenidos que comparten y su estilo de vida; los nombres de las celebridades son variados no existe una tendencia clara, sin embargo, si se marca tendencia en que sean actores o cantantes.

En cuanto a la confianza que les ofrece los contenidos visualizados en redes sociales se observa que en su gran mayoría se duda de la confiabilidad que ofrecen las redes sociales, no obstante, este dato contrasta con el tiempo que se permanece navegando en las diferentes aplicaciones y las razones por las cuales se hace (en su gran mayoría ocio)

Ilustración 6 *Confiabilidad de los contenidos visualizados en redes sociales*



Nota: En la Ilustración 6 se presentan las respuestas de las participantes del Colegio Franciscano Palermo de San José frente a la pregunta de cuanto confían en los contenidos que visualizan en redes sociales.

A partir de las respuestas de las participantes, se visualiza cómo las redes sociales consolidan espacios claves en la vida cotidiana de las jóvenes, no sólo como medios de comunicación e interacción sino como escenarios donde se configuran prácticas, gustos y formas de autoexpresión

4.1.2 Estéticas Corporales

Al indagar en las estudiantes si tienen algún ideal de belleza frente a su cuerpo, el 77% responde que sí, mientras que el 23% indica que no. Al preguntarles a las participantes, qué tan satisfechas se sienten con su cuerpo, el 73% expresa que se siente entre satisfecha (50%) y muy satisfecha (23%), frente a las razones, en su gran mayoría argumenta que se valoran a sí mismas y destacan algunas características físicas que las hacen sentir orgullosas; no obstante, algunas respuestas que se dan en ‘satisfecha’ explican que sienten que les hace falta trabajar más en su cuerpo o que les gustaría cambiar algunas cosas para sentirse mejor. Antes las respuestas ‘poco’ o ‘más o menos’ prefieren no responder el porqué de su respuesta.

Ilustración 7 Satisfacción personal con el cuerpo



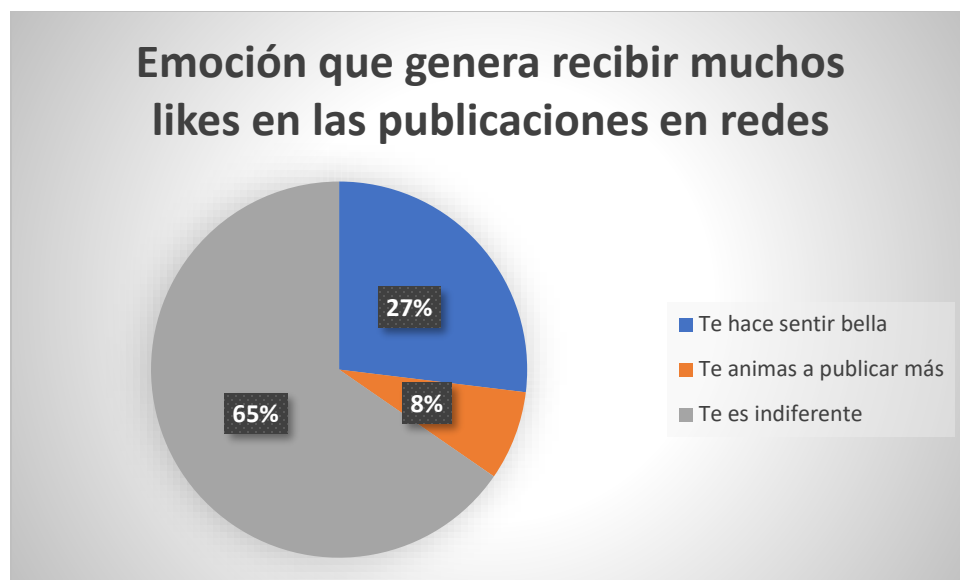
Nota. En la ilustración 7 se exponen las respuestas de las estudiantes frente a la pregunta de qué tanto se sienten satisfechas con su cuerpo. Construcción propia.

Ante la pregunta de qué cambiaría de su cuerpo y por qué, el 38% dice que nada; esto contrasta un poco con la respuesta de que tan satisfechas se sienten con su cuerpo, dado que es menor el porcentaje que indica que no cambiaría nada frente al porcentaje que dice sentirse satisfechas con su cuerpo (73%); respecto a las razones la gran mayoría prefiere no responder, quienes lo hacen, argumentan que tomarían esta decisión con el fin de arreglar la cara, la nariz o que tonificarían un poco más su físico.

Frente a la pregunta de qué cambiarían de su cuerpo el 12% expresa que nada; se resalta que el 35% no responde esta pregunta; el 53% mencionan algunas partes del cuerpo como cintura, nariz, pelo, ojos, como aspectos que no modificarían. Este último dato contradice un poco la pregunta anterior dado que se evidencia que el porcentaje de estudiantes que se siente bien con su cuerpo es inferior al 73%.

Al indagar en las estudiantes los aspectos que tienen en cuenta al publicar una selfie, la mejor pose resalta con un 62%, mientras que el resaltar rasgos de tu cuerpo se ubica en un 27% y estar de viaje en un 11%. Al preguntar a las estudiantes que si están pendientes de los *likes* que obtienen sus publicaciones el 81% expresa que No explicando en algunos casos que les da igual; no obstante, llama la atención que en un alto porcentaje se cuiden algunos aspectos al momento de subir una *selfie*, si en su gran mayoría no importan los *likes* y no les es importante. Al preguntar cuáles de las publicaciones en redes obtienen muchos *likes*, el 38% no responde esta pregunta; los argumentos son variados y no marcan una tendencia, expresiones como que no están pendientes de *likes*, o que si publican acerca de un lugar bonito o la foto de perfil.

Ilustración 8 *Emoción que genera en las participantes el recibir muchos likes en redes*



Nota. En la ilustración 8 se presentan las emociones que dicen sentir las estudiantes cuando reciben muchos likes en las redes sociales a partir de una publicación.

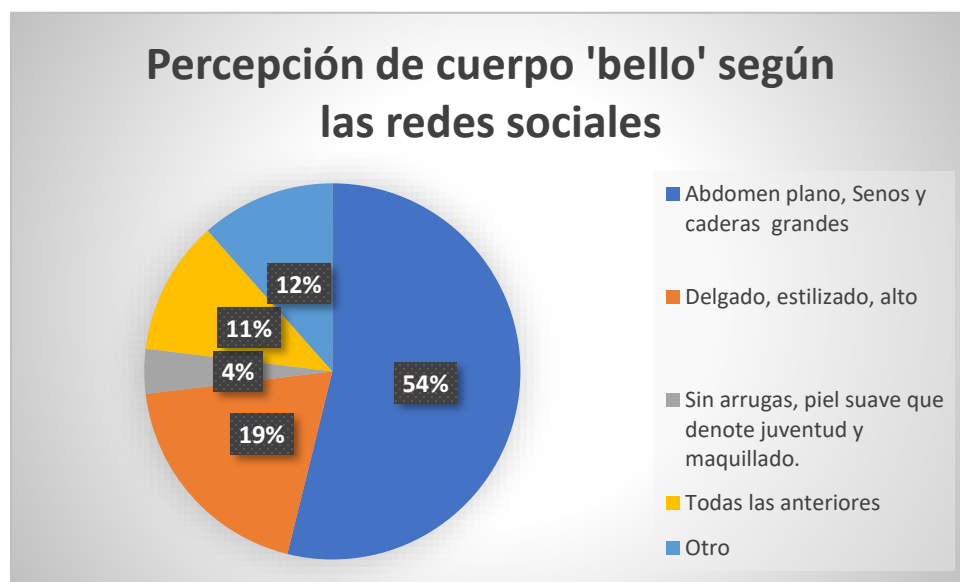
Las redes sociales se han convertido en escenarios de reproducción y difusión de estéticas corporales que responden a estándares de belleza idealizados, muchas veces inalcanzables. Aunque en muchas de las respuestas pareciera que dichos estándares no afectan a las jóvenes, al contrastar con otras respuestas se observan contradicciones que invitan a realizar un análisis de esta situación.

4.1.3 Violencia digital

Algunos contenidos digitales han generado emociones en las estudiantes, relacionados con dolor, felicidad, tristeza, ansiedad; las cuales invitan a asumir patrones o identificarse con los mismos, lo cual influyen en su autoconcepto.

Al preguntar a las jóvenes qué emoción les genera que sus fotos no reciban muchos *likes*, el 88% expresa que le es indiferente, el 8% expresa que se desanima y no publica más y el 4% expresa que se siente insegura. Al preguntar a las estudiantes, según las redes sociales cuál sería un cuerpo bello, respondieron:

Ilustración 9 Percepción de cuerpo 'bello' según las redes sociales



Nota. En la ilustración 9 se presentan las percepciones de las estudiantes frente a lo que ellas consideran que para las redes sociales es un cuerpo 'bello'. Construcción propia.

Se destaca que un cuerpo delgado, estilizado pero voluptuoso es un tipo de belleza que se sobresale en redes sociales según las percepciones de las estudiantes. Al indagar acerca de si sus cuerpos se acercan a ese estándar de belleza que se promueve en redes sociales el 42% expresa que sí; el 38% considera que no y el 20% no responde. Al preguntarles si les afecta que su cuerpo no se acerque al estándar de belleza que se promueve en redes el 23% dice que si, el 54% dice que no y el 23% no responde.

Al preguntar a las participantes, si algún tipo de contenido publicado en las redes sociales y relacionado con su cuerpo, su imagen, les ha causado alguna emoción en particular, las jóvenes expresan felicidad en un 23%; ansiedad en un 15%, tristeza en un 8% y otra un 54%, aunque al momento de solicitar claridad acerca de esta respuesta expresan en su gran mayoría que no les afecta. Al preguntar acerca de la afectación que puede generar en ellas los comentarios que se

reciben en redes sociales, el 58% dice que no les afecta, el 27% destaca que les afecta positivamente, mientras que el 15% expresa que les afecta negativamente.

Al preguntar a las estudiantes si se han sentido lastimadas con relación a su autoestima en alguna de estas redes sociales, el 69% considera que en ninguna; en *Tik Tok* el 15%; en *X* (antes *Twitter*) 4%; en *WhatsApp* el 8% y, en otra 4% (mas no se especifica la forma o de qué manera se sintió lastimada). El 15% de las estudiantes sostienen que pudieron sentirse lastimadas debido a los cuerpos ‘perfectos’ o los estereotipos que se presentan en redes sociales y se sintieron mal por no poder alcanzar los mismos; no se especifican otras causas que pudieron generar malestar en las participantes.

Ante la pregunta sobre si les han hecho comentarios acerca de su aspecto o de su imagen, el 27% respondió que Sí, mientras que el 50% responde que No; el 23% no responde; sin que se especifique el tipo de comentarios que se han recibido. Ante la pregunta de si el contenido que visualizan en redes sociales les ha generado insatisfacción con su propio cuerpo, el 38% expresa que Sí; al indagar acerca del tipo de contenido, de este porcentaje el 42% expresa que se ha sentido mal debido a los estereotipos que se promueven en redes acerca de lo que implica tener un buen cuerpo, mientras que el 50% expresa que se ha sentido mal al ver que se aplaude el hecho de ver una mujer que es delgada como sinónimo de belleza, el 8% responde Otro sin dar mayor detalle.

Al preguntar a las jóvenes si se han sentido mal con su cuerpo luego de pasar un buen rato navegando en redes sociales, el 38% expresó que Sí, mientras que el 62% expresó que No. De este porcentaje, sólo el 60% indicó por qué se ha sentido mal y sus explicaciones se basan en ver otras formas o estándares que difícilmente podrán igualar.

4.1.4 Seguridad en redes sociales

El 81% de las estudiantes manifestó que alguna vez ha revisado la configuración de privacidad de las redes sociales que utiliza, mientras que el 19% no lo ha hecho. Las estudiantes expresaron que es muy importante su privacidad y también protegerse de comentarios malintencionados o pasados, de personas que pretenden herir o criticar y que por ello buscan cuidar sus publicaciones; sin embargo, hay quienes admiten que no les interesa revisar este tipo de configuraciones.

Con base en lo anterior podría decirse que en términos generales las estudiantes se preocupan por la privacidad de sus perfiles. Al indagar acerca de las razones por las cuales configuran sus redes como privadas, exponen que de esta manera pueden tener el control de quienes visualizan sus perfiles, que no desean exponerse a riesgos y porque valoran su privacidad.

Al preguntar a las jóvenes si han recibido mensajes o llamadas a través de los cuales les han insultado, amenazado o intimidado, el 77% responde que No mientras que el 13% responde que Sí; ante la pregunta de si en algún momento han sido amenazadas con publicar fotos íntimas en la web el 96% expresa que No y el 4% que Sí, el mismo porcentaje indica que no les han suplantado la identidad en las redes (96%) y el 4% indica que Sí. Ante la pregunta de si se ha difundido montajes de videos o imágenes sexuales con el rostro de las adolescentes o cuerpo a través de las redes sociales, correo electrónico o *Whatsapp* la totalidad de las estudiantes manifestó que No.

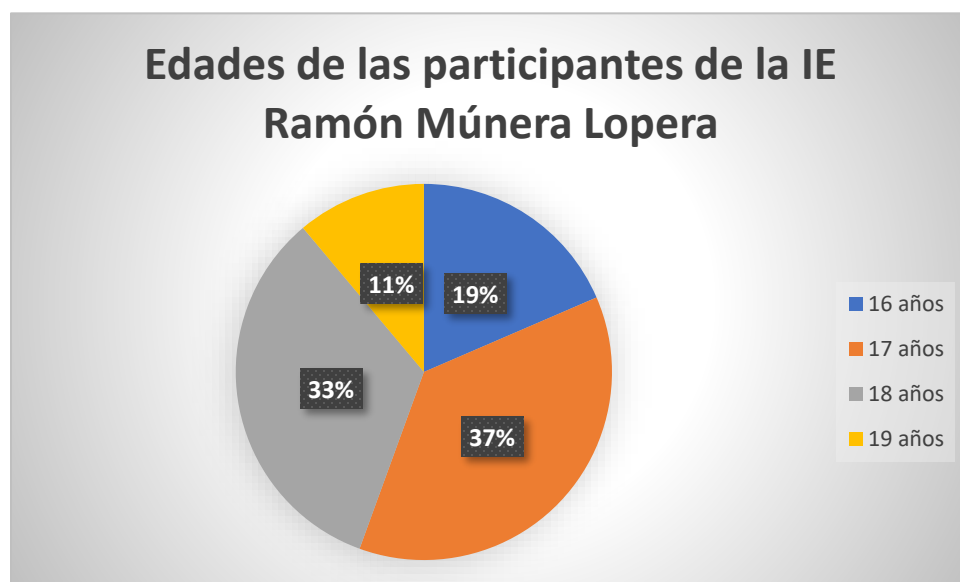
Al indagar en las jóvenes si alguien les ha enviado fotos o videos de contenido sexual sin que lo hayan solicitado, el 19% dice que si y el 81% menciona que no. En esta misma línea al indagar si personas desconocidas les han solicitado a través de redes sociales contenido de tipo sexual, el 27% menciona que Sí han recibido esa solicitud. El 85% de las jóvenes manifiestan que

saben qué es el ciberacoso y lo definen de manera general como el acoso a través de redes sociales, de hecho, el 12% expresa haber vivido situaciones de ciberacoso sin que expliquen la forma en qué se dio o como se afrontó. El 54% de las jóvenes dicen saber qué es la violencia digital y la definen como esa agresión que se realiza a las personas a través de redes sociales, al preguntarles si han vivido situaciones de violencia digital, el 16% responde *maybe* (tal vez) pero no explican el hecho. Ante la pregunta de si las jóvenes conocimiento para denunciar situaciones de ciberacoso o violencia digital el 38% expresa que Sí, mientras el 62% indica que No.

4.2 Institución Educativa Ramón Múnera Lopera

La totalidad de las estudiantes cursan grado once y pertenecen a una institución de carácter público. Se reportan en total 27 respuestas de estudiantes que son de género femenino. En cuanto a la nacionalidad, el 96% son colombianas, mientras que el 4% son extranjeras (venezolanas); sus edades oscilan entre los 16 y los 19 años distribuidos de la siguiente forma:

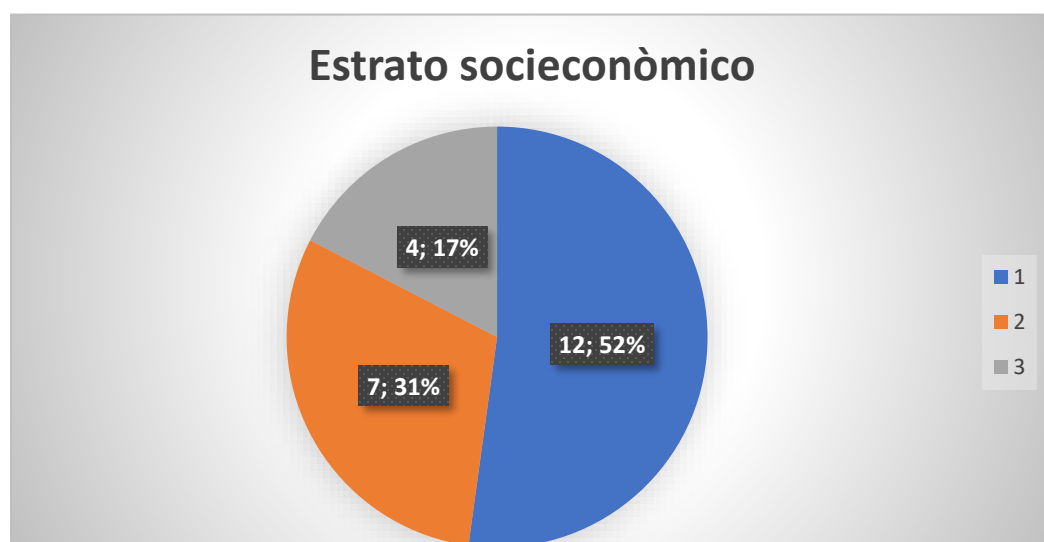
Ilustración 100 *Edades de las participantes de la IE Ramón Múnera Lopera*



Nota. En la ilustración 11 se presenta la distribución por edades de las participantes que hacen parte de la IE Ramón Múnera Lopera.

Respecto a la orientación sexual de las estudiantes el 70% se identifica como heterosexual, el 9% se cataloga como bisexual; mientras que apreciaciones como lesbiana o ‘ninguna’ se miden cada una con el 17%; el 4% prefiere no decirlo. Acerca de estas respuestas, si bien un porcentaje significativo de estudiantes expresan que su orientación sexual es la heterosexualidad, el 4% no da una respuesta contundente frente a esta pregunta ya sea porque omite la respuesta o porque expresa con firmeza que no desea decirlo, esta situación puede dar a entender que parte de las involucradas aún no definen su orientación sexual, se encuentran en dicho proceso o a pesar de tenerlo claro prefieren no comunicarlo.

Ilustración 11 *Estrato socioeconómico de las estudiantes*



Nota. En la ilustración 12 se presenta la distribución de las estudiantes por estrato socioeconómico.

Respecto al estrato socioeconómico al cual pertenecen las estudiantes se evidencia que en su mayoría (12%) dicen pertenecer al 1, situación que presenta relación con la procedencia de la mayoría de las estudiantes del colegio público y por ende de zonas de la ciudad un poco más vulnerables. El 100% de las estudiantes manifiestan tener celular, mientras que el 97% expresa

tener internet en sus hogares; del 3% restante que expresa no contar con este servicio, manifiestan conectarse desde la casa de algún amigo.

4.2.1 Redes sociales

La totalidad de las estudiantes manifiestan que conocen qué es una red social, además expresan que las utilizan en algún momento, siendo las más utilizadas en su orden *WhatsApp* (48%), *Facebook* (18%), *Instagram* (15%), *Tik Tok* (15%), *YouTube* el 4%; se observa mayor predilección por *WhatsApp* y *Facebook*, en algunos momentos las estudiantes expresan que dicha preferencia se debe a la posibilidad que presentan estas redes de compartir imágenes, audio y video, además de hacer comentarios con facilidad y dar likes; estas redes les son fáciles de utilizar. Al indagar a las estudiantes acerca de las razones que los motivan a utilizar las redes sociales, el 10% de ellas manifiestan que es una manera de entretenerse o distraerse de sus actividades, el 13% considera que es una manera de comunicarse con otras personas y estar informadas de diversos sucesos; otras razones más dispersas y en menor porcentaje se relacionan con gusto personal, seguir a artistas famosos o simple diversión. Respecto a la periodicidad de uso de las redes el 98% expresó que lo hace todos los días, mientras que el 2% indica que sólo lo hace algunos días de la semana.

Ilustración 12 *Tiempo destinado a navegar en redes sociales*



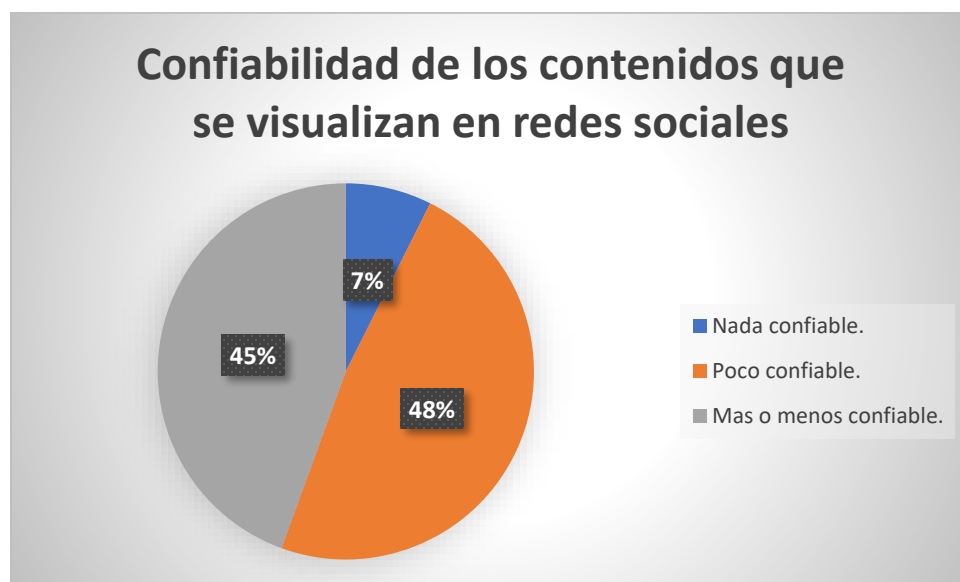
Nota. En la ilustración 13 se presenta el tiempo que dedican las jóvenes a navegar en las redes sociales.

Respecto al tiempo que destinan al uso de redes, el 75% expresa que emplea entre 3 y 5 horas, el 7% expresa dedicar más de 6 horas y el 18% entre 1 o 2 horas; Las razones por las cuales se utilizan las redes el 35% expresan que, por entretenimiento u ocio, el 27% expresa que con el fin de estar informado acerca de noticias de farándula y sus artistas preferidos, por conocer de noticias el 9% y por temas académicos el 4%.

Al preguntar a las estudiantes si siguen influencers, el 75% respondió que Sí, sin que exista una tendencia marcada frente a alguien específico; sin embargo dentro de las razones para seguir a estos *influencers* u otros se destacan razones que van desde lo entretenidos que resultan sus contenidos hasta afirmaciones más concretas que se relacionan con publicaciones que contribuyen al mejoramiento de la calidad o estilo de vida de las personas o comparten tendencias en moda, maquillaje, ejercicios o porque se identifican con ellos en aspectos como humildad, calidad humana, seguridad o naturalidad.

Respecto al seguimiento de *YouTubers*, el 54% dijo que No sigue a alguno mientras que el 46% indica que Sí; nuevamente las tendencias frente a una persona específica no son marcadas, así como las razones que los motivan a seguirlos que van de un simple gusto personal, hasta su discurso motivacional o identificación con ideas o ritmo de vida. Al indagar si siguen celebridades el 81% dice que Sí, mientras que el 19% indica que No lo hace, al pedirles que especifiquen a qué celebridades siguen el abanico se abre en posibilidades y tampoco se identifica una tendencia. Se destacan personalidades como cantantes, actores, futbolistas y las razones por las cuales son seguidos en su gran mayoría es por su estilo de vida (51%) seguida de explicaciones como por el contenido publicado, su ropa, maquillaje o calzado.

Ilustración 13 *Confiabilidad de los contenidos con los cuales se interactúa en las redes sociales*



Nota. En la ilustración 14 se presenta las percepciones de las estudiantes frente a los contenidos con los cuales interactúan en redes.

Es de anotar que la totalidad de las estudiantes expresa que utiliza las redes sociales, el 55% considera que los contenidos allí publicados son muy confiables; esto contrasta con las respuestas del 45% de las estudiantes que expresan que los contenidos son más o menos confiables, es decir que dejan lugar a las dudas frente a la credibilidad que le otorgan a la información que allí

visualizan, por tanto surge la inquietud de si consideran que los contenidos son poco confiables ¿Por qué utilizan las redes? Esto podría justificarse en que la mayoría de las encuestadas expresa que la diversión o la entretenición son las razones que las motivan a utilizar las redes y no la veracidad de sus contenidos.

4.2.2 Estéticas Corporales

Al indagar en las estudiantes si tienen algún ideal de belleza frente a su cuerpo las opiniones están divididas al 50%. Quienes manifiestan que Sí presentan algún ideal de belleza frente al físico lo relacionan con ser delgada o atributos definidos frente a una parte específica de su cuerpo como volumen o delgadez en piernas, brazos, cintura, pechos. El 17% se siente muy satisfecha con su cuerpo, el 33% satisfecha, el 33% más o menos, 6% poco satisfecha y el 8 muy poco satisfecha; en resumen, se aprecia que el 50% presenta cierta inconformidad con su cuerpo o no se siente pleno con él.

Ilustración 14 Aspectos que se tienen en cuenta al publicar una selfie



Nota. En la ilustración se exponen los aspectos que tienen en cuenta las estudiantes antes de publicar una selfie.

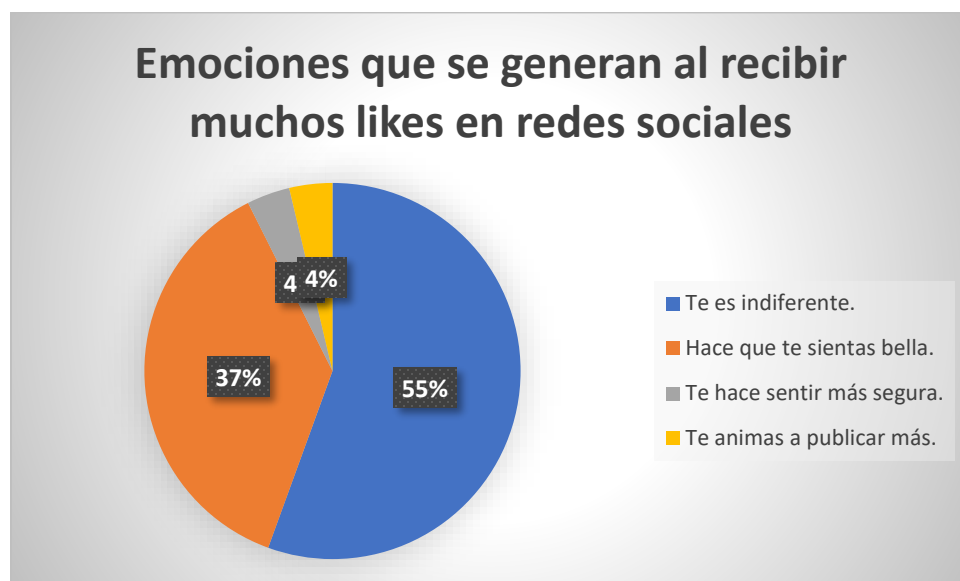
Al indagar en las estudiantes los aspectos a tener en cuenta al publicar una selfie, la mejor pose o presentar una apariencia ‘adecuada’ es la variable más dominante, seguido de estar de viaje, contar con buen filtro o Photoshop y resaltar rasgos del cuerpo. Respecto a los likes, el 88% expresa que obtiene likes de sus publicaciones las cuales en términos generales obedecen a las fotos de perfil que se publican. Cuando se les pregunta a las estudiantes acerca de las emociones que les genera el recibir likes por sus publicaciones, el 19% expresa que se sienten más seguras y se sienten más bellas; el 8% expresa que siente más bella y el 23% considera que es un factor que les anima a publicar más; resulta llamativo el hecho que el 50% de las jóvenes expresen que recibir likes les es indiferente y argumentan que esto no les afecta o les da igual, pero que describan con detalle los aspectos que tienen en cuenta a la hora de publicar una imagen y que además todas coincidan en que sus publicaciones obedecen a sus fotos de perfil principalmente.

El 25% de las participantes expresan que el hecho de no recibir los likes que esperaban por sus publicaciones les genera sentimientos relacionados con baja autoestima y tienden a sentirse inseguras o necesitar de dicha aprobación para sentirse bien consigo mismas y las mismas personas consideran que atributos como un cuerpo delgado, estilizado, caderas y pechos grandes hacen parte del prototipo de cuerpo bello que se promueve en las redes. El 23% expresa que el no recibir likes no les genera ningún tipo de emoción, aunque también coinciden en afirmar que el mayor número de likes los reciben por sus fotos de perfil y que un cuerpo delgado y estilizado es el prototipo de belleza que se promueve en redes; con base en lo anterior puede inferirse que aunque las estudiantes expresen que no le genera ninguna emoción el hecho de recibir likes si demuestran atención por su físico y expresan abiertamente que existen prototipos de belleza en las redes que siguen y tratan de imitar de una u otra manera.

A pesar que el 50% de las estudiantes expresa que las emociones que genera el hecho de no recibir likes no son determinantes en su vida o que carecen de importancia, llama la atención que se fijen en la apariencia que tienen para realizar publicaciones (salvo algunos casos poco representativos) y que sus comentarios indiquen que existe seguridad y confianza consigo mismas cuando antes de realizar una publicación, se fijan en su físico para que esté lo más cercano posible a una estética armoniosa.

Ante la pregunta de cuál sería un cuerpo bello según las redes sociales, los atributos de delgadez, estilizado, caderas grandes y pechos prominentes sobresalen en las respuestas además de la ausencia de arrugas; es así como la juventud y ciertos patrones sobresalen en estas respuestas además de indicar que otro factor a destacar es tener una cara ‘bella’.

Ilustración 15 *Emociones que generan el recibir muchos likes*



Nota. En la ilustración 16 se presentan las emociones que les genera a las estudiantes el recibir muchos likes en sus publicaciones.

Respecto a las emociones que ha generado en las participantes cierta publicación de contenidos, el 55% expresa que le es indiferente, seguido de que las hace sentir más bellas recibir

esta aprobación; llama la atención que el 4% de las participantes, reporte que les hace sentir seguridad o el mismo porcentaje indique que se animan a publicar más contenidos; lo cual contrasta con el 55% que indica que le es indiferente este hecho, cuando en preguntas anteriores demuestran cuidado al momento de realizar publicaciones en redes. Este resultado contrasta con la respuesta ante la pregunta de qué emoción les genera que sus publicaciones No reciban muchos likes, dado que el 78% expresa que le es indiferente; sólo el 7% expresa que se anima a publicar más.

Ilustración 16 Emociones que se generan al visualizar contenidos en redes sociales relacionados con el cuerpo



Nota. En la ilustración 17 se presentan las emociones que les genera a las estudiantes el visualizar contenidos en redes relacionados con el cuerpo.

Respecto a las emociones que despiertan los comentarios visualizados en redes sociales y relacionados con el cuerpo el 53% expresa que otra emoción lo cual da cuenta que no desea expresar cuál es la emoción generada o que les cuesta verbalizarla. El 18% expresa que le genera ansiedad y el mismo porcentaje expresa que felicidad, el 11% expresa que le genera tristeza.

Ilustración 17 Afectaciones que han generado las reacciones recibidas en redes sociales



Nota. En la ilustración se presentan las afectaciones que han generado las reacciones recibidas en redes sociales debido a las publicaciones.

En un 70% las estudiantes afirman que las reacciones que reciben en redes sociales a partir de sus publicaciones, no les afecta. Ante la pregunta acerca de que si su autoestima se ha visto lastimada en alguna de estas redes el 67% indica que ninguna, el 15% afirma que en Facebook, el 7% en Tik tok y en otra red social el 12%. Debido a las causas, algunas dicen que el ver cuerpos bellos hacen sentir inseguridad, los estereotipos y los comentarios machistas son los que generan afectación.

Al preguntar a las estudiantes si alguna vez han recibido mensajes directos acerca de su cuerpo el 41% enuncia que sí; el 55% afirma que no y el 4% evita responder esta pregunta. Al preguntar a las participantes si algún contenido compartido en redes sociales y que ha sido visualizado por ellas les ha generado insatisfacción con su cuerpo el 30% reconoce que si mientras que el 70% indica que no; dentro de las causas se encuentran la publicidad estandarizada dentro de la cultura fitness con modelos de belleza estandarizados, mujeres

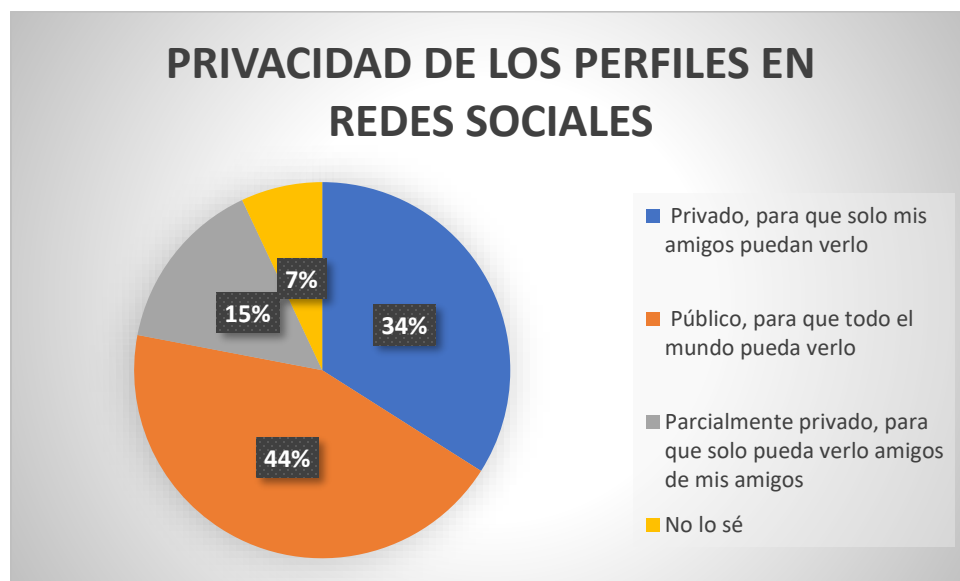
delgadas como sinónimo de belleza o conversaciones que hablan acerca de lo que implica tener un buen cuerpo.

Frente a la pregunta de que si alguna vez se han sentido mal consigo mismas después de haber pasado un rato navegando por las redes sociales, el 30% expresa que Sí y el 70% expresa que No; acerca de las causas, las participantes expresan en términos generales que se han sentido mal al compararse con mujeres muy bellas y con cuerpos “perfectos” lo cual les afecta dado que se les dificulta hacer ejercicio o cuidarse para tener el cuerpo que desean.

4.2.3 Violencia Digital

El 78% de las estudiantes expresa que por lo menos alguna vez ha revisado la configuración de privacidad de sus redes, entre las razones de dicha decisión destacan que lo hacen por precaución y por controlar quien puede ver o comentar sus publicaciones.

Ilustración 18 Privacidad de los perfiles en redes sociales



Nota. En la ilustración se presentan la forma en que las participantes mantienen la privacidad de sus perfiles en redes sociales.

El 34% manifiesta tener sus perfiles privados, el 44% manifiesta que son públicos; llama la atención que sólo el 15% lo configura parcialmente privado sólo para que personas conocidas puedan acceder a él, el 7% no sabe cómo tiene configuradas sus redes sociales; respecto a las razones, sólo tres personas hablan de seguridad, otros incluso cuestionan el hecho de tenerlos privados dado que consideran es ‘contradictorio’ con lo que implica una red social y por eso es necesario que los perfiles sean públicos.

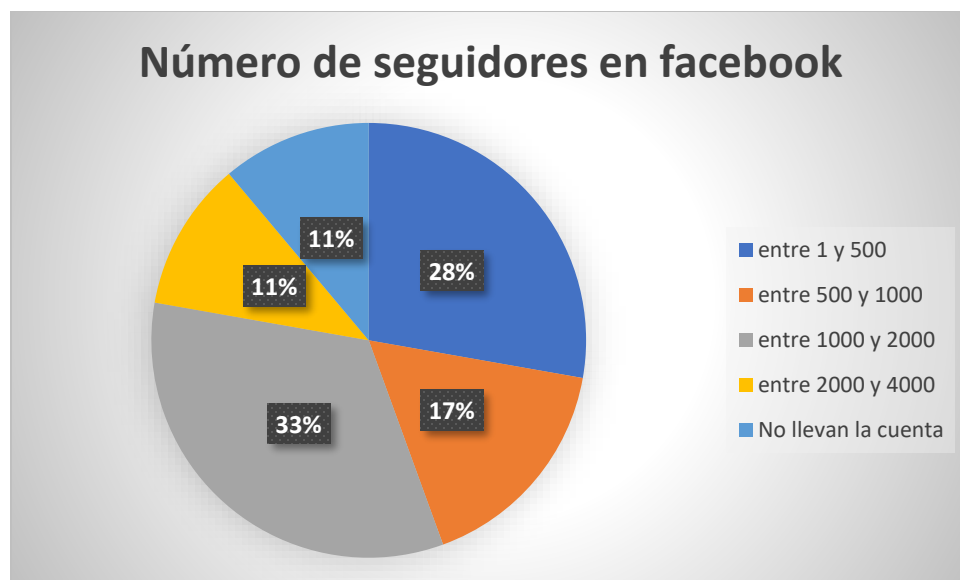
Ilustración 19 *Redes sociales en las cuales las participantes cuentan con más contactos*



Nota. En la ilustración se presentan las redes sociales en las cuales las participantes cuentan con más contactos.

La red social con mayor número de contactos según las participantes es Facebook (63%) aunque es necesario mencionar que cuentan con perfiles simultáneos en varias redes. Respecto a la pregunta de cuantos seguidores tienen en redes, las respuestas son variadas, incluso algunas expresan que no llevan la cuenta, en la siguiente gráfica se observa esta tendencia.

Ilustración 20 *Número de seguidores en Facebook*



Nota. En la ilustración se presentan el número de seguidores que tienen las participantes en Facebook.

Solo el 37% manifiesta que No conoce a sus contactos, es decir que el 60% los conoce y además expresa que son familiares, amigos cercanos o conocidos. Este dato contrasta con la cantidad de amigos que tienen en redes dado que el 48% de las participantes expresan que sólo en Facebook cuentan con más de mil seguidores, entonces llama la atención si se genera interacción con este número de personas. De hecho, dentro de las razones para aceptar una solicitud de amistad, las estudiantes expresan que buscan que sean ‘conocidos’ al menos por alguno de sus contactos o que sean contactos en común con alguno de sus amigos; incluso hay respuestas que indican que los aceptan si se ven bien, si se ven agradables físicamente o les llama la atención. Aunque sólo el 15% manifiesta que cuenta con varios perfiles, llama la atención que en preguntas anteriores mencionan que cuentan con varias redes sociales, lo cual implica contar con varios perfiles, de hecho, mencionan que en sus perfiles siempre ubican una foto con el rostro.

4.2.4 Seguridad en redes sociales

Al indagar si en algún momento las estudiantes han recibido llamadas con insultos, amenazas o intimidaciones, el 30% manifiesta que Sí; al preguntar si han recibido amenazas que indican que van a subir fotos íntimas a internet o difundirlas con amistades o familiares, el 100% manifiesta que No ha sido víctima de esta modalidad de acoso, no obstante, el 7% indica que le han suplantado su identidad en redes. El 100% expresa que no ha sido de víctima de montajes en redes sociales que impliquen amenazas o extorsiones con este tipo de práctica. Llama la atención que el 70% de los participantes expresan que han recibido fotos con contenido sexual explícito sin haberlo solicitado y además el 44% manifiesta que ha recibido solicitudes de fotos o videos con contenido íntimo a través de diversas redes sociales.

Respecto a la conceptualización que poseen las estudiantes acerca de temas relacionados con la violencia digital, el 89% manifiesta conocer el significado del ciberacoso y el 22% expresa haber sido víctima de este; el 56% expresa que tiene conocimiento acerca de la violencia digital, no obstante, el 100% expresa que no ha sido víctima de éste. Llama la atención que sólo el 44% de las estudiantes indica que conoce cómo se denuncia en Colombia el ciber acoso o la violencia digital que se sufre a través de las redes sociales, lo cual es un indicador que se requiere de realizar un trabajo importante respecto a este tema.

4.3 Análisis comparativo entre el Colegio Franciscano Palermo de San José y la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera

La comparación de los resultados obtenidos en ambas instituciones educativas permite identificar similitudes y contrastes significativos en torno al uso de redes sociales, la construcción de estéticas corporales, la vivencia de la violencia digital y las prácticas de

seguridad en entornos digitales, los cuales se encuentran atravesados por variables socioeconómicas, institucionales y culturales.

4.3.1 Caracterización sociodemográfica y acceso digital

Una primera diferencia relevante entre las instituciones se evidencia en el contexto socioeconómico de las estudiantes. Mientras que el Colegio Franciscano Palermo de San José, de carácter privado, agrupa mayoritariamente estudiantes pertenecientes a estratos medios y altos (3, 4, 5 y 6), la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera, de carácter público, concentra estudiantes de estratos bajos, principalmente del estrato 1. Esta diferencia se refleja en la ubicación geográfica de las instituciones y en ciertas condiciones materiales de vida. No obstante, pese a estas diferencias estructurales, el acceso a dispositivos móviles y a internet es alto en ambas poblaciones. En los dos casos, prácticamente la totalidad de las estudiantes cuenta con teléfono celular y acceso a internet, lo que indica que la brecha digital, al menos en términos de conectividad, no representa una diferencia significativa entre ambas instituciones. Esto sugiere que las redes sociales forman parte del cotidiano de las estudiantes, independientemente de su contexto socioeconómico.

4.3.2 Uso y preferencia de redes sociales

Con relación al uso de redes sociales, se observa una coincidencia en cuanto a la alta frecuencia de uso: en ambas instituciones, más del 95% de las estudiantes afirma utilizar redes sociales diariamente, destinando varias horas al día a esta actividad. Sin embargo, se presentan diferencias en las plataformas preferidas.

En el Colegio Franciscano Palermo de San José se evidencia una mayor preferencia por redes como TikTok e Instagram, plataformas centradas en lo visual, el entretenimiento y la autoexpresión; en contraste, en la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera predominan

WhatsApp y Facebook, redes asociadas principalmente a la comunicación interpersonal y al mantenimiento de vínculos sociales. Esta diferencia podría relacionarse tanto con factores culturales como con dinámicas de socialización propias de cada contexto.

Las estudiantes de ambas instituciones afirman que el principal motivo para el uso de redes sociales es el ocio y el entretenimiento, seguido por la comunicación y el seguimiento de celebridades, influencers o artistas. La información académica aparece como una motivación marginal en los dos grupos, lo que refuerza la idea de que las redes sociales son percibidas principalmente como espacios de distracción y socialización.

4.3.3 Influencers, celebridades y confiabilidad de contenidos

Tanto en el colegio privado como en el público, una proporción significativa de estudiantes sigue influencers y celebridades, aunque sin una tendencia clara hacia figuras específicas. En ambos casos, predominan referentes asociados a la moda, el maquillaje, el estilo de vida y el entretenimiento. Esto evidencia el papel que juegan estas figuras en la construcción de imaginarios juveniles y modelos de identificación.

Un aspecto llamativo en ambas instituciones es la tensión entre el uso intensivo de las redes sociales y la percepción de confiabilidad de sus contenidos. Mientras que en el Colegio Franciscano Palermo predomina una postura más crítica frente a la credibilidad de la información que circula en redes, en la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera una parte importante de las estudiantes considera que los contenidos son confiables o medianamente confiables. En ambos casos, esta percepción contrasta con el tiempo prolongado que las jóvenes dedican a navegar en estas plataformas, lo que sugiere que la confianza no es un criterio determinante para su uso.

4.3.4 Estéticas corporales y autoimagen

En cuanto a las estéticas corporales, se observan similitudes importantes entre ambas instituciones. En los dos contextos, una proporción considerable de estudiantes reconoce la existencia de ideales de belleza asociados a la delgadez, la estilización del cuerpo y ciertos atributos físicos específicos, los cuales coinciden con los estándares promovidos en redes sociales. Sin embargo, se presentan diferencias en los niveles de satisfacción corporal. Las estudiantes del Colegio Franciscano Palermo de San José manifiestan, en términos generales, mayores niveles de satisfacción con su cuerpo, aunque al contrastar distintas respuestas se evidencian contradicciones que indican la presencia de inconformidades ocultas. En la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera, los niveles de satisfacción corporal se encuentran más divididos, con un porcentaje significativo de estudiantes que expresa sentirse poco o medianamente satisfecha con su cuerpo.

En ambos grupos, aunque muchas estudiantes afirman que los likes no son determinantes para su bienestar emocional, se observa un cuidado especial en la selección de imágenes, poses y rasgos corporales al momento de publicar selfies. Esta aparente contradicción sugiere que la validación social, aunque no siempre reconocida de forma explícita, sí influye en la manera en que las jóvenes se representan en redes sociales.

4.3.5 Violencia digital y afectaciones emocionales

Respecto a la violencia digital, los resultados muestran que, si bien la mayoría de las estudiantes en ambas instituciones afirma no haberse sentido gravemente afectada, existen sospechas de experiencias que impactan la autoestima y el bienestar emocional. En ambos casos,

se reportan emociones como ansiedad, tristeza e inseguridad asociadas a la comparación corporal, a los estereotipos de belleza y a ciertos comentarios recibidos en redes sociales.

Las estudiantes de la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera reportan en mayor proporción haber recibido mensajes con contenido sexual no solicitado y solicitudes de material íntimo, lo que evidencia una mayor exposición a situaciones de riesgo en entornos digitales. En contraste, aunque en el Colegio Franciscano Palermo estas situaciones se presentan en menor medida, no están completamente ausentes, lo que indica que la violencia digital atraviesa ambos contextos, independientemente del nivel socioeconómico.

4.3.6 Seguridad digital y conocimiento sobre denuncias

En cuanto a la seguridad en redes sociales, las estudiantes del Colegio Franciscano Palermo muestran una mayor tendencia a configurar sus perfiles como privados y a revisar las opciones de privacidad, motivadas por el cuidado de su imagen y la prevención de comentarios negativos. En la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera, aunque una parte importante también revisa la configuración de privacidad, se observa una mayor proporción de perfiles públicos y una menor preocupación explícita por la seguridad digital.

En ambas instituciones se evidencia un conocimiento limitado sobre los mecanismos de denuncia frente al ciberacoso y la violencia digital, siendo este desconocimiento más marcado en el colegio privado. Este hallazgo resalta la necesidad de fortalecer procesos de formación en ciudadanía digital, prevención de violencias y rutas de atención institucionales.

En resumen, aunque las estudiantes de ambas instituciones provienen de contextos socioeconómicos distintos, las redes sociales cumplen un papel central en la construcción de su identidad, su autoimagen y sus relaciones sociales. Las similitudes encontradas sugieren que los

discursos digitales, especialmente aquellos relacionados con la estética corporal y la validación social, atraviesan de manera transversal a las adolescentes, mientras que las diferencias evidencian cómo el contexto institucional y social modula las formas de uso, percepción del riesgo y experiencias de violencia digital.

4.4 Discusión de Resultados

A continuación, se realiza la triangulación de respuestas frente a los temas o asuntos expuestos en las encuestas y la observación que se realiza diariamente en los procesos de formación y los diálogos informales que se han sostenido con algunos de las participantes.

4.4.1 Entre likes y pantallas: jóvenes y sus mundos digitales

Existen diversos asuntos a considerar en cuanto a las estéticas corporales e identidad de género y su publicación en las redes sociales. Las jóvenes indiscutiblemente usan las redes sociales por diversos asuntos y éstas hacen parte de su vida, ya sea por estudio o por entretenimiento hacen parte de su cotidianidad y las mismas influyen en la manera en que perciben el mundo y sus realidades (Alegría-Morán, 2025). La población que participa en esta investigación expresa que los tipos de contenidos que se publican en redes sociales y que son de su agrado se relacionan con acontecimientos cotidianos como un paseo en un centro comercial, vacaciones, un fin de semana u otras actividades cotidianas que realizan, de otro lado hay quienes expresan que prefieren replicar memes, chistes o videos graciosos que ven publicados por otras personas, incluidos aquellos contenidos de personas que siguen. Se considera además que la influencia que tienen estas publicaciones en las personas es significativa, debido a que su incidencia radica en las preferencias que pueden tener las personas a partir de los contenidos que

visualizan, además pueden generar tendencia en los demás al viralizarse y ser un asunto de moda. La compra de productos, el uso de prendas de vestir, la forma de actuar, de maquillarse o llevar el cabello son algunos de los elementos que mencionan los participantes y que consideran inciden en la conducta de las personas a partir de los contenidos que se visitan.

La preferencia por ciertas plataformas responde a dinámicas generacionales, culturales y tecnológicas, revelando cómo estas herramientas digitales influyen en la construcción de identidad, vínculos sociales y acceso a referentes estéticos y de género (Gómez y Jiménez, 2022). Cabe mencionar que “Las redes sociales son estructuras sociales compuestas por personas y grupos de personas, conectadas entre ellas a través de uno o varios tipos de relaciones (familiares, amistades, profesionales, ocio, soporte, conocidas, etc)” (Hache, et al. 2017, p.16), es así como dichas relaciones pueden estar marcadas por las similitudes en los contenidos y sus preferencias hacia los mismos. Incluso con base en las voces de los participantes de la investigación se indica que las consecuencias que estos contenidos digitales publicados en redes ocasionan que las personas asuman comportamientos y posturas que no son propias y son mediadas por lo que otros publican o la tendencia que generan, lo cual podría enajenar a las personas e impedirles asumir una posición particular frente a un hecho siempre y cuando la misma no vaya en línea con la ‘tendencia’ que se presenta en las redes (Puerta y Carbonell, 2013).

Los contenidos publicados en redes definitivamente inciden en las estéticas corporales que asumen las jóvenes, debido a la moda, las tendencias, los gustos y demás contenidos que se viralizan, casi que se convierte en algo ‘malo’ desconocer un video o una publicación de un famoso o no imitar su corte de cabello, sus prendas de vestir o sus ademanes a la hora de hablar (Alegría-Morán, 2025). Las jóvenes manifiestan que los contenidos publicados en redes

definitivamente inciden en sus estéticas corporales al invitarles a mantener un cuerpo delgado, esbelto, tonificado porque esa es la ‘tendencia’ y no tenerlo va en contra de la moda; de otro lado, las tendencias en formas de vestir, llevar el cabello se copian y generan en las jóvenes aceptación.

De igual manera las jóvenes consideran que existen factores que puedan catalogarse como positivos o negativos dentro de dicha influencia, debido que en el caso que las mujeres deseen copiar un estereotipo de cuerpo ‘perfecto’ al ser delgado, esbelto, puede generar que las jóvenes intenten tener ese ideal a cualquier precio desarrollando desórdenes alimenticios o asumiendo conductas que van en contra de su salud (Cortéz et al. 2016). De otro lado las jóvenes pueden verse en la necesidad de dar prelación a la estética dejando de lado valores y principios morales dando relevancia al físico por encima de su interior, recurriendo a estrategias que les permitan acceder a procedimientos estéticos para alcanzar los estereotipos que emergen el momento de las redes sociales indiscutiblemente, la aceptación con el cuerpo, se ve permeada por estereotipos visualizados en redes sociales y más aún influye de forma directa en la salud mental de las jóvenes, en su autoestima y la apariencia que desean proyectar a los demás, incluso la aceptación social se convierte en una problemática que va en aumento dado el auge de las redes (Alegría-Morán, 2025).

Sierra (2010) expresa que Castells recomienda a quienes navegan por internet y que son responsables de influenciar de una u otra manera un cambio en la sociedad, de ejercer una influencia determinante por medio del uso de mecanismos de construcción de poder en la sociedad, en el internet y las redes; lo anterior podría partir de la necesidad de asumir posturas propias e invitar al desarrollo del pensamiento crítico con el fin de evitar que este tipo de

influencias afecten a los más jóvenes y además contribuye en la construcción de su propia identidad y la toma de decisión.

Respecto a la identidad de género y su posible relación con los contenidos que se publican en las redes sociales, los participantes consideran que existe y que de hecho es muy marcada; hoy día se ha normalizado el hecho de las relaciones amorosas entre parejas del mismo sexo y que, además, en algunos casos se promueve el declararse abiertamente homosexual, bisexual, pansexual, andrógono u otro según se considere atendiendo a criterios de novedad, de moda, que efectivamente obedezca a motivaciones personales o a asumirse realmente de un género diferente (Castaño et al, 2010). A partir de los resultados se observa que el hecho que en las redes se publiquen contenidos en los cuales se promueve o normaliza la identidad de género, se invita a otros ‘espectadores’ que a lo mejor temen hacer pública su preferencia de género a que lo hagan posteando una publicación, replicándola o copiándola, incluso podrían comentarla como estrategia para observar cuál sería la aceptación o el rechazo que podrían recibir. Frente a lo anterior, Butler (2007) expresa que en lugar de entender la identidad de género como algo original o fijo que define a las personas desde el inicio, podría verse como una historia personal y cultural hecha de significados aprendidos; estos significados se expresan a través de prácticas que se imitan y que, a su vez, remiten a otros a imitarlas. Juntas, estas repeticiones generan la sensación de que existe un yo interno y auténtico con un género determinado, o incluso revelan lo artificial de ese mismo proceso

A partir de los resultados analizados, se puede inferir que existe una relación significativa entre las estéticas corporales y la identidad de género. Las percepciones sobre el cuerpo, los ideales de belleza y las prácticas de autoexpresión reflejan cómo las jóvenes interiorizan y negocian los estándares de feminidad o masculinidad promovidos por la sociedad y, en

particular, por las redes sociales. Estas estéticas corporales no solo influyen en la manera en que las estudiantes se perciben a sí mismas, sino que también contribuyen a consolidar aspectos de su identidad de género, al establecer conexiones entre la apariencia física, la autoimagen y los roles sociales asociados a ser mujer o hombre. En este sentido, las redes sociales actúan como un escenario donde se reproducen y negocian estos ideales, moldeando simultáneamente la expresión corporal y la construcción de la identidad de género. Se asume que las personas tienden a exteriorizar esa parte íntima de sí mismos y a mostrar a los demás cómo se asumen en la mayoría de los casos; claro está que en algunos casos esto no aplica y que se prefiere guardar un ‘bajo perfil’ frente a las preferencias sexuales dado que la misma no se ha asumido totalmente o porque se teme ser señalados por pares y más aún verse expuestos en redes sociales (Peralta y Espitia, 2013).

En esta línea Raich (2004) expresa que “también está relacionada la insatisfacción con la imagen corporal con la identidad de género, o los sentimientos de feminidad o masculinidad. Algunas personas creen que no poseen las cualidades que deberían por pertenecer a uno u otro género” (p.20), esta situación genera que para dichos ideales se trasladen o se realicen representaciones mentales en los contenidos visualizados en redes.

4.3.2 Cuerpos que cuentan: identidad de género y estéticas corporales en lo digital

Comprender los significados que poseen las adolescentes acerca de su contexto, permite conocer la forma en que interactúan con su entorno, sus percepciones y además en lo posible, anticipar actitudes y evitar situaciones que pongan en peligro el bienestar de las jóvenes. Uno de esos primeros significados se encuentra el de estética corporal, la cual es definida por las jóvenes como la capacidad que tienen las personas de prestar atención a su apariencia para ajustarse a

unos parámetros establecidos' influida indiscutiblemente por la interacción en las redes sociales, es decir que no obedece a un constructo personal, sino que el mismo se va moldeando a partir de dicha interacción; sumado a ello, se enfatiza en que dichos parámetros hacen parte de unos ideales sociales que de una u otra forma se promueven en la sociedad buscando que se cumplan. Con base en lo expuesto por Duret y Roussel (2011) las preocupaciones sobre la propia imagen no se limitan al cuerpo y a las reglas que regulan cómo se muestra, sino que también incluyen todo lo relacionado con la belleza y los juicios estéticos. Así, el cuidado del cuerpo se combina tanto con la búsqueda de modelos considerados ideales como con el deseo de construir una apariencia más auténtica y personal.

De ahí que las estudiantes consideren que existen unos estándares sociales que se promueven y que tácitamente deben cumplirse, además los mismos se promueven de forma abierta y son validados socialmente como cuerpo delgado, caderas voluptuosas, cintura pequeña, senos grandes, rostro perfecto con cejas definidas y labios carnosos, son algunos de los atributos que hacen que en las redes sociales se promueva este ideal de belleza, incluso las cirugías estéticas se orientan hacia estos parámetros. Con base en los asuntos o elementos de estética corporal que se hacen presentes en la vida diaria, se expresa que existe cierta presión en los medios y redes sociales a ser de una forma u otra en cuanto a su imagen, prendas de vestir, gustos o intereses; situaciones que delimitan su propia personalidad y les invita a sumir x o y postura. De otro lado se les impone unos estándares de belleza asociados a la moda que les motiva a transformar o mantener su apariencia.

A partir del análisis de las respuestas de las estudiantes de ambas instituciones, se observa una coincidencia clara en la importancia que le otorgan a la estética corporal y a los estándares de belleza promovidos por las redes sociales. En ambas instituciones, un alto

porcentaje de jóvenes reconoce tener ideales de belleza relacionados con la delgadez, el cuerpo estilizado y ciertos atributos específicos, como cintura, caderas o rostro armonioso. Asimismo, coinciden en prestar atención a aspectos como la pose, la apariencia y la presentación al momento de publicar selfies, evidenciando que, aunque puedan manifestar indiferencia frente a la cantidad de likes recibidos, la autoimagen y la percepción de un cuerpo “ideal” juegan un papel central en la manera como se expresan y se representan digitalmente.

Por tanto, la imagen corporal abarca, en lo perceptivo, cómo se observa y se evalúa el tamaño y la forma de distintas partes del cuerpo. En el plano cognitivo, implica prestar atención al propio cuerpo, construir ideas sobre él y generar creencias vinculadas a cómo se vive. Y, en el aspecto emocional, incluye sensaciones de placer o malestar, satisfacción o inconformidad, así como otras emociones relacionadas con la apariencia exterior.

Cuando se tienen en cuenta aspectos y factores asociados a la apariencia y a la emotividad se identifican otros que influyen en la estética corporal como lo son la edad, el estrato y la interacción social (a mayor interacción, mayor necesidad de reconocimiento) la falta de autoestima o la necesidad de reconocimiento y valoración por parte de terceros y la necesidad de hacer parte de ciertos grupos sociales (Fasanelli, Galli y Cañón, 2021). Estos factores tanto internos como externos influyen de manera significativa en la estética corporal, de ahí que la necesidad de fortalecer aspectos personales (internos) y de propender por un medio (externo) óptimo que favorezca un ambiente sano para el desarrollo de su personalidad.

Según indica Raich (2004) “desde un punto de vista neurológico, la imagen corporal constituye una representación mental diagramática de la conciencia corporal de cada persona” (p.16), de ahí que es un aspecto significativo personal de cada individuo, por ello se evidencia la necesidad de prestar atención a este asunto. Las estudiantes incluso manifiestan que estos

patrones influyen en la manera en que las personas se perciben a sí mismas o perciben a los demás, porque de una u otra manera se miran a través de un espejo y exteriorizan o promueven lo que el medio les impone. Rosen (como se citó en Raich, 2004) define la imagen corporal como “un concepto que se refiere a la manera en que uno percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo” (p.16) de ahí que el cumplimiento o incumplimiento de dichos patrones o estándares influyan en la vida de las personas, pero es de destacar que esta influencia puede darse de manera tanto positiva como negativa y depende de los factores tanto internos como externos que rodean a los sujetos.

Respecto a la identidad de género y su significado, las estudiantes comprenden claramente su definición y la asocian con la percepción que tienen las personas sobre sí mismas en cuanto a su género, la cual puede o No coincidir con el sexo que le fue asignado al momento de nacer. Al respecto Gomariz (1992) indica que, respecto a la identidad de género, “es en esta búsqueda donde surge y se expande el concepto de género como categoría que, en lo social, corresponde al sexo anatómico y fisiológico de las ciencias biológicas. El género es el sexo socialmente construido” (Gomáriz, 1992, p. 5), de ahí que se considere que efectivamente estos patrones de estética corporal se asocian de manera directa a la identidad de género debido a que los mismos dependen en la forma en que el sujeto se asuma.

Estos modelos, promovidos a través de imágenes, filtros y narrativas visuales, ejercen una fuerte influencia en la percepción que los y las jóvenes tienen sobre sus propios cuerpos. Así, se configuran prácticas de comparación, validación externa y presión por ajustarse a ciertos cánones, lo cual impacta directamente en la construcción de la identidad corporal y de género en contextos digitales.

4.3.3 Impacto digital: redes, estéticas corporales e identidad de género en disputa

Reconocer las afectaciones que los contenidos difundidos en redes sociales generan sobre las estéticas corporales y la construcción de la identidad de género en las adolescentes de las instituciones Ramón Múnera Lopera y del Colegio Franciscano Palermo de San José constituye un ejercicio analítico indispensable en el contexto actual. La presencia constante de imágenes, discursos y modelos aspiracionales en plataformas digitales configura un entorno simbólico que incide de manera directa en la forma en que las jóvenes experimentan, interpretan y valoran sus cuerpos, así como en las posibilidades que encuentran para definirse y expresarse en términos de género (Cortéz et al, 2016)

Se observa que las redes sociales operan como espacios socioculturales donde se producen y reproducen estéticas normativas que privilegian ciertos tipos de cuerpos, comportamientos y feminidades; estos modelos, muchas veces inalcanzables, incluso los mismos actúan como referentes que las adolescentes adoptan, cuestionan o confrontan, pero que, en cualquier caso, influyen en la configuración de su autoimagen desencadenando inconformidad con su propio físico y otras diversas inconformidades que hacen que el grado de inseguridad personal se vea en aumento y que por tanto incida en las relaciones sociales; tal es el caso del *hate* o ciberacoso que se percibe, no obstante sólo es percibido o reportado por las adolescentes cuando este nivel de violencia ha escalado. La exposición continua a estos contenidos puede promover comparaciones constantes, generar tensiones entre el cuerpo vivido y el cuerpo idealizado, o producir sentidos de insuficiencia y disconformidad con la apariencia personal (Fernandez et al, 2015). De igual manera, pueden estimular procesos de imitación y adaptación a estéticas históricas que, aunque se presentan como naturales, responden a construcciones

culturales que limitan la diversidad y la aceptación de una realidad: los cuerpos son diversos y por tanto a percepción de éstos y tratar de homogenizarlos es ir contra lo natural.

En cuanto a la identidad de género, las redes sociales constituyen un escenario dinámico donde convergen discursos tradicionales y emergentes que orientan la forma en que las adolescentes comprenden lo que significa “ser mujer”, ‘ser hombre’ o identificarse con otro género, por tanto, existen situaciones de violencia que limitan este tipo de interacciones y afecta la percepción que se tiene de sí mismos (Albarello et al, 2022). En estos entornos, las jóvenes encuentran representaciones que, por un lado, perpetúan roles y expresiones normativas del género, y por otro, abren la posibilidad de explorar identidades alternativas que desafían lo impuesto. Sin embargo, este proceso no está exento de tensiones: mientras algunas adolescentes encuentran en estos espacios oportunidades para afirmar su autonomía y expresar experiencias más libres y diversas, otras pueden verse atrapadas en expectativas estéticas y performativas que restringen su capacidad de autodeterminación dada la irrealidad o expectativas elevadas frente a lo que se espera de sus propios cuerpos.

Resulta especialmente relevante considerar las implicaciones emocionales y relacionales de estas dinámicas que en muchos casos tienden a generar disputas entre las jóvenes. Las adolescentes, en pleno proceso de consolidación de su identidad personal y social, pueden experimentar sentimientos de ansiedad, presión, autoexigencia o inseguridad derivados de la necesidad de encajar en estéticas corporales legitimadas digitalmente (Casanova, et al, 2025). Al mismo tiempo, también pueden hallar en estas plataformas formas de apoyo, comunidades afines y narrativas que validan sus experiencias, lo que demuestra la complicación y ambivalencia de los efectos que estos contenidos ejercen sobre ellas.

Así, comprender la influencia de las redes sociales en la construcción de la imagen corporal y la identidad de género implica reconocer tanto los riesgos como los potenciales formativos que estos espacios ofrecen. Una mirada integral exige acompañar a las adolescentes en la lectura de los mensajes que consumen, promover discursos que valoren la diversidad corporal y de género en vez de promover ideales inalcanzables de ‘belleza’, y favorecer procesos de autoaceptación que fortalezcan su bienestar emocional. Solo a partir de esta comprensión ampliada es posible contribuir a que las jóvenes desarrollen una relación más saludable, libre y consciente con su cuerpo y con sus modos de habitar el género en la sociedad actual. De esta manera se estaría evitando que al identificar la diversidad se proceda a métodos como la violencia digital y la falta de comprensión en la diferencia para estos procesos

5. CONCLUSIONES

A partir del comparativo entre las estudiantes del Colegio Franciscano Palermo de San José y la Institución Educativa Ramón Múnera Lopera, se evidencia que, pese a las diferencias socioeconómicas y el tipo de institución, existen coincidencias importantes en el uso cotidiano de las redes sociales y la valoración de la estética corporal. En ambas poblaciones, las jóvenes dedican varias horas diarias a estas plataformas principalmente por ocio, entretenimiento y comunicación, mostrando atención hacia la forma en que se presentan en sus publicaciones y selfies. Los patrones de belleza identificados, como cuerpos delgados, estilizados y rasgos armoniosos, reflejan la influencia de los ideales corporales promovidos en la cultura digital, vinculando directamente la estética corporal con la construcción de identidad digital y la percepción de sí mismas. Sin embargo, las diferencias en acceso a recursos tecnológicos y experiencias de violencia digital, con mayor incidencia de acoso en la institución pública,

muestran que el contexto socioeconómico también condiciona la interacción con las redes y la exposición a riesgos. En síntesis, tanto las coincidencias como las diferencias observadas permiten comprender cómo las redes sociales y los estándares de belleza influyen de manera significativa en la identidad, la autoimagen y las prácticas sociales de las adolescentes.

Las redes sociales inciden de manera directa en las estéticas corporales dado que en estos escenarios se promueven, se construyen y se fortalecen diversos prototipos que de manera positiva o negativa genera efecto en las jóvenes. Esta influencia está marcada por el medio, la edad, el estrato y las relaciones sociales que se establecen, no obstante, se requiere determinar acciones que promuevan la toma de conciencia frente a estos asuntos.

Existe preferencia entre las jóvenes entre unas y otras redes sociales, prefiriendo aquellas que posibilitan replicar contenidos en audio y video. El uso de las redes depende también de las preferencias de influencers, tik tokers o celebridades que publican contenidos en unas u otras dependiendo de su intencionalidad.

Los patrones de estética corporal presentes en las jóvenes se relacionan con su apariencia física, destacando aspectos de su cuerpo como cabello, ojos, cejas, labios y corporalidad: delgada y esbelta para la mujer, musculoso y esbelto para hombres. Este tipo de patrones se promueve ampliamente a través de las redes y además se motiva a mantenerlos, cuidarlos y no cumplirlos se convierte en sinónimo de desactualización o no estar a la moda, lo cual no se admite.

Existen diversas afectaciones para las jóvenes a partir de los contenidos publicados en redes sociales que inciden en las estéticas corporales y la construcción de identidad de género en las adolescentes; por un lado, porque promover este tipo de cuestiones normaliza o promueve su aceptación y además porque genera cambio de conducta en las personas con el fin de encajar en el mundo actual.

A manera de recomendación para las instituciones educativas, se hace indispensable generar espacios de diálogo en los cuales se reflexione acerca de las redes sociales y el impacto que tienen en la vida cotidiana. Esto exige una mirada crítica frente al uso de estas plataformas y frente a la manera en que los prototipos y estándares de belleza que allí se representan inciden en la forma en que los sujetos usuarios construyen sus percepciones, valoraciones y relaciones con el propio cuerpo. El uso de las tecnologías no debe satanizarse; más bien, requiere una reflexión interdisciplinar que permita comprender sus posibilidades, riesgos e implicaciones en la construcción de subjetividades. En este sentido, las instituciones educativas tienen la responsabilidad de promover procesos formativos que fortalezcan el pensamiento crítico, la autonomía y la capacidad de las estudiantes para cuestionar los contenidos que consumen, reconociendo que las representaciones difundidas en redes sociales no constituyen modelos universales ni determinantes de belleza, identidad o bienestar.

Acerca de la relación existente entre educación y derechos humanos, pocas cosas atañen a la condición humana como la educación, esta no solo es responsable de mantener los valores de la cultura sino de reflexionar acerca del ser humano, su hacer, estar y ser en el mundo dotado y dotador de sentido, de manera especial en el contexto en el que se circunscriben las jóvenes de la sociedad actual, una sociedad llena de posibilidades y riesgos en donde los escenarios de aprendizaje se han pluralizado y la escuela está llamada a desempeñar un papel activo como mediadora, generadora de conciencia y potenciadora de habilidades que le permita a las estudiantes asumir esta nueva realidad del espectáculo, los medios de comunicación, las redes sociales con su carga simbólica de gran influencia donde ellas se exponen constantemente a que sus derechos como: La intimidad, su identidad, y en algunos casos la captación ilegal de imágenes, vídeos o conversaciones de contenido erótico se conviertan en hechos de vulneración ,

por ende se hace preciso que las jóvenes puedan tomar posturas y reconocerse en medio de ello, con criterios. Es necesario fortalecer la alfabetización digital crítica. No basta con enseñar seguridad en internet; es necesario aprender a identificar estereotipos, publicidad, filtros, modelos de belleza y discursos de género.

Dar mayor solidez a la prevención y atención de las violencias digitales. Los resultados muestran que no basta con que las estudiantes tengan redes privadas o conozcan algunas herramientas de seguridad; necesitan saber identificar una vulneración, saber qué hacer y conocer las rutas institucionales de atención. Estas acciones no corresponden exclusivamente a la escuela. Requieren una responsabilidad compartida entre institución educativa, familias, estudiantes y otros actores que acompañan la formación de las adolescentes.

En este sentido hay una estrecha relación entre esta maestría en derechos humanos y la educación en donde podríamos decir que la educación es humanismo, germen de sujetos conscientes de su lugar en el mundo y sus derechos como agentes libres generadores de transformación social. La apuesta está en educar para habitar críticamente los entornos digitales que permita a las adolescentes preguntarse quién produce los contenidos que consumen, qué modelos de cuerpo y de género están circulando, quiénes quedan por fuera de esos modelos y qué efectos pueden producir.

Por eso propongo una ciudadanía digital crítica, vinculada con educación y derechos humanos, educación para la diversidad cultural, de género y estrategias de prevención en las violencias digitales. La escuela no puede competir con las redes sociales; debe ayudar a las estudiantes a interpretarlas críticamente.

REFERENCIAS

- Albarello, Francisco y Arri, Francisco y Frezzotti, Yanina y Martino, María y Sampietro, Agnese y Tarullo, Raquel. (2022). Jóvenes, medios y redes sociales Representaciones, usos y prácticas antes y durante la pandemia.
- Alegría-Morán, José Rolando. (2025). La relación entre jóvenes y redes sociales en el habitar espacios virtuales. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, (39), 257-280. <https://doi.org/10.17163/soph.n39.2025.08>
- Altamirano; Manuel (2016). Del estructuralismo, y la condición postestructuralista en Deleuze, inversor del platonismo. *HYBRIS. Revista de Filosofía*, Vol. 7 N° 2. ISSN 0718-8382, noviembre 2016, pp. 89-117
- Arroyabe, A. F., Lazkano Arrillaga, I., y Eguskiza Sesumaga, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Revista Científica de Educomunicación*, 26(57), 61-69. Obtenido de <https://doi.org/10.3916/C57-2018-06>
- Barrero Tiscar, A. (2012). TIC, *Movilización Ciudadana y Democracia- El Papel de Las Redes Sociales-* En Manuela Mesa (Coord.) Cambio de Ciclo- Crisis, Resistencias y Respuestas Glob. <https://es.scribd.com/document/437482649/BARRERO-TISCAR-Ana-2013-TIC-Movilizacion-Ciudadana-y-Democracia-El-Papel-de-Las-Redes-Sociales-En-Manuela-Mesa-Coord-Cambio-de-Ciclo-Crisis>
- Berlang, M. C., y Sánchez Romero, C. (2019). La interacción y convivencia digital de las estudiantes en las redes sociales. España. *Revista Nacional e Internacional de Educación Inclusiva*, 12(2), 114-130.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la Investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. Cuarta Edición. Pearson, Colombia.
- Bonilla, E. y Rodríguez, S. (2005). Mas allá del Dilema de los Métodos: La investigación en Ciencias Sociales. Bogotá. Editorial Norma. <https://laboratoriociudadut.files.wordpress.com/2018/05/mas-alla-del-dilema-de-los-metodos.pdf>
- Butler, J. (2016). El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad (M. A. Muñoz García, Trad.). Ediciones Paidós.

- Caballero, L. F., y Bernal Villada, C. M. (2015). Violencia de género, algunas aproximaciones teórico - referenciales. *Revista de investigaciones*, 160 -169.
- Cabero Almenara, J., Martínez Pérez, S., Valencia Ortiz, R., Leiva Nuñez, J., Orellana Hernandez, M., y Harvey López, I. (2019). La adicción de las estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano. *Revista Complutense de Educación*, 31(1), 1-11.
- Cambridge Dictionary (2025). *Concepto de Socialité*.
<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/socialite>
- Cárcamo Vásquez, H., (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. *Cinta de Moebio*, (23), 0.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10102306>
- Casanova-Garrigós, Georgina, Torrubia-Pérez, Elisabet, Cañellas Reverté, Natividad, Capera Fernández, Jesica, Mora-López, Gerard, y Albacar-Riobóo, Núria. (2025). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes: una revisión integrativa. *Enfermería Global*, 24(75), 622331. Epub 12 de mayo de 2025.<https://dx.doi.org/106018/eglobal.622331>
- Castañeda, M. P. (2010). Etnografía feminista. En F. F. Norma Blazquez Graf, *Investigación feminista Epistemología, metodología y representaciones sociales*. (págs. 217 - 238). México D.F: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Castaño, C., Fernández, J., Vázquez, S. y Martínez, J. (2010). *La Brecha Digital de Género Amantes y Distantes*. Universidad Complutense de Madrid.
<https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE0435.pdf>
- Chemaly, S. (2014). “Hate Crimes in Cyberspace” author: “Everyone is at risk, from powerful celebrities to ordinary people”, Salon. Disponible en:
http://www.salon.com/2014/09/02/hate_crimes_in_cyberspace_author_everyone_is_at_risk_from_the_most_powerful_celebrity_to_the_ordinary_person/
- Colmenares E., A M; Piñero M., M L; (2008). LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas. *Laurus*, 14() 96-114. Recuperado de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111892006>

- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., . . . Arancibia, M. (2016). Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes. *REVISTA MEXICANA DE TRASTORNOS ALIMENTARIOS*, 7, 116-124. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmta.2016.05.001>
- Cortez, Diego, Gallegos, Marcela, Jiménez, Teresita, Martínez, Pía, Saravia, Susana, Cruzat-Mandich, Claudia, Díaz-Castrillón, Fernanda, Behar, Rosa, y Arancibia, Marcelo. (2016). Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 7(2), 116-124. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.05.001>
- Datareportal (2025). *Estadísticas globales de redes sociales*. <https://datareportal.com/social-media-users>
- De Berríos, OG y Briceño de Gómez, MY (2009). Enfoques epistemológicos que orientan la investigación de 4to. nivel. *Visión Gerencial*, (), 47-54. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545882009>
- Duch, L. y Mélich, J. (2005). Escenarios de la corporeidad. *Antropología de la vida cotidiana* 2/1. Editorial Trotta. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/Duch-Y-Melich-Escenarios-de-la-corporeidad.pdf>
- Duret, P., y Roussel, P. (2011). El cuerpo y sus sociologías. *Ciencias Sociales Y Educación*, 2(3), 169-200. Recuperado a partir de https://revistas.udem.edu.co/index.php/Ciencias_Sociales/article/view/809
- Echeverría, R. (1997). *El Búho de Minerva*. Santiago: Ed. Dolmen.
- Escobar, F. (19 de Mayo de 2018). Youtube. Obtenido de Post-estructuralismo y Deconstrucción: <https://www.youtube.com/watch?v=eGgSs182ngs>
- Esnaola, I. (2005). Imagen Corporal y Modelos Estéticos Corporales en la Adolescencia. *Análisis y modificación de conducta*. 2005, v. 31, n. 135; p. 5-22. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832486012.pdf>
- Espinar, E. y Gonzales, M. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género”. *Feminismo/s*. N. 14 (dic. 2009). ISSN 1696-8166, pp. 87-105. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/13302>

- Esteban, M. (2013). *Antropología Del Cuerpo- Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona. Bellaterra.
- Fasanelli, R., Galli, I., y Cañón-Rodríguez, M. F. (2021). El reconocimiento como proceso de interacción comunicativa: elementos para una reflexión desde la salud pública. *Revista de Salud Pública*, 23(1), 1–5. <https://doi.org/10.15446/rsap.v23n1.72714>
- Femenías, M. L. (2015). Posfundacionalismo y contingencia: Butler y el problema del sujeto. En M. L.
- Fernández, A., Lazcano, I. y Eguskiza, S. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Revista Científica de Educomunicación*, 61-69.
- Fernández-Bustos, Juan-Gregorio, González-Martí, Irene, Contreras, Onofre, y Cueva, Ricardo. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 47 (1), 25-33. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-05342015000100003&lng=en&tlng=es.
- Finol, M. y Vera, J. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: análisis teórico. *Revista Científica Mundo Recursivo Vol. 3 – Núm. 1, Enero – Junio – 2020*
- Forbes (2025^a). *Los multimillonarios famosos del mundo en 2025*.
<https://www.forbes.com/sites/monicahunter-hart/2025/04/01/the-worlds-celebrity-billionaires-2025/>
- Forbes. (2025B). Shakira. Forbes. <https://www.forbes.com/profile/shakira/>
- Foucault, M. (1978). *La verdad y las formas jurídicas*. Editorial Gedisa Barcelona (traducido en 1996)
- Foucault, M. (1994). *Dits et Écrits III, 1976-1979*, París, Gallimard, 1994, p. 465 (traducción de E. Castro)
- Gadamer, H-G. (1998). *Verdad y Método II. Ediciones Sígueme-Salamanca*
- Gadamer, H-G. (1999 – 2000). *Verdad y Método. Vol I y II*. Madrid: Ed. Sígueme.
- Galeano, M. M. E. (2004). *Diseños de proyectos de investigación cualitativa*. Fondo Editorial Universidad EAFIT.
https://books.google.com.co/books?id=Xkb78OSRMI8Cyprintsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_rycad=0#v=onepage&qyf=false

- Galeano, M. M. E. (2012). Estrategias de Investigación social cualitativa, el giro de la mirada. *La Carreta Editores*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://luisdoubbrontg.school.blog/wp-content/uploads/2021/04/galeano-m.-2004.-estrategias-de-investigacion-social-cualitativa.pdf
- Gama, L. (2021). El método hermenéutico de Hans-Georg Gadamer. *Escritos* 29, no. 62:17-32. doi: <http://dx.doi.org/10.18566/escr.v29n62.a02>
- Gas, S. (2019). ¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista? *Dossiers feministes*, 2019, 25: 147-167. <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/dossiers/article/view/3861>
- Gomáriz Moraga, E. (1992). Los estudios de género y sus fuentes epistemológicas: Periodización y perspectivas. FLACSO-Programa Chile, Serie Estudios Sociales, No. 38.
- Gómez-Urrutia, Verónica, y Jiménez Figueroa, Andrés. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia*, 29, e17430. Epub 27 de julio de 2022. <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- González Quintero, I. C., Pérez Ceballos, M. C., y Triana Osorio, L. A. (2019). Entre el límite y la posibilidad: la construcción de identidad de género en la escuela. *NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, II(9), 147-165. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571360752008>
- Guardián Fernández, A. (2007). El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socioeducativa. <http://repositorio.inie.ucr.ac.cr/bitstream/123456789/393/1/paradigama%20cualitativo.pdf>
- Haidar, J. y Rodríguez Alfaro, L. (1996). “Funcionamientos del poder y de la ideología en las prácticas discursivas”, en *Dimensión Antropológica*, vol. 7, mayo-agosto, 1996, pp. 73-111. Disponible en: <http://www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/?p=1456>
- Han, B. -C. (2013). Topología de la violencia. Titivillus.
- Hellemeyer, A. (2012). Michel Foucault: episteme, dispositivo y prácticas. IV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XIX Jornadas de Investigación VIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología -Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

- Hernández, Fernández y Baptista (1997). Metodología de la Investigación. México. Editorial McGraw-Hill.
- Herrera Herrera, E. (2025). Interacciones en las redes sociales y sus efectos en los vínculos interpersonales, la necesidad de aprobación y la identidad en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (75), 97-126.
<https://doi.org/10.35575/rvucn.n75a5>
- L., R. L., y casas, A. c. (2008). Enfoques para el análisis político. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Lamas, M. (1996). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. *Papeles de Población*, 2(8), 327–365.
- Lamas, M. (1996). La perspectiva de género. Tomado de La Tarea, *Revista de Educación y Cultura de la Sección 47 del SNTE*. No. 8. Enero- marzo 1996.
https://www.ses.unam.mx/curso2007/pdf/genero_perspectiva.pdf
- Lamas, M. (2000). Diferencias de género, sexo y diferencia sexual. Escuela Nacional de Antropología e Historia, México. Cuicuilco.
- Lazkano Arrillaga, I., Fernández de Arroyabe, A., y Eguskiza Sesumaga, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Revista Científica de Educomunicación*, 61-69.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life; Social planning and action research. *Human Relations*, 1(2), 143–153.
<https://doi.org/10.1177/001872674700100201>
- López, M. y Sánchez, C. (2019). La interacción y convivencia digital de las estudiantes en las redes sociales, Artículo, *Revista Nacional e Internacional de Educación Inclusiva* ISSN: 1889-4208.; e-ISSN 1989-4643. Volumen 12, Número 2, diciembre 2019,
file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/Dialnet-LaInteraccionYConvivenciaDigitalDeLosEstudiantesEn-7176412.pdf
- Lozano-Blasco, Raquel, y Soto-Sánchez, Alberto (2022). Violencia virtual contra el colectivo LGBTIQ+: Una revisión sistemática. *En-claves del Pensamiento*, XVI (31),1-19.[fecha de Consulta 3 de Agosto de 2022]. ISSN: 1870-879X. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=141170853012>

- Marín, J. (2009). El conocimiento pedagógico fundamentado en una epistemología de los sistemas complejos y una metodología hermenéutica. ISSN: 2011-8643 | Vol. 3 | No. 6 | 2009 | pp. 13-25
- Martínez Migueles, M. (2007). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. Primera Edición.
- Martínez-Ferrer, Belén y Moreno Ruiz, David (2017). *Dependencia de las redes sociales virtuales y violencia escolar en adolescentes*. Revista Internacional de Psicología del Desarrollo y la Educación, 2 (1), 105-114. [Fecha de Consulta 12 de Diciembre de 2021]. ISSN: 0214-9877. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349853220011>
- MayoClinic (2020). Cirugía estética. Consultado el 30 de marzo de 2022 en <https://www.mayoclinic.org/es-es/tests-procedures/cosmetic-surgery/about/pac-20385138>
- Meza Aguirre, J. A., & Castellar Paternina, N. P. (2012). La resignificación y redignificación del cuerpo en la escuela. *Actividad Física y Desarrollo Humano*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.24054/afdh.v4i1.1705>
- Mora, A. (2005). Guía para elaborar una propuesta de investigación. *Educación*, (29(2) pp. 67-97), recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44029206>
- Morales, E. (2023). ¿Qué investigamos cuando estudiamos la violencia en redes sociales en Colombia? una revisión sistemática de la literatura. *Investigación y Desarrollo*, 31 (2), 228-249. <https://doi.org/10.14482/indes.31.02.814.456>
- Moreno Ruiz, D. y Martínez Ferrer, B. (2017). Dependencia de las redes sociales virtuales y violencia escolar en adolescentes. *Revista de Psicología*, 1(1), 105-114. Obtenido de <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2017.n1.v2.923>
- Muehlenhard, C. L., y Peterson, Z. D. (2011). Distinguishing between sex and gender: History, current conceptualizations, and implications. *Sex Roles*, 64(11–12), 791–803. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9932-5>
- Oberst, U., Chamarro, A., y Rena, V. (2016). Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook. *Revista Científica de Educomunicación*, 48(24), 81-90.
- Observatorio de violencia de género en medios de comunicación VIGEM (2021) ¿Qué es violencia Digital? <https://ovigem.org/violencia-digital/>
- Oconor, L. Zaldívar, A. y Hernández, E. (2011). Un acercamiento al estudio de la integración de métodos teóricos en la investigación científica. *Revista Universitaria Arbitrada de*

- Investigación y Dialogo Académico, vol. 7 No. 1. Instituto Superior Politécnico José A. Echavarría. La Habana, Cuba.
- Olea, B. (2017). La estigmatización de la gordura femenina. reproducción simbólico-cultural del estatus social de la delgadez. (Des)Orden de género. Políticas y mercados del cuerpo en Chile (pp.299-329) Edition: 1Chapter: 11Publisher: CRANN Editores Editors: Jorge Pavez O.
https://www.researchgate.net/publication/311872887_La_estigmatizacion_de_la_gordura_femenina_Reproduccion_simbolico-cultural_del_estatus_social_de_la_delgadez
- Ovigem (2021). *Violencia Digital*. <https://ovigem.org/violencia-digital/>
- Peralta Cruz, Karen Johanna y Espitia Pa, Natalia. (2013). *Uso de modelantes estéticos, como proceso de la transformación corporal de mujeres transgeneristas*. Tabula Rasa , (19), 281-300. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttextpid=S1794-24892013000200013yln=enytlng=es.
- Pérez Serrano, G. (1998). Investigación cualitativa: retos e interrogantes: I. Métodos (2.ª ed.). La Muralla.
- Perrotta, G., Castañeda, C., Rodríguez, S., Trucco, M. y Quiroga, F. (2017). Identidad de género y nuevas formas del amor. Primer Encuentro Curioso: "¿Qué hay de nuevo en la Psicopatología, ¿qué hay de nuevo en el Amor?". Cátedra 2 de Psicopatología de la UBA, CABA.<https://www.aacademica.org/primer.encuentro.curioso/3.pdf>
- Prieto, M. y March, J. (2002). Paso a paso en el diseño de un estudio mediante grupos focales. Aten Primaria. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13029750>
- Puerta-Cortés, Diana Ximena y Carbonell, Xavier. (2013). Uso problemático de Internet en una muestra de estudiantes universitarios colombianos. Avances en Psicología Latinoamericana, 31 (3), 620-631.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttextpid=S1794-47242013000300012yln=enytlng=es.
- Raffino, M. E. (23 de septiembre de 2020). Concepto de Redes sociales. <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Raich, R. M. (2004). Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. Avances En Psicología Latinoamericana, 22(1), 15-27. Recuperado a partir de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/view/1261>

- Restrepo Gómez, B. (2002). Una Variante Pedagógica de la Investigación Acción Educativa. OEI-Revista Iberoamericana de Educación. [Documento en Línea] Recuperado de http://rieoei.org/inv_edu12.htm (consulta: 2022, marzo 24)
- Rodríguez, S., y Cruz, S. (2008). Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas. *Psicothema*, 20(1), 131-137.
- Rodríguez, Susana y Cruz, Soledad (2008). Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas. *Psicothema*, 20 (1), 131-137. [Fecha de Consulta 12 de Octubre de 2021]. ISSN: 0214-9915. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72720118>
- Rubiano, J. A. (2018). Indicadores corporales y representaciones sociales acerca de la estética en jóvenes a partir de sus fotos de perfil en Facebook.[Tesis de posgrado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio institucional, Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://doi.org/DOI:10.15332/tg.mae.2018.00498>
- Ruido, P. A., Rodríguez Castro, Y., Lameiras Fernández, M., y Carrera Fernández, M. (2015). Hábitos de uso en las Redes Sociales de los y las adolescentes: análisis de género. *Revista de estudios e investigación en psicología y educación*, 15(13). Obtenido de DOI: 10.17979/reipe.2015.0.13.317
- Sabater Fernández, C., y Fernández, J. B. (2015). *No, sin mi móvil*. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías. *Icono* 14, 13(1), 208–246. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i1.722>
- Sau, V. (2021). La utilidad de la categoría de género. Editorial Digital Feminista Victoria Sau 2021. <https://editorialfeministavs.com/genero.html#:~:text=Scott%20define%20el%20g%C3%A9nero%20en,significantes%20de%20poder%E2%80%9D%20que%20va>
- Scott, J. (2008). Género e historia. México, Universidad autónoma de la Universidad de México.
- Scott, J. W. (1996). El género: una categoría útil para el análisis histórico. México: Ediciones de buena tinta, S.A. <https://www.smujerescoahuila.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/scott.pdf>
- Scott, WR (2008). Instituciones y organizaciones: ideas e intereses, 3.^a ed. Sage Publications, Los Ángeles, CA.
- Sierra G., Luis Ignacio. (2010). El poder de las redes y las redes del poder en el entorno tecnológico de la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 558-561. Retrieved

- August 16, 2026, from
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232010000200039&lng=en&tlng=es.
- Silverio, M. (2023). Estadísticas y usuarios activos de TikTok (2023).
<https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas#:~:text=TikTok%20cuenta%20con%20m%C3%A1s%20de,en%20julio%20de%202023>.
- Solís, R. G., Basulto Gallegos, O., y Mendoza Riquelme, C. (2018). Tecnologías digitales e imagen corporal en jóvenes chilenos de segmentos medios: un estudio de caso mediante ciberetnografía. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (137), 129-152.
- Urdangarín, G. (2015). Cosificación en adolescentes en redes sociales. Universidad del país Vasco.
<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16124/Garazi%20Urdangarin%20MALa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Urra Medina, Eugenia. (2007). La Teoría Feminista Post-Estructuralista y su Utilidad En La Ciencia De Enfermería. *Ciencia y enfermería*, 13 (2), 9-16.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95532007000200002>
- Urra, E., Muñoz, A., y Peña, J.. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud. *Enfermería universitaria*, 10(2), 50-57. Recuperado en 01 de agosto de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-70632013000200004&lng=es&tlng=es.
- Valero, D. (2008). *La dependencia tecnológica del cuerpo femenino*. Centro Multimedia de Información, Sensibilización y Formación para las Mujeres.
- Vázquez, C., y Fernández Mouján, J. (2016). Adolescencia y sociedad. la construcción de identidad en tiempos de inmediatez. *PSOCIAL*, 2 (1), 38-55.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672371001005>
- Vélez, O. L., y Galeano, M. E. (2002). *Investigación cualitativa estado del arte de las fuentes documentales en la Investigación Cualitativa*. Medellín: Centro de Investigaciones Sociales y Humanas Universidad de Antioquia.
- Vergés Bosch, N., Hache, A., Manzanares Reyes, G., Escobar, M. M., Quijano Rosado, H., Cornelio, I., & Anamhoo. (2017). Redes sociales en perspectiva de género: Guía para

- conocer y contrarrestar las violencias de género on-line. Instituto Andaluz de Administración Pública. <https://doi.org/10.46735/iaap-pub.45>
- Vergara, Gonzalez. L. (2020). *Imagen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en etapa de adolescencia temprana*. Universidad de Chile, Tesis de Maestría. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/176181>
- Vespa, A. (2026, 7 de enero). Los influencers colombianos con más seguidores [2026]. TreceBits. <https://www.trecebits.com/influencers-colombianos-mas-seguidores/>
- Villamil, O. (2005). Investigación cualitativa, como propuesta metodológica para el abordaje de investigaciones de terapia ocupacional. Comunidad Umbral Científico, núm. 2, junio, 2003, p.0 Universidad Manuela Beltrán Bogotá, Colombia. <http://www.redalyc.org/pdf/304/30400207.pdf>
- Yae-Jin Ha (2019). Cómo la cirugía de párpados se ha convertido en algo obligatorio para muchos jóvenes coreanos. Consultado el 28 de marzo en <https://www.vice.com/es/article/8xyzag/cirugia-parpados-corea>

