



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE IBARRA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

LA INFLUENCIA DE INSTAGRAM EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AUTOESTIMA  
DE LAS JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS EN IBARRA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

7. EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN, CULTURAS, SOCIEDAD Y VALORES.

AUTOR/A: MARÍA PAULA MARULANDA

IBARRA, SEPTIEMBRE – 2022

Ibarra, septiembre de 2022

Ph.D. Yalitza Ramos

ASESOR

**CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas (CSH), de la Pontificia Universidad católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



(f) .....

Ph. D Yalitza Ramos

C.C.: 1757057391

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f): .....

Ph. D Yalitza Ramos

C.C.: 1757057391



(f): .....

Mgs. Viviana Galarza

C.C.: 1003002522



(f): .....

Mgs. Viviana Trejo

C.C.: 1003556394

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo María Paula Marulanda, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad d ellos autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilizaciones de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, septiembre de 2022




f): .....

María Paula Marulanda Cruz

Pas: AT833437

## AUTORÍA

Yo, María Paula Marulanda, portador del pasaporte: AT833437, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f):  .....

María Paula Marulanda Cruz

Pas: AT833437

## DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: MARÍA PAULA MARULANDA, con Pasaporte: AT833437, autor del trabajo de grado intitulado: “LA INFLUENCIA DE INSTAGRAM EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AUTOESTIMA DE LAS JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS EN IBARRA” previo a la obtención del título profesional de “Licenciatura en comunicación”, en la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas (ECSH)

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE-SI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra 23 de septiembre de 2022



(f.) .....

María Paula Marulanda

AT833437

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo investigativo a mis padres por ser el pilar fundamental para que hoy este aquí, desde sus enseñanzas me han permitido construir sueños y posibilidades cuando parecía que no existía nada, a mi hermano, por estar siempre para mí y acompañarme en mis desvelos, a mis amigos por el apoyo incondicional y la planta docente en general, por cada una de sus enseñanzas que me han permitido ser una profesional de bien y continuar cumpliendo las metas que quiero para mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Mediante el presente trabajo de investigación quiero agradecer a cada uno de los que intervinieron en todo este proceso de aprendizaje que tuvo subidas y bajadas por motivarme a continuar día a día.

Primero a Dios por sostenerme y ayudarme a seguir adelante, porque día tras día me ha permitido vencer todos aquellos obstáculos que se presentaban, pero, sobre todo, por darme la fortaleza para continuar a lo largo del camino, superando cada barrera.

A mis queridos padres, docentes y amigos quienes han sido mi impulso, mi fortaleza y mi sustento para continuar y poder llegar a las metas que me propuse con la nobleza y la dedicación de seguir los caminos del bien y desde esa perspectiva, contribuir en una sociedad mucho más justa desde la comunicación.

Pero sobre todo a mis mejores amigos, por la paciencia, el cariño, el sustento, por acompañarme y sostenerme cuando quería rendirme, por siempre estar para mí y enseñarme lo que significa la lealtad.

## ÍNDICE

Resumen y palabras clave.....	
Abstract.....	
Introducción.....	
Objetivo general.....	
Objetivos específicos.....	
1. Estado del arte.....	1
1.1 Contexto y evolución del problema.....	1
1.2 La evolución de las redes sociales en el mundo hoy.....	2
1.3 La autoestima en el desarrollo del individuo.....	3
1.3.1 Autoafirmación.....	4
1.3.2 Trastornos de conducta alimentaria.....	5
1.4 Estereotipos.....	6
1.4.1 Representaciones de género.....	7
1.5 La influencia de las RR. SS en la imagen.....	9
1.5.1 El cuerpo femenino en Instagram.....	10
1.5.2 Comparación social.....	12
1.6. ¿Qué es el ideal de belleza? .....	13
1.7 Los filtros y su influencia.....	14
1.8 Narcicismo.....	16
2. Materiales y métodos.....	17
a) Método.....	18
b) Técnica.....	18
c) Instrumento.....	19
d) Corpus.....	22
e) Interpretación.....	22
3. Resultados y discusión.....	42
4. Conclusiones.....	44
4.1 Recomendaciones.....	44
5. Bibliografía.....	45
6. Turniting.....	

7. Anexos.....	50
----------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variables análisis de contenido.....	20
Tabla 2: Generalidades de las cuentas.....	22
Tabla 3: Selección fotografías.....	23
Tabla 4: Construcciones sociales.....	23
Tabla 5: Estereotipos en Instagram.....	25
Tabla 6: Tecnicidades fotográficas .....	26
Tabla 7: Entrevista 1.....	27
Tabla 8: Entrevista 2.....	30
Tabla 9: Entrevista 3.....	35
Tabla 10: Entrevista 4.....	38

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Enfoque Mixto.....	17
------------------------------	----

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la relación que existe entre las redes sociales y la construcción de la autoestima en las jóvenes de Ibarra considerando la importancia que tiene la misma en el desarrollo personal y su repercusión en la cotidianidad. Para ello se buscó definir la forma en la que se perciben los estereotipos dentro de los ambientes digitales, estudiando las distintas maneras en la que los mismos pueden presentarse, pero sobre todo observando de forma directa los espacios digitales como Instagram debido a que es una de las redes que más se presta para la presentación y replica de estereotipos.

Teniendo en cuenta lo anterior se realizó un análisis de contenido mixto en treinta cuentas de Instagram que fueron elegidas mediante una serie de parámetros que establecieron la relevancia de las mismas dentro de la ciudad de Ibarra y la influencia ya sea de factores internos o externos en la autoestima, dicha información fue contrastada mediante entrevistas buscando identificar a través de las fuentes principales si la observación de la realidad desde lo gráfico es suficiente para determinar ciertos aspectos que están ligados a la personalidad y el desarrollo de la misma.

Obteniendo como resultado que la relación que existe entre Instagram y la autoestima está totalmente relacionada al contenido que se consume y la capacidad de cada persona de digerirlo, debido a que el ámbito gráfico tiene un alto impacto dentro de la nueva realidad, pero también sobre el autoconcepto que tienen los individuos sobre si mismos y la influencia de las redes sociales en la construcción constante de estereotipos que muchas veces son presentados como la forma correcta de hacer algo, generando una comparación entre lo que socialmente está bien y lo que es sano, teniendo en cuenta que la perfección recae en la percepción que se tiene sobre algo.

**Palabras clave:** Autoestima, autoconcepto, personalidad, estereotipo, redes sociales.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to analyze the relationship between social networks and the construction of self-esteem in young women in Ibarra, considering the importance of self-esteem in personal development and its impact on daily life. To this end, we sought to define the way in which stereotypes are perceived within digital environments, studying the different ways in which they can be presented, but especially by directly observing digital spaces such as Instagram because it is one of the networks that most lends itself to the presentation and replication of stereotypes.

Taking into account the above, a mixed content analysis was conducted in thirty Instagram accounts that were chosen through a series of parameters that established the relevance of the same within the city of Ibarra and the influence of either internal or external factors on self-esteem, such information was contrasted through interviews seeking to identify through the main sources if the observation of reality from the graphic is sufficient to determine certain aspects that are linked to personality and the development of the same.

Obtaining as a result that the relationship that exists between Instagram and self-esteem is totally related to the content that is consumed and the ability of each person to digest it, because the graphic field has a high impact within the new reality, but also on the self-concept that individuals have about themselves and the influence of social networks in the constant construction of stereotypes that are often presented as the right way to do something, generating a comparison between what is socially right and what is healthy, taking into account that perfection lies in the perception that one has about something.

**Key words:** Self-esteem, self-concept, personality, stereotype, social networks.

## INTRODUCCIÓN

El concepto de perfección o de belleza ha evolucionado a lo largo de la historia marcando estereotipos o percepciones por lo que para esta investigación se observa cómo se da esto dentro de las redes sociales como Instagram. El ideal de belleza o los estereotipos suelen ser una construcción que se da dentro de las sociedades que suelen estar sujetos a la percepción que se tiene sobre algo. Eco (2004) menciona que “Bello- al igual que gracioso, bonito, o bien sublime, maravilloso, soberbio y expresiones similares- es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta” (p.8)

El objetivo principal de esta investigación fue analizar las relaciones que existen entre las redes sociales y el desarrollo del ser humano, desde el punto de vista de la autoestima en las jóvenes de Ibarra, teniendo en cuenta la definición de lo que es bello dentro de este contexto y la forma en la que se construye alrededor de la cultura, la sociedad y la forma en la que la misma se presenta dentro de las redes sociales, buscando definir cuáles son los estereotipos más presentes dentro de los ambientes digitales, por lo que se realizó un análisis de contenido de carácter mixto, con la finalidad de determinar ciertas variables, como lo fueron las construcciones sociales desde la observación gráfica de la red social Instagram. Para lo mismo se establecieron determinados parámetros como cuál es la influencia y el impacto de determinadas funciones que la aplicación dispone y cuál es la relación con la forma en la que las jóvenes empiezan a observarse y a generar criterios propios sobre el desarrollo de su personalidad en determinadas etapas de crecimiento, debido a que las redes sociales tienen mucha influencia sobre su consumidor, principalmente por su poder visual, debido a que por medio del contenido que se publica se perpetua un concepto de ideal de belleza o estereotipo.

Los estándares refuerzan inseguridades y resaltan bellezas irreales dentro de espacios digitales que permiten o están expuestos a múltiples modificaciones, que también está relacionado con la incapacidad humana de tolerar determinados comentarios negativos, autores como Bandura et al. (1974) menciona que hay respuestas que pueden tener actitudes no esperadas por el individuo, estas pueden estar en función de dos cosas: el miedo a actitudes negativas que vienen de las otras personas y la respuesta propia. Siendo útil identificar las influencias sociales que promueven el miedo al rechazo y las constantes respuestas de autocastigo por las equivocaciones o defectos, buscando que se determine qué factores afectan las relaciones naturales de la sociedad dentro de un grupo y cuál es su

influencia en la conducta de las personas. Siendo Instagram una red social que ha influenciado a gran escala la cotidianidad de sus usuarios y que ha evidenciado que el uso constante de esta red social podría tener cierta influencia en la autoestima, el desarrollo de la personalidad, las inseguridades desde la insatisfacción física y la relación directa con la comunicación de ideales de belleza, imponiendo estereotipos inalcanzables.

Los objetivos principales de esta investigación estaban totalmente relacionados a la forma en la que los contenidos gráficos se relacionaban con la forma en la que construimos nuestra personalidad y la influencia de los estereotipos en la misma, por lo que se analizó desde distintas aristas, pero también se determinaron ciertos aspectos que buscan responder a la relación de Instagram con la influencia de los contenidos en la cotidianidad.

## **OBJETIVO GENERAL**

Analizar los estereotipos que tienen las jóvenes en Ibarra a partir de los contenidos publicados en Instagram, para evidenciar la influencia de los mismos en la construcción de la autoestima.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar el efecto que produce la red social Instagram desde los contenidos audiovisuales en la construcción de la estética (imagen) femenina y sus estereotipos mediante técnicas e instrumentos metodológicos.
- Realizar la revisión literaria para teorizar los efectos la influencia de Instagram en la construcción de la autoestima, buscando identificar la relación de la representación social que le dan las jóvenes a los ideales de belleza y su influencia con la construcción de la autoestima, teniendo en cuenta los contenidos expuestos en Instagram a través del método de observación y la técnica de análisis de contenido.
- Demostrar el impacto que provoca el contenido de Instagram frente al autoestima y personalidad de las jóvenes.

## **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Qué tipo de relación comunicacional existe entre las mujeres y el contenido publicado en Instagram?
- ¿Cómo influyen los estereotipos dados en Instagram en la construcción de la autoestima de las jóvenes de Ibarra?
- ¿Cómo han influido la red social Instagram en la conducta de las jóvenes frente a la salud mental y la aceptación propia?

## **1. ESTADO DEL ARTE**

### *1.1 Contexto y evolución del problema*

Las redes sociales son una de las temáticas más mencionadas en la actualidad, por muchas fuentes comunicacionales, algunas, están siendo consideradas como la principal transmisión de información.

Debido a la expansión de la pandemia y los constantes cambios a los que la sociedad se enfrentó en la cotidianidad, se han generado determinadas investigaciones enfocadas o direccionadas al impacto que tienen las redes sociales para lograr persuadir o convencer a alguien en un intento de construir una imagen o percepciones de la realidad casi perfecta. Ejemplo de este impacto, es que, desde los discursos comunicacionales, plataformas como *Instagram*, generan amenazas constantes en la autoestima de los jóvenes propensos a sufrir afectaciones a su salud mental y física.

Según Choque Canaza (2018) con el tiempo, las redes sociales han absorbido determinados espacios sociales, hasta el punto, que hace algunos años fueron consideradas inmodificables. La influencia de las redes sociales en los espacios políticos, económicos y culturales, alteraron las funciones de los roles sociales en las normas, comportamientos y los derechos definidos social y culturalmente.

En el mundo digital y en la sociedad en general- teniendo en cuenta que cuando se asentó el término Web 2.0- determinados procesos crearon nuevas relaciones interpersonales que modificaron las pautas y conductas de los patrones sociales. Creando comunidades en pro del reconocimiento y seguridad desde la perspectiva de la imposición de nuevas formas de comunicar a través de plataformas como *Instagram*. Los individuos y las personas con sensación de desamparo lograrían crear lugares más seguros en la construcción falsa de estabilidad, desde la visión de las constantes problemáticas que se evidencian en el mundo exterior.

Las redes sociales van mucho más allá de un contexto cultural actual, las mismas que se han convertido en las herramientas fundamentales a la hora de marcar parámetros en la construcción de la personalidad. Según Santos Díaz (2018) “La figura del prosumidor de contenido digital construye su propio yo, consumiendo elementos digitales identitarios y ese resultado puede ser consumido por otros para la construcción de su propia identidad” (p.5).

En este sentido, la identidad no solo está ligada a la experiencia sino también a entornos sociales que se construyen dentro de lo digital, a través de procesos de consumo que tiene repercusiones en el contexto actual de la sociedad.

Sumado a lo expuesto con anterioridad, algunos de los procesos sociales que más repercusión tienen para las mujeres es la objetivización dentro de las redes sociales llegando a provocar una visión cosificadora de sí mismas con un impacto colectivo, teniendo como consecuencia que las mujeres crezcan dentro de un entorno que las empuja a aceptar imaginarios físicos específicos estando constantemente vinculadas a estándares casi imposibles de alcanzar (Santos Díaz, 2018). Así, las mujeres se desarrollan dentro de procesos mentales muy limitados, que no permiten que su identidad esté dentro de la libertad, sino en un constante patrón social.

### *1.2 La evolución de las redes sociales en el mundo hoy*

El internet se remonta a muchos años atrás, donde su principal uso era para la guerra, que buscaba descifrar las tácticas de los países enemigos, sin embargo, este ha ido desarrollándose hasta llegar a las redes sociales y volverse uno de los principales medios de comunicación actual. Carlini (2018) define a la red de la siguiente manera:

La red es la base de lo que hoy consideramos imprescindible a la hora de relacionarnos con el mundo exterior. Si hablamos con las nuevas generaciones, Internet no es nada más que *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Tumblr, LinkedIn*, etcétera, conocidas como redes sociales. Hoy en día, las redes sociales representan una parte esencial de nuestras vidas, se trata de unas herramientas que se utilizan tanto con finalidades interactivas como educativas, informativas o de entretenimiento. Las personas no solo quieren, sino que necesitan usar estas nuevas herramientas, es una forma de eliminar esas barreras que antes dificultaban cualquier tipo de comunicación con personas o mundos lejanos. (p.3)

Por lo que, la constante evolución de la misma no solo ha generado un impacto en la vida diaria de los individuos, sino que empieza a crear nuevas formas de vida y relaciones interpersonales, porque ahora las personas no solo se reducen a una llamada telefónica, sino a enviar una foto, hacer comentarios, dar likes, enviar mensajes instantáneos y múltiples posibilidades que han nacido con la evolución de las redes sociales, donde cada día estas se

reinventan, incluyendo a la sociedad en procesos de cambio, generando una relación directa con dichos contextos digitales.

Por otro lado, las redes sociales como *Instagram*, cada día tienen un impacto más alto, debido a su capacidad de adaptarse a toda situación, desde compartir la vida diaria, hasta generar emprendimientos virtuales, todo desde la imagen, con algoritmos altamente exigentes que también tienen un cierto grado de culpabilidad en determinados procesos emocionales y de desarrollo personal de los individuos. Riera (2018) menciona que *Instagram*, se ha convertido en un medio de autopresentación, especialmente en la población joven, por ejemplo, algunos usuarios usan la aplicación para relajarse o evadir sus problemas mirando fotografías, teniendo cierta inclinación por los perfiles que tienen intereses afines o tienen cierto grado de popularidad. Asimismo, las redes van adaptándose a las necesidades del usuario, pero del mismo modo, puede llegar a generar necesidades que antes no tenía, con el propósito de enganchar constantemente a los internautas dentro de las plataformas.

### *1.3 La autoestima en el desarrollo del individuo*

La autoestima es una de las bases fundamentales en el desarrollo del ser humano por lo que es necesario reconocer la importancia de la misma dentro de la construcción individual. Bandura et al. (1974) menciona que hay respuestas que pueden tener actitudes no esperadas por el individuo, estas pueden estar en función de dos cosas: el miedo a actitudes negativas que vienen de las otras personas y la respuesta propia. Siendo útil identificar las influencias sociales que promueven el miedo al rechazo y las constantes respuestas de autocastigo por las equivocaciones o defectos, buscando que se determine qué factores afectan las relaciones naturales de la sociedad dentro de un grupo y cuál es su influencia en la conducta de las personas.

Dichas necesidades en el contexto actual tienen mucha más trascendencia, debido a la capacidad del ser de promover la expresión de sus sentimientos y trabajar contentamente en las falencias de los mismos. Sin embargo, es una temática que abarca muchas complejidades y al mismo tiempo innumerables investigaciones que reflejan distintas opiniones, por ejemplo, Giraldo y Holguín (2017) mencionan que “Por la cualidad de ser humanos, se tiene la necesidad de vivir en comunidad y de tener un otro que le permite al sujeto estructurar su autoestima y poder sobrevivir en su entorno” (p.3)

Por consiguiente, este tipo de factores tienden a desencadenar determinados comportamientos en los individuos, causando un impacto en varias áreas, como la forma en la que digieren la información proporcionada por el ciberespacio y por consecuencia una percepción distorsionada de la autoestima que se adapta a los parámetros sociales y constantes limitantes que se construyen desde la sociedad hasta la individualidad pero que va en contra de una construcción de identidad sana.

Sigmund Freud (1921) menciona que un individuo puede ser movido a un estado en el que pierde su personalidad consciente, es decir que no tiene capacidad de decisión frente determinadas situaciones, obedeciendo a sugerencias de quien le hizo perder la consciencia frente a su vida en general, por lo que puede cometer actos que vayan en contra de su carácter y costumbres, en la constante búsqueda de aceptación o encaje en las masas.

### *1.3.1 Autoafirmación*

Es la capacidad que posee cada individuo de reconocerse, la construcción de su propia realidad desde sus experiencias, sin la influencia de otros, es decir, la capacidad que posee cada individuo de no permitir que sus construcciones personales estén influenciadas por creencias externas a las propias que buscan modificar el criterio. Según Santana y Tapia (2018) el ser humano puede encontrarse en múltiples situaciones en las cuales su opinión pueda verse limitada por la de otras personas, es decir, no se puede expresar con libertad, sin embargo, el sujeto debería contar con un adecuado nivel de autoafirmación y confianza para no permitir estos procesos de influencia y así, transmitir lo que piensa frente a la realidad que está viviendo.

Pero es necesario mencionar que la autoafirmación está ligada al autoconcepto de un individuo cuyas experiencias determinan la formación de ambas. “En la adolescencia, el autoconcepto se vuelve un elemento importante para la satisfacción de una de las tareas de desarrollo más importantes: la identidad” Echeverría et al. (2020) en ese sentido, la autoestima y sus derivados necesitan de una constante estimulación propia que se consolide en el criterio, pero está siempre se ve tergiversada por factores externos, en este caso las redes sociales, que con el persistente modelo de perfección, modifica algunas creencias mentales, por ejemplo, Rivas (2020) afirma que:

La baja autoestima se relaciona de forma clara con el uso de una red cuando este uso es excesivo. Sin embargo, a falta de estudios que aclaren la influencia de la autoestima en el uso de Instagram y, teniendo en cuenta que son mayoritarias las afirmaciones que señalan relaciones negativas entre la autoestima y el uso excesivo de redes como Facebook, se plantea que la baja autoestima se asociará a un mayor uso e intrusión de *Instagram*. (p.24)

Es por eso que es necesario generar una autoafirmación estable, tratando de evitar una construcción errónea de la misma, siendo influenciada esta por las redes sociales u opiniones externas, desencadenando circunstancias que generan cambios en el proceso normal del desarrollo de la autoestima, teniendo como consecuencia vacíos emocionales o la necesidad constante de la aprobación de otros frente a acciones de la cotidianidad en entornos digitales, abarcando la capacidad del discurso de tergiversar la autoafirmación y así determinar un bucle de información que podría llegar a convertirse en linealidades o parámetros sociales tóxicos pero irreconocibles por los usuarios.

### 1.3.2 *Trastornos de conducta alimentaria*

Los trastornos alimenticios pueden generarse por muchos aspectos, entre ellos, la baja autoestima y la constante comparación social, teniendo en cuenta la interiorización de la cultura de la delgadez y el nuevo enemigo de los jóvenes, que son las redes sociales y sus múltiples modelos con cuerpos perfectos. Por ejemplo, autores como Ojeada y López et al. (2021) mencionan que:

Los *influencers* juegan un papel muy importante en estos ideales y fenómenos que suscitan a la delgadez y la perfección del cuerpo, ya que, tras ganarse la confianza y amistad de sus seguidores, comparten contenido sobre sus dietas y ejercicios, mostrando a su vez, que la apariencia física es un pilar fundamental para su felicidad. Esto, además, consigue que los menores de edad se identifiquen con los roles mostrados en dicho contenido, creando así dependencia entre *Influencer* y seguidores. (p.5)

De acuerdo a lo anterior, las redes sociales no solo juegan un papel fundamental importante en la vida de los usuarios, sino que también son una de las representaciones más fuertes dentro de nuestra sociedad actual, siendo un modelo a seguir e incluso esto podría detonar

muchos impactos en los jóvenes hoy, debido a los discursos constantes de los influencers frente a la salud y las constantes dietas, como si el ejercicio fuera la principal fuente de felicidad en la vida de un Influencer.

También es importante mencionar los TCA representan en la actualidad, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), es uno de los problemas de salud más importante en la humanidad, debido a la cantidad de personas afectadas, debido a que estas van en aumento y ocasionan gran cantidad de muertes. Teniendo en cuenta que se trata de enfermedades que necesitan tratamientos largos y que pueden llegar a ser crónicas hasta causar la muerte. (Vargas, 2013, p:2) menciona que estos trastornos se ven afectados por el ideal de belleza que propagan los medios de comunicación de extrema delgadez, una idea de belleza representada por modelos, mujeres y hombres cuyas proporciones, peso y estatura son una auténtica excepción estadística. Nos enfrentamos a ideales que muestran la delgadez como símbolo de independencia, éxito social, personal y profesional.

Tomando en cuenta que esta enfermedad compromete aspectos fundamentales del desarrollo psíquico a estas edades, como la autoestima, la autonomía y las habilidades sociales, además de las consecuencias potencialmente graves que produce en la salud física del adolescente, se puede deducir la importancia que tiene el apropiado conocimiento y manejo de estas patologías. Cabe recalcar que los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en este último tiempo han tenido gran crecimiento en países occidentales por lo general industrializados en un (0.5 a 1%), produciéndose la gran mayoría de ellos en mujeres de nivel socioeconómico medio o alto, con una edad promedio de inicio en el 85% de los casos, entre 13 y 20 años. (Marín, 2002, párr. 3)

#### *1.4 Estereotipos*

Los estereotipos son uno de los patrones más impregnados dentro de la sociedad, incluso en la actualidad son mucho más limitantes, Fernández (2016) plantea que los estereotipos ejercen tres funciones fundamentales: la cognitiva, la social y la literaria. Siendo la cognitiva un estereotipo con procesos en los que se determina cómo las personas desarrollan desde sus vivencias la percepción de la realidad, que está totalmente ligada a las experiencias en sociedad y la organización grupal, sin embargo, esta función social tiene sus variantes negativas, como lo son la defensa del grupo ante la agresión que provocaría un rechazo hacia lo diferente y por último está el estereotipo desde la función literaria, que es la relación entre

el autor y el lector, la cual permite relacionarse con la audiencia a través de mensajes o textos específicos.

Fernández (2016) también menciona que:

Otra de sus características es la repetición, a la que se podrían añadir otras dos: la obligación y la asociación, es decir, que el empleo de estereotipos supone una asociación de ideas que implica que su uso se convierta en algo casi automático, obligatorio. (p.4)

De este modo, se puede evidenciar que los estereotipos están formados por distintos parámetros culturales que tienen determinadas influencias en el individuo y un proceso que tiende a la repetición es decir, son discursos o ideas que suelen tener reproducciones dentro de los entornos sociales pero que han tenido mayor alcance en los ambientes digitales, teniendo en cuenta las características de dichos ambientes, como la capacidad de la información de ser digerible y replicable, casi como un discurso unificado que se puede llegar a convertir en realidad en la mente del usuario.

Eco (2004) menciona que “Bello- al igual que gracioso, bonito, o bien sublime, maravilloso, soberbio y expresiones similares- es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta” (p.8)

Por lo general, lo que entra dentro de los “gustos” tiene cierta influencia por parte de la sociedad, debido a que la misma plantea ciertos estándares que buscan definir lo que esta socialmente correcto y lo que no.

Las redes sociales, en concreto aquellas que están destinadas a la publicación de fotografías, juegan un papel muy importante. Esto es debido a que, en estas plataformas, las imágenes que se ofrecen intentan mostrar un perfil lo más perfecto posible. Esto puede generar inseguridades en los usuarios que visualizan el contenido, pudiendo llegar a provocar conductas que pueden dañar la salud con motivo de cambiar algún aspecto físico mediante dieta o deporte excesivo. (Romo, 2020, p:3)

#### *1.4.1 Representaciones de género*

La vida humana durante toda su existencia ha planteado determinados pensamientos que siguen siendo recurrentes en la actualidad, incluso con los constantes intentos de ser

cambiados en la sociedad actual, autores como De Piero y Narvaja (2018) mencionan que “los estereotipos prescriptivos refieren a la construcción social de lo que es ser mujer y hombre y determinan el significado de tener una sexualidad femenina o masculina que, desde luego no son conceptos naturales, sino históricos, culturales, psíquicos, sociales y relacionales” (p.4)

Las representaciones de género, son una arista de los estereotipos, son una construcción histórica que tiene el mismo proceso informativo, es decir, tiene la capacidad de replicarse y convertirse en un concepto casi universal, hay muchos factores que influyen en este proceso, por ejemplo Arévalo y Martínez (2021) plantean que las expectativas sociales, que son reforzadas por la constante ausencia de modelos de construcción de identidad, podrían funcionar como procesos de contraste que son favorecidas, por la “socialización individual” de cada individuo dentro de la sociedad, sin embargo, este no es el único elemento que tiene mucha influencia en la construcción de las representaciones de género totalmente homogéneas.

Arévalo et. al (2021) menciona que las mujeres suelen ser protagonistas siempre y cuando estén solas, sin ninguna presencia masculina en las fotografías subidas a redes, mientras que si las mujeres se encuentran en un grupo con hombres, el protagonista suele ser mixto, pero también que hay imágenes en las que los hombres suelen tener protagonismo, mientras que las mujeres jamás tienen protagonismo si existen hombres presentes dentro de las mismas, marcando una trascendencia en la representación del género en internet, más enfocado dentro de las redes sociales.

Cuenca et. al (2020) Los estereotipos suelen ser replicados por distintos creadores de contenido dentro de la plataforma y estos están direccionados de acuerdo con el género. A pesar de que muchos de ellos cuentan con estudios superiores, emprendimientos exitosos, las influencers femeninas no explotan muchas veces su capacidad intelectual, debido a que estas no son las características principales observadas por las marcas al contratar sus servicios. En cambio, su físico es una de las cosas que más influye o es más considerado por parte de los auspiciantes a la hora de generar contratos y por ello, es uno de los aspectos que las mismas ponen dentro del foco de atención y de la misma forma lo comunican, cayendo de nuevo en ese círculo constante de poner estándares altos en grupos reducidos dentro de los ambientes digitales, con tal de vender algo.

### *1.5 La influencia de las RR. SS en la imagen*

Las redes sociales suelen tener cierta influencia en la imagen, por lo que son espacios netamente visuales, pero también las percepciones mentales que se tiene frente a determinados grupos. Según el estudio de Brito (2019) al analizar 392 portada de Facebook, se evidenció que el 45,7% de los anuncios presentaba al menos a una mujer, el 23,5% mostraba algún grado de desnudez y el 39,5% sugería contenido sexualmente explícito y erótico, demostrando que determinada información persistente puede distorsionar la imagen mental de algo, objetivando a la mujer, pero también sobreponiendo estereotipos que suelen ser reforzados en la web, dando paso a la existencia de sesgos, debido a la correlación de lo que se ve con lo que se cree, llegando a tener influencias en los individuos y definición de cuáles deberían ser los comportamientos o parámetros frente a determinadas temáticas.

En otras palabras, las múltiples imágenes que el espectador ve a diario dentro de las redes sociales llegan a generar determinados significados erróneos frente a determinados conceptos, por ejemplo, la imagen femenina y los estereotipos que se remontan no solo al contexto actual, sino también a una posible construcción de afirmaciones desde los medios o redes. Por ejemplo, Brito (2019) en su estudio concluyó que la imagen si puede ser distorsionada, si es usada como estímulo en una forma no adecuada dejando un significado general, es decir, la relación que se muestra del significado respecto a las imágenes, hace que el espectador de dichas portadas deduzca un significado diferente, lo que puede dar paso a una percepción distorsionada de la mujer desde el proceso visual y su relación con el usuario, haciendo énfasis en las múltiples imágenes que se ven a diario dentro de las redes sociales y su relación con los constantes significados que pueden llegar a ser erróneos frente a determinados conceptos, reiterando en la imagen femenina y los estereotipos que se han construido desde la antigüedad hasta el contexto actual, partiendo desde los medios hasta las redes sociales.

Del mismo modo, autores como Sánchez et al. (2020) afirman que las redes sociales representan una evolución de expresión y comunicación, teniendo en cuenta las formas de relacionarse de las personas dentro de los grupos sociales, los cuales también puede llegar a permitir ciertos estereotipos que dada la idealización a nivel global dentro de la sociedad, estos pueden ser perjudiciales y peligrosos para aquellos que con el constante afán de encajar los reproducen, hasta el punto de poner en riesgo su salud mental y relaciones

interpersonales, debido a que constantemente buscan la aceptación o incluso ser parte de cualquier contexto digital al que puedan incluirse, replicando procesos estereotipados dentro de la cotidianidad en dichos espacios.

Como menciona Díaz (Citado por Sánchez et al. 2020) el ideal se puede mostrar como un espacio donde las apariencias, los rangos, el género o la etnia pasan a ser un segundo plano generando una transición a una analogía del mundo físico donde la identidad está llena de virtud y carencias. Por ello, una fotografía con estas cualidades se convierte en una representación de cómo la persona quiere ser vista y la construcción de cómo considera que deberían verle los demás, buscando así, llamar la atención, siendo esta una representación de cómo quiere el individuo ser notado dentro de estos espacios, tratando de ser un foco de interés entre los millones de usuarios. Arrojando como resultado, un crecimiento en las “vistas y likes” del perfil personal, lo que daría paso a una forma de vida que carece de sentido a partir de la aprobación y esta percepción de la realidad trasciende a un estilo de vida que busca estar en constante aprobación y perfección dentro de los ambientes digitales.

Los medios de comunicación y las redes sociales son plataformas de Internet que tienen la capacidad de influir en la vida de los adolescentes en diversas áreas, entre ellas la imagen corporal. La satisfacción corporal es un hecho que cobra mucha importancia en dicha población, debido a que en esta etapa suceden la mayoría de los cambios físicos, se desarrolla la personalidad, se forja la autoestima-Además estos son más vulnerables a los medios de comunicación y las redes sociales. (Romo, 2020, p:2)

La sociedad actual transmite modelos de perfección corporal mediante la presión ejercida por los medios de comunicación, la publicidad y el fenómeno de la imitación. (Cortez, 2016, párr.: 5)

### *1.5.1 El cuerpo femenino en Instagram*

Las redes sociales han estado constantemente involucradas en distintas polémicas por temas de imagen, más en relación a las mujeres y todos los movimientos que se han generado para poder desarmar determinados estereotipos que causan mucho revuelo dentro de aplicaciones como *Instagram* y la constante relación que tiene en la actualidad con la publicidad. Autores como Sánchez y Labella (2021) mencionan que la forma en la que se representa el cuerpo femenino ha sido un tema de debate constante, reiterando en las múltiples acusaciones por

la publicación de fotografías controversiales en las que la mujer se convierte en un elemento que es únicamente empleado para captar la atención, llegando a sobrepasar límites tanto éticos como morales.

La mujer se puede presentar de muchas formas e incluso, aunque en la actualidad se generen nuevas narrativas que son inclusivas, todavía estas tienen patrones de retoques, que siguen replicando el concepto de estereotipo inalcanzable. Sánchez y Labella (2019) mencionan que:

Si consideramos que las redes sociales digitales actúan como espacios plurales que visibilizan, la autorepresentación se ha convertido en una práctica muy recurrente en las RR. SS a partir de la cual mostrar una identidad propia controlando la postración del cuerpo: poses, posturas, gestualidad, enfoque, tipo de plano utilizado, tratamiento fotográfico. Recursos, todos ellos, que contribuyen a construir una identidad determinada. (P.8)

Generando los mismos procesos que buscan una belleza dentro de los entornos digitales poco alcanzable, detonando determinados sentimientos en los usuarios que crean una imagen de que ese es el ideal que deben alcanzar, repercutiendo en su personalidad, identidad, criterio, capacidad de autoconocimiento, amor propio, entre otros factores que se desencadenan a raíz de una baja autoestima, creando no solo barreras perceptivas, sino imágenes mentales desde el discurso que influyen en los contextos sociales, creando inseguridades innecesarias dentro de los adolescentes en sus primeros años de autoconocimiento. Dando paso a estas narrativas que tienen como finalidad, reproducir ideales de belleza que no están acordes a la realidad del mundo físico y que solo es posible en cualquier entorno digital y promovido por la publicidad, incluso cuando es inalcanzable.

Del mismo modo, las redes sociales se han convertido en plataformas que visibilizan conductas y procesos comunicacionales que han sido construidas dentro de sociedades analógicas, pero que también representan la personalidad del individuo y su forma de definir su propio “yo” desde la imagen. Calvo y San Fabian (2018) determinan que:

La imagen es el elemento básico de la representación de uno mismo en las redes sociales mayoritarias para el colectivo, como es el caso de Instagram. La interfaz de las redes sociales determina las identidades digitales que pueden desplegarse por

cuestiones técnicas y estéticas; y en un entorno dominado mayoritariamente por las redes visuales no es de extrañar que estas identidades digitales asuman ese formato como el propio (p.11)

Dando paso a la importancia de la imagen y su capacidad de crear no solo imágenes mentales, sino conceptos generalizados de lo que sería una persona a través de lo que comparte en Instagram, pero también, la capacidad de generar estereotipos alrededor de las mujeres, teniendo en cuenta la publicidad y la imagen sexualizada que se vende de ellas, también la cultura de la delgadez y la necesidad de encajar dentro de estereotipos que nacen de imágenes que pueden ser modificables, creando una identidad estética que muchos, consideran propia pero pueden ser una reproducción de su contexto social.

Núñez Domínguez (2019) menciona que “permanentemente, la publicidad proyecta en las mujeres la exigencia de colocar como centro de su atención el propio cuerpo, de esta forma -afirma la autora-, la imagen de la mujer adquiere valor estético, si no sexual, y por sí misma no ejerce función alguna, convirtiéndose en un adorno o reclamo publicitario”

### *1.5.2 Comparación social*

Uno de los efectos de la baja autoestima es la constante comparación social, por lo general, entre las mujeres suele suceder esto constantemente, por lo que los contenidos diarios, donde muchos de ellos son retocados para parecer casi perfectas, tienen repercusiones serias no solo a nivel mental, sino en la reproducción de discursos frente a los estándares que implanta la sociedad pero que solo se pueden llegar sometiéndose a cirugías o fingiendo serlo con filtros dentro de los entornos sociales, que no tiene ninguna relación con la realidad física. Autores como Duarte et al. (2019) menciona que “las usuarias de la red social refieren a realizar más comparaciones de su aspecto físico y tener más internalizado el ideal de la delgadez que las no usuarias y esa relación se predice por la frecuencia y cantidad de uso” (p.3).

Las redes sociales han generado un impacto desde dos realidades distintas, principalmente su capacidad de acortar distancias pero también el impacto de llegar a generar comparaciones entre los jóvenes, teniendo en cuenta la armonización de los *feeds*, cuerpos perfectos, pieles sin imperfecciones, incluso viajes y vidas perfectas que pueden visualizarse dentro de las redes sociales, sin poder descifrar si esto pasa dentro del mundo físico o solo es un aspecto

modificable en los entornos virtuales, es decir el resultado de efectos de las redes, por lo general, como mencionan algunas investigaciones, esta de lado de las personas que están en contacto repetitivo con las redes sociales, dando paso a la teoría de la distorsión de la realidad a través de la imagen y su capacidad de trascender discursos capaces de convencer a otros de que esa es la única forma de existir, desde la perfección, incluso si esta no es real.

Calvo y San Fabián (2021) mencionan que las imágenes de los cuerpos son modificables mediante filtros y que suelen ser mucho más amables que los espejos con sus espectadores, generando apreciaciones que son mucho más personales y que tienen muy profundizada la opinión del otro, como si se estuvieran descubriendo a través de la mirada del colectivo, haciéndoles creer en la perfección, porque esa es la realidad que pide el mundo, la que se considera “aceptable” y que es mucho más digerible que la vida física, porque aunque esto suele implementarse en espacios digitales, es una realidad que nació con lo analógico y la constante comparación social que se daba años antes, pero que ahora tiene mucho más trascendencia y reproducción.

La teoría de la comparación social propone que las personas nos encontramos en una autoevaluación endémica que se lleva a cabo de dos maneras, descendente y ascendente (Buunk y Gibbons, 2007; Kinally y Van Vonderen, 2012), en ocasiones por un deseo de filiación (Lobel & Taylor, 1989). En la primera, las personas se comparan con alguien más y se dan cuenta de que a la otra persona le falta algo, es decir “yo estoy completo, es la otra persona la que tiene que alcanzarme” o "Ellos están ‘peor’ que yo”; mientras que, en la segunda, cuando la persona se compara con alguien más, encuentra que es a si mismo al quien le está faltando algo, p.e., "la vida de esa persona es mejor que la mía” o “Ellos están ‘mejor’ que yo”(Buunk y Gibbons, 2007)

### *1.6 ¿Qué es el Ideal de belleza?*

Torres (2018) considera que el ideal de belleza es la agrupación de características que una sociedad considera convencionalmente como hermoso o atractivo, sin embargo, este canon varía dependiendo de la época y la cultura. También menciona que desde hace varias décadas los medios de comunicación masivos tanto de carácter impreso como digital han estado fomentando la adoración a la belleza y a la delgadez, animando a las mujeres a intentar conseguirlo dentro de un discurso de que desde esta perspectiva recibirán aceptación, estatus o incluso reconocimiento, convirtiendo al cuerpo en un objeto que se debe controlar,

llevando ya sea medidas justas o modificaciones con fines totalmente estéticos que refuerzan estereotipos e inseguridades.

Según el estudio de Sobrino et. al (2018) El 72.22% de las investigaciones que fueron revisadas y analizadas, arrojaron como resultado que suelen ser las mujeres quienes reflejan o suelen tener un nivel alto de insatisfacción corporal en comparación a los hombres, debido a que las mismas tienen el deseo de adelgazar para ajustar su imagen a los ideales de belleza promovidos por medios de comunicación o ambientes digitales, que refuerzan la cultura de la delgadez y sus variantes.

Martín et. al (2022) resalta que las cuentas de creadores de contenidos o influencers que son mucho más populares suelen perpetuar determinados ideales de belleza, algunos tradicionales que están vinculados desde la hipersexualización corporal o incluso determinados rasgos caucásicos y estos pueden llegar a influir en el autoconcepto o imagen física que proyectan en sus seguidores o en general dentro de las redes, siendo el espectador víctima de estereotipos inalcanzables.

López (2019) menciona que el embellecimiento o el ideal definido de cómo hacer o poner algo bello se puede llegar a conceptualizar desde la perspectiva de la guerra o una lucha, debido a que se construye una visión del cuerpo y la belleza del mismo desde la hostilidad, teniendo como base el constante enfrentamiento consigo mismo y también con el exterior, ya sea de forma tangible o intangible, pero desde la lucha por sentirse bello.

### *1.7.Los filtros y su influencia*

Pérez (2019) menciona que los filtros tanto de Instagram como de Snapchat por lo general los que suelen embellecer o cambiar determinadas características faciales, suelen ser usados por los usuarios para sentirse bien con su propia imagen, ya que estos los asemejan a los cánones de belleza que se han establecido dentro de la red social y en lo que sienten que deben encajar en ellos. También es la necesidad de editar la imagen a través de las selfies, tratando de construir quizá una versión más aceptada socialmente del yo, en la constante búsqueda de aprobación.

Moreno (2020) menciona que el constante uso de filtros fotográficos que proporcionan algunas redes sociales parece tener cierta influencia negativa en menores de 30 años respecto a su autoconcepto. Esto ha tomado el nombre de “Dismorfia” que suele tener más que todo

en mujeres la influencia incluso para tomar la decisión de hacerse intervenciones estéticas para adecuarlos a lo que ven en sus selfies retocados.

Castro (2022) Recalca que los usuarios que utilizan filtros para la modificación de la apariencia, tienen cierta necesidad de siempre verse bien o al menos presentables antes de subir una foto a cualquier red social, por lo que el uso excesivo de filtros podría incluso causar inseguridades a largo plazo.

Díaz et. al (2018) menciona que las personas que tienen una percepción grandiosa de sí mismas necesitan actualizar constantemente sus perfiles para mostrarse al mundo, pero a su vez, la baja autoestima los lleva a estar constantemente revisando la retroalimentación de sus amigos, en la necesidad de que los mismos aprueben el contenido y en la continua construcción de la identidad para agradar dentro de los entornos virtuales.

Saavedra (2017) menciona que la selfie ha tenido mayor auge a través de las redes sociales y ha fomentado la interacción, pero a la vez se convirtió en una exposición total del individuo, dando paso a que por medio de la misma se difundan estereotipos de belleza y toda esta cultura de sobreexposición, convirtiendo toda información privada en pública y causando que los individuos estén totalmente expuestos a críticas, likes, entre otras cosas dentro de los entornos digitales.

Eagar et. al (2016) Las selfies suelen traer consigo una narrativa de lo que se quiere representar frente al espectador, ya sea un valor cultural, social, una mueca, entre otros. Por ello podemos clasificarlas en distintos tipos: ya sea en características formales: que están direccionadas a la visualidad, estructura sintáctica y vocabulario. También está la estructura temática: que es un conjunto de temas, desde los esquemas y la coherencia o la situación de dirección: que muestra una posición hablante que refleja autoridad, la estructura general en cambio muestra una invocación y una gama de conocimiento, la función retórica está enfocada en los efectos pragmáticos y por último está el ajuste físico que es un marco regulador.

Murolo (2015) Afirma que la Selfie se da para que otros vean, la idea que nace detrás de este fenómeno es una especie de poder ejercer el control sobre lo que os demás ven sobre nosotros, la imagen mental que se hacen de lo que somos, buscando estar lo más cercano posible al estereotipo de belleza que es deseado por la sociedad en la actualidad.

### *1.8 Narcicismo*

El enfoque que ha llevado a estudiar al narcicismo en Instagram ha sido la motivación del uso de esta red social Sheldon et. al (2016) Y también la autopresentación o autoconcepto presentado a otros mediante la constante publicación de selfies. Ya que, el narcicismo previamente ya había sido planteado como un factor importante en relación a la autoestima en la generación actual, de la selfie.

Barry et al (2015) a través de su estudio de la relación del narcicismo y las selfis determino y analizo algunos tipos de narcicismo: Patológico: que tiene que ver con la grandeza, la explotación, el autosacrificio, las fantasías, la vulnerabilidad: desde la autoestima frágil, la rabia y el ocultamiento a través de la devaluación de los demás y el no patológico que esta direccionado a la autoridad, a la vanidad, la superioridad y en algunos casos exhibicionismo.

Barry et al (2015) Determinaron que la personalidad narcisista influye en la publicación de selfies, sin embargo, no existe relación entre la cantidad que se publica y el narcicismo. Por otro lado, Sheldon et. al (2016) Determinaron que hay relación entre el narcicismo y el uso de Instagram para mostrarse siempre cool e incluso pasar demasiado tiempo editando las fotos antes de publicarlas dentro de la red social Instagram.

Barry et al. (2015) también menciona que por lo que respecta a la autoestima, no parece que existe relación entre el grado de autoestima y el número de selfis publicados en Instagram. Pero parece que si hay cierto grado de relación con el número de seguidores y publicaciones de selfies. También se destacó que los selfis y la autopresentación también están orientados a sentirse satisfechos con la imagen corporal.

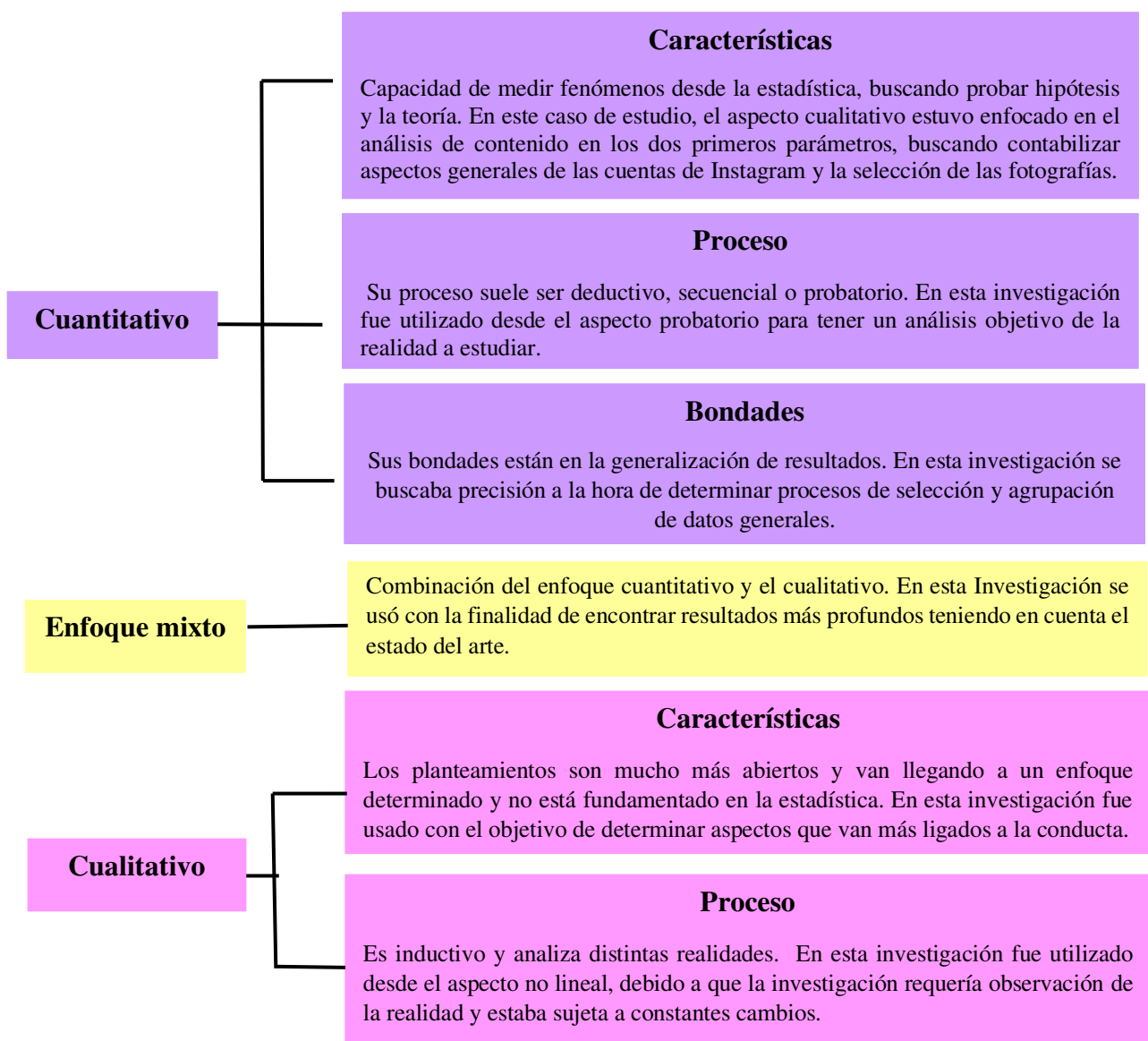
Lee et al (2015) identificaron cinco motivaciones en el uso de Instagram: interaccionar socialmente: los usuarios de Instagram se sienten motivados a establecer y mantener relaciones interpersonales con otras personas que han uso de la plataforma y que suelen compartir intereses con ellos, debido a que genera mejor relación, la recopilación de recuerdos también hace que los usuarios utilicen la plataforma para guardar sus momentos, también la capacidad de expresar la identidad ya sea desde la autorepresentación o dando a conocerse mediante fotografías la personalidad, los gustos, el estilo de vida e incluso los intereses, convirtiendo la red social una carta de presentación y al mismo tiempo el principal distractor o ayudante para la evasión constante de la realidad.

# 1 MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación presenta una triangulación metodológica debido a las características del sujeto de estudio. Las técnicas elegidas fueron mixtas teniendo en cuenta la necesidad de determinar los parámetros desde ambas aristas, tanto cualitativa como cuantitativa y por ello, se analizaron distintas cuentas de Instagram a través de un análisis de contenido y se hicieron entrevistas a expertos y sujetos pertenecientes al estudio.

## a. Enfoque

**Gráfico 1: Enfoque Mixto**



Elaborado por: Roberto Hernández Sampieri (2014) con adaptaciones propias

### ***b. Método***

El método que se utilizó en esta investigación fue analítico- descriptivo en base a la influencia de la red Instagram en las jóvenes de Ibarra buscando analizar las realidades relacionadas a la autoestima y el desarrollo de la misma.

### ***c. Técnica***

#### *Análisis de contenido- Entrevistas semi estructuradas ambas de forma mixta*

Hostil metal. (1969 p. 5) plantean una definición que aborda aspectos importantes teniendo en cuenta la que fue planteada antes por Berelson. Donde menciona que “El análisis de contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto”. Desprendiéndolo de la idea de que el análisis de contenido solo puede ser “Cualitativo” y abriéndose a el análisis “Cualitativo” haciendo referencia al contenido de los textos que puede interpretarse de distinta forma, más allá de la numérica, añadiendo elementos importantes como la inferencia que es uno de los propósitos fundamentales, haciendo referencia al proceso de comunicación simbólica y los distintos fenómenos que suelen ser observables.

Roberto Hernández Sampieri, et. al (2014) Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla.

Las técnicas elegidas, tuvieron como finalidad apoyar la triangulación metodológica, por ejemplo, el análisis de contenido ayudo a determinar los mensajes implícitos y explícitos dentro del entorno digital mediante la observación para identificar los patrones de comportamiento dentro de los mismos, es decir, esta ayudo a determinar si los discursos presentados dentro de la red social Instagram pertenecen a estereotipos que afectan directamente a la autoestima y su impacto en la misma. Esta técnica fue elegida debido a que es una herramienta de interpretación que permite registrar datos a través de una matriz y distintos formatos que permitan la recopilación para posteriormente estudiarlos, cabe

recalcar que dicha técnica necesito de observación y análisis de los datos recopilados a lo largo de la investigación.

Por otro lado, se utilizó la técnica de entrevistas semi estructurada posterior al análisis de contenido para corroborar la información recopilada durante la investigación, dichas entrevistas se generarán con especialistas en el área de psicología y marketing, también se entrevistaron algunas personas analizadas dentro de la matriz.

#### ***d. Instrumento***

A través de una matriz de contenido se evidenciaron los mensajes implícitos dentro de la investigación, esta estuvo determinada por parámetros que ayudaron a evidenciar aspectos importantes como; cuáles eran los discursos más repetidos, cuáles eran los estereotipos que se mantienen en los espacios digitales, a través de qué forma o qué tipo de discurso han generado impacto y la participación del usuario dentro de los mismos. Para la elaboración de los parámetros de construcciones sociales se tuvo en cuenta el planteamiento de Fernández (2016) que menciona que los estereotipos desempeñan tres funciones fundamentales: la cognitiva, la social y la literaria. Siendo la primera un estereotipo con procesos en los que se determina cómo las personas desarrollan desde sus vivencias la percepción de la realidad, que está totalmente ligada a las experiencias en sociedad y la organización grupal, sin embargo, esta función social tiene sus variantes negativas, como lo son la defensa del grupo ante la agresión que provocaría un rechazo hacia lo diferente y por último está el estereotipo desde la función literaria, que es la relación entre el autor y el lector, la cual permite relacionarse con la audiencia a través de mensajes o textos específicos.

En segunda instancia se realizaron entrevistas semi estructuradas como método de corroboración de información y desde las mismas determinar si Instagram es influyente en la construcción de su autoestima e identidad individual.

A continuación, la matriz utilizada que esta desglosada en distintos parámetros:

Tabla 1. Variables análisis de contenido

<b>Datos generales</b>	
Cuenta	Esta variable está totalmente relacionada a la información principal de las cuentas de Instagram, por lo que esta variable fue construida a través de lo que la red social contiene dentro de su diseño.
Usuario	
Seguidores	
Seguidos	
Número de post	
Cantidad de <i>Highlights</i> (Historias destacadas)	
Cantidad de reels	
Descripción de la cuenta	
<b>Proceso de selección Fotografías (Post)</b>	
URL	El proceso de selección estuvo enfocado en la fotografía con más impacto dentro de la cuenta elegida, por lo que se determinaron variables relacionadas no solo con la información que proporciona Instagram, sino con el impacto de las mismas.
Descripción del post	
Usa hashtags	
Fecha de publicación	
Cantidad de me gusta	
Cantidad de comentarios	
Comentarios más repetidos	
Ocultar los likes	
<b>Construcciones sociales</b>	
Aspecto cognitivo	Fernández (2016) menciona que la autoestima tiene tres niveles
Aspecto social	

Aspecto literario	fundamentales y a través de ello se estableció este parámetro, buscando definir el proceso de autoestima de la cuenta a analizar y la relación que tenía desde estas aristas.
Estilo de vida que fomenta	Esta variable fue elegida para determinar si la cuenta está relacionada a un nicho en específico.
<b>Tipos de estereotipo</b>	
Publicación de imágenes eróticas	Arévalo y Martínez (2021) plantean que las expectativas sociales, que son reforzadas por la constante ausencia de modelos de construcción de identidad, podrían funcionar como procesos de contraste que son favorecidas, por la “socialización individual” de cada individuo dentro de la sociedad. Por lo que este parámetro estuvo ligado a la identidad y cómo es el proceso individual de cada joven al momento de publicar en redes sociales como Instagram
Tipo de publicaciones más comunes	
Fortalece el amor propio	
Promueve dieta o ejercicio	
Qué estereotipo promueve	
<b>Aspectos técnicos</b>	
Utiliza filtros	Los aspectos técnicos están relacionados a la fotografía y también al proceso que vive cada individuo dentro de redes sociales como Instagram, ya que la misma permite utilizar distintos tipos de retoque. Por lo que este parámetro fue elegido con la
Son filtros de color o de distorsión	
Fotografías profesionales o casera	
Manipulación de imágenes	

	finalidad de determinar el impacto de la perfección incluso en toda el área de la fotografía y la normalización de la misma dentro de estos ambientes.
--	--

Elaborado por: Marulanda, 2022.

### e. Corpus

Para el análisis de contenido se seleccionaron treinta cuentas de instagram de personas que estuvieran entre los 18 y 25 años de la ciudad de Ibarra, para escoger a los usuarios se tuvieron en cuenta; el número de seguidores y la fotografía con más likes. Es necesario mencionar que los perfiles no fueron elegidos al azar debido a que se tuvieron en cuenta criterios como: Relevancia y aceptación dentro del contexto de la ciudad. Para el análisis de contenido los dos primeros parámetros fueron cuantitativos y los tres últimos cualitativos, debido a que en la primera parte se eligió una fotografía con la finalidad de determinar aspectos más puntuales como: Comentarios más repetidos, conversaciones generadas, entre otras y en los últimos tres se tuvo un enfoque más direccionado a la cuenta en general, debido a que una sola fotografía no era suficiente para determinar aspectos como: Si gran parte de su contenido era de su cuerpo o rostro, si sus fotografías eran caseras o profesionales, por lo que un análisis de la cuenta fue necesario para responder a estos parámetros.

Por otro lado, para las entrevistas se identificaron perfiles profesionales de psicólogos y expertos en marketing para que desde su criterio como profesionales contribuyeran de forma nutritiva a esta investigación, determinando procesos que abordaron temáticas principales y se generó el análisis en base al contenido ya generado en la matriz, buscando contrastar la información con la ayuda de tres de las chicas que fueron analizadas en la misma con la finalidad de conocer la realidad desde la fuente principal. Cabe recalcar que al ser entrevista semiestructurada las preguntas variaron en cada una de las entrevistas.

### f. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ANÁLISIS DE CONTENIDO

*Tabla 2. Generalidades de las cuentas*

<b>Datos generales</b>
------------------------

<b>Tipo de cuenta</b>	El 60% de las cuentas analizadas tienen un perfil personal y 40% de las cuentas tienen un perfil de creador.
<b>Descripción de cuenta</b>	El 87% de las cuentas tienen el perfil público y el 13% tienen

Elaborado por: Marulanda, 2022

Tabla 3. Selección fotografías

<b>Proceso selección fotografías</b>	
<b>Uso de hashtags</b>	El 70% de las cuentas analizadas no usan hashtags en sus publicaciones y un 30% si hacen uso de los mismos.
<b>Tipo de comentarios</b>	El 90% de los comentarios que más se repiten dentro de las publicaciones son los emojis, entre los más mencionados están: Cara enamorada(😍), fuego (🔥), corazón (❤️). También adjetivos como: Hermosa y guapa.
<b>Recuento de likes</b>	El 70% de las cuentas analizadas no suelen ocultar el recuento de me gustas, sin embargo, un 30% sí lo hace, lo que podría significar determinados aspectos como la importancia constante de la aprobación o el nivel de incentivo que son los me gusta dentro de su realidad, podrían verse los mismos como una calificación del entorno hacia la persona.

Elaborado por: Marulanda, 2022

Tabla 4. Construcciones sociales

<b>Construcciones sociales</b>	
<b>Aspecto cognitivo</b>	El aspecto cognitivo según el autor antes mencionado es la capacidad de las personas de desarrollarse a través de sus vivencias y en esta investigación fue uno de los parámetros más interesantes, debido a que este tipo de desarrollo tiene que ver con la forma en la que nos vemos y la percepción de la realidad en general, pero, sobre todo, la realidad que recae sobre las personas, por lo que se pudo evidenciar que algunas personas

	<p>dentro de la red social <i>Instagram</i> se ven estables, pero hay otras personas que pueden tener alguna distorsión frente a la misma, basando la información desde el recuento de likes, debido a la importancia que le dan a aspectos como esos, como si tuvieran determinada necesidad de aprobación y también se podría mencionar que algunas de las fotografías de al menos el 25% de las cuentas tienen un leve retoque ya sea en la parte facial o corporal, dando a entender las posibles distorsiones en su realidad y autoconcepto, llegando a marcar estereotipos replicables, teniendo en cuenta el alcance de las redes sociales en el mundo hoy.</p>
<b>Aspecto social</b>	<p>El aspecto social como lo menciona el autor es la experiencia en sociedad y dentro de las redes sociales la principal forma de reflejar este tipo de interacción es a través de comentarios, reacciones, pero también con el estilo de vida que suelen llevar, por ejemplo, casi todas las cuentas analizadas suelen tener una vida social activa, por lo que podría determinarse que su relación en sociedad es relativamente buena.</p>
<b>Aspecto literario</b>	<p>El aspecto literario es la capacidad del usuario de generar conversaciones o incluso de lograr transmitir un mensaje. Sin embargo, muchas de las cuentas analizadas no generan conversaciones con sus seguidores, más bien, solo reciben comentarios que pueden tener dos funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sentirse como mecanismo de aprobación</li> <li>2. Fortalecimiento del autoconcepto o en algunos casos del ego.</li> </ol> <p>Por lo que es importante mencionar la capacidad de las redes sociales de prestarse para todo tipo de cosas, sin embargo, algunas cuentas promueven conversaciones a través de las historias, buscando tener interacción constante con su audiencia, algunas comparten cosas sobre si mismas y muy pocas temáticas de interés general.</p>

<b>Estilo de vida que fomentan</b>	Las cuentas analizadas suelen tener un alto grado frente a promover un estilo de vida social, es decir, muy fiestero, esto podría estar relacionado frente al contexto del entorno donde varias de ellas se desarrollaron, en este caso, Ibarra. Algunas de ellas, suelen promover el estilo de vida fitness debido a que son fisicoculturistas o modelos.
------------------------------------	--

Elaborado por: Marulanda, 2022

Tabla 5. Estereotipos

<b>Tipos de estereotipo</b>	
<b>Publicaciones eróticas</b>	El porcentaje de publicaciones eróticas es realmente bajo en las cuentas analizadas, el tipo de contenido que suelen subir es en vestido de baño o ropa corta, que son incluso las fotografías que tienen mucha más relevancia dentro de las mismas, es decir, comentarios, likes y constantes interacciones dentro del perfil.
<b>Tipo de publicación</b>	Muchas de las cuentas incluyen tanto fotografías de su rostro como de su cuerpo, pero algunas de ellas, contienen solo fotografías corporales o algunas solo de su rostro, lo cual es importante, debido a que nace la pregunta de ¿Cómo se sienten las usuarias frente a determinadas partes de sí mismas como para no subir fotografías de? Podría existir varias respuestas al respecto, pero es la realidad que se pudo observar, que puede estar sujeta a muchos aspectos psicológicos particulares de cada persona dentro de Instagram.
<b>Promueve el ejercicio o dietas</b>	Muy pocas cuentas promueven el ejercicio, solo las que hacen actividades como fisicoculturismo o son modelos, el resto de cuentas no parecen promoverlo, sin embargo, esto está sujeto a hasta donde las usuarias publican su vida privada o actividades diarias.
<b>Estereotipo que promueve</b>	Las cuentas analizadas promueven demasiados estereotipos, pero el más marcado es el de modelo o reina de belleza, los cuales contienen estándares realmente altos frente al aspecto corporal,

	<p>teniendo en cuenta que existen determinados parámetros como ser delgadas, altas, entre otros, que han estado impregnados dentro de la sociedad durante un periodo de tiempo bastante amplio, también promueven el estereotipo de mujer femenina, extremadamente maquillada y arreglada. Por otro lado, hay cuentas que no parecen promover estereotipos muy marcados y lo que podría observarse quizá es su personalidad, sin embargo, esto podría ser subjetivo porque dentro de instagram y las redes en general, el usuario elije qué mostrar.</p>
--	--

Elaborado por: Marulanda, 2022

*Tabla 6. Tecnicidades fotográficas*

<b>Aspectos técnicos</b>	
<b>Utilización de filtros</b>	Casi todas las cuentas hacen uso constante de filtros alojados dentro de la aplicación instagram, pero también en las fotos profesionales, estas están expuestas a filtros externos en apps como lightroom.
<b>Tipos de filtro</b>	Hay varios tipos de filtros, los que cambian el color y los que generan distorsión en el área facial, muchas de las cuentas usan filtros de color para armonizar su feed o incluso porque les gusta el mismo, pero también se pudo evidenciar el uso de filtros de distorsión en muchas de las fotografías analizadas.
<b>Tipo de fotografías</b>	Muchas de las cuentas tienen fotografías caseras que algunas de ellas están expuestas a filtros de distorsión o color y

	también hay fotografías profesionales que están expuestas a filtros de color, pero a otro tipo de retoques mucho más avanzados, teniendo en cuenta que en la fotografía profesional este aspecto es llevado con normalidad e incluso es parte del trabajo en sí.
<b>Evidencia de manipulación o no</b>	Muchas de las cuentas analizadas contienen fotografías expuestas a distintos retoques y manipulaciones, algunas en mayor grado que otras, sin embargo, sí existe esta manipulación que podría estar relacionada con verse siempre perfectas dentro de redes sociales como Instagram que está enfocado en todo el ámbito gráfico.

## 2. Interpretación entrevistas

Tabla 7. Entrevista 1

<b>Entrevista a: Leidy Hernández- Experta en Marketing con 5 años de experiencia en Colgate Colombia</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Interpretación</b>
¿De qué manera considera que las redes sociales persuaden o influyen dentro de las personas	Bueno, considerando lo que he trabajado un poco y lo que he podido observar, es importante aclarar que la mayoría de jóvenes, niños y algunos adultos, toman modelos dependiendo de influenciadores de marcas y demás frente a eso, entonces diría que la influencia de las redes sociales	La influencia de instagram está enfocada en determinados modelos que las personas suelen consumir e incluso adoptar para repetir

a través de los contenidos que se publican?	siempre es alta y considerable para los mismos jóvenes	dentro de su vida diaria.
¿El autoconcepto o la autoestima de las personas puede verse influenciado o afectado por el contenido que se consume dentro de las redes sociales?	Sí, sobre todo el tema de la autoestima, los jóvenes hoy en día copian modelos o quieren copiar modelos muy exactos de distintas personas, entonces es importante como el manejo que se le da a las mismas, pero un 100% diría que sí, depende mucho más que todo del amor propio que tenga un joven, pero en su mayoría sí, las redes sociales tienen demasiado influencia.	El manejo de las redes sociales y el amor propio son los principales factores por los que instagram podría no influir, sin embargo, si suele hacerlo en gran cantidad de personas en la actualidad.
¿Podría decir usted que las actitudes de las personas podrían tener cierta repercusión o influencia en su vida social o incluso académica el uso de las redes sociales?	Sí, básicamente sí, yo te podría dar un ejemplo y es si tu coges una comunidad de 5 niños y les presentas x cosa y luego coges una comunidad de otros 5 niños y les haces un estudio de mercado de otra cosa por ejemplo vas a encontrar que al juntar a los dos niños, vas a encontrar que uno de los dos grupos será diferente y muy pocos van a tener similitudes entre ellos mismos, la respuesta sería sí, la influencia que tienen las redes sociales es demasiado alta, sobre todo en edades por ahí de 8 a 14, 15 años donde están creciendo y están empezando a tomar modelos de otras personas.	La edad es un factor fundamental en la influencia de instagram, debido a que este podría tomar mucha más fuerza en niños y adolescentes, ya que estos están formando su personalidad.

<p>¿Cuáles considerará usted que son los estereotipos que con mayor frecuencia se pueden encontrar dentro de redes sociales como instagram</p>	<p>El tipo de modelo, de reina de belleza y muy de vez en cuando el de deportista, dependiendo más que todo del gusto que tenga el adolescente, creería yo que en un 90% si hablamos de una niña encontraríamos reina de belleza, miss universa, cantante. Creería que dependiendo el genero</p>	<p>El gusto o intereses de la persona es el que influye en el tipo de estereotipo que consume, podría estar determinado por su sexo.</p>
<p>Teniendo en cuenta todo el trayecto dentro del marketing ¿Qué considera usted que es lo que busca este para poder persuadir más que todo en el ámbito femenino para vender una campaña por ejemplo?</p>	<p>En el caso de nosotros, particular como marca, lo que buscamos es que la persona se sienta a gusto y cómoda y que de una manera u otra la marca o el producto que nosotros estamos ofreciendo satisfaga las necesidades y haga sentir bien al consumidor, en cuanto al uso del mismo. Por ejemplo, yo trabajo con productos de higiene oral, entonces que la persona que usa x cepillo o x crema sienta que el producto está satisfaciendo sus necesidades y que lo va a llevar a tener una mejor higiene o mejor presentación al público.</p>	<p>Es importante generar este ambiente de comodidad en los consumidores para que los mismos consideren que el producto los lleva a una mejor percepción propia.</p>

Elaborado por: Marulanda, 2022

Tabla 8. Entrevista 2

<b>Entrevista a: Psicóloga María Judith López</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Interpretación</b>
¿Qué es el auto concepto dentro de la psicología? y ¿Cómo considera usted que podría verse afectado por el contenido que consumimos por la red social de Instagram?	El autoconcepto en realidad viene derivado de esta palabra muy famosa que es la autoestima, generalmente el autoconcepto es la opinión que una persona tiene sobre sí misma y esta llevada por un juicio de valor.	El autoconcepto es la opinión que una persona tiene sobre sí misma y esta puede estar llevada por un juicio de valor que suele estar definido por la sociedad. Porque ahora los estereotipos son mucho más exigentes que en la antigüedad, porque ya no basta con ser flaca o tener cabello lindo, sino que debe tener ciertas referencias
¿Consideras que el uso excesivo de filtros podría dañar un poco tu autoestima?	Por supuesto porque te hace dar cuenta de que no eres o no tienes esa cara y luego la gente de tu entorno se empieza a dar cuenta, antes los grupos de adolescentes en cuanto al bullying era diferente, ahora verdaderamente utilizan las redes sociales para acostar muchísimo entonces yo he visto muchos pacientes adolescentes que	El uso de filtros puede llegar a producir que quien consume el contenido quiera someterse a procedimientos para sentirse bien, pero sobre todo

	me muestran los comentarios que sus compañeros o gente que le sigue porque ahora también estoy los seguidores se vuelve también parte de la autoestima	verse perfecta, que es el lema que se vende dentro de las redes
¿Considera que esto pasa en todas las redes sociales? ¿o Instagram por ser una aplicación que prima más que todo la imagen y tiene determinados estereotipos tiene más influencia?	Bueno ahora las redes sociales que yo veo con más de influencia es el Instagram y el TikTok, en las poblaciones jóvenes más que nada, ya las poblaciones jóvenes no tienen esa gran mayoría de otras aplicaciones de esas vienen a ser como las fuentes de relacionarse.	Instagram y Tik tok son las dos redes sociales con más impacto dentro de la actualidad y son las principales fuentes de relación con el mundo exterior
¿Hasta qué edad considera que podría verse afectada la autoestima por las redes sociales?, o no hay una edad como top, ¿podría pasar en cualquier momento?	En realidad, podría pasar en cualquier momento, pero el grupo etario que se ve más afectado a largo plazo es la población infantil y la adolescente ¿por qué?, porque claro ahora los adultos desde los 21 para arriba que nos podrá dar bastante pena ver un cuerpo que no tenemos, pero ahora los adultos hacen cosas diferentes.	La población que suele tener más afectación por el contenido que se consume suelen ser los niños y adolescentes debido a que estos están en el proceso de desarrollo de su personalidad
¿El uso de desnudos es una cuestión de seguridad? ¿Realmente es un parámetro de seguridad se podría	Claro si se podría considerar porque yo creo que las personas que se publican en sus propios desnudos sí deberían hacer una base de análisis en cuanto a ok esto lo hago por mí o lo hago porque necesito que me vean	El uso de desnudos en las redes sociales podría significar muchos aspectos en general, ya sea necesidad de

<p>considerar desde esta forma?</p>	<p>porque yo conozco mucha gente también que lo hace verdaderamente por ellos porque quieren ser activos en redes sociales si se sienten se ven lindos, lindas y lo hacen pero de ahí la gran mayoría es porque quiero saber cuántos me ven quiero el halago quiero la validación quiero la atención</p>	<p>aprobación, seguridad o incluso ser activos dentro de las redes, sin embargo, es muy complejo identificarlo, depende mucho de la persona.</p>
<p>¿Esto puede escalar hasta una edad más avanzada? o sea tipo incluso hasta llegar a la universidad o ¿puede ir mejorando con el tiempo sin ayuda? claramente algunos pues por los papás tienen ayuda, pero hay otros que están como bajo una capa y una burbujita, ¿podría llegar a escalar a una edad más avanzada?</p>	<p>Bueno por supuesto puede escalar puede convertirse, por ejemplo, hay un trastorno de personalidad que se llama el trastorno de personalidad histriónico que son personas que tienen la tendencia patológica llamar la atención entonces y a la búsqueda de validación entonces pueden llegar a generar un trastorno de personalidad.</p>	<p>La distorsión frente al autoestima suele estar presente en adolescentes, pero esta puede llegar a escalar dependiendo de muchos factores, sin embargo, no es una situación que llegue sola debido a que puede estar acompañada de factores como trastorno de personalidad.</p>
<p>¿Considera usted que el colegio puede ser un ambiente más hostil que la universidad o van como de la mano?</p>	<p>En realidad ahora, por las el grupo etario el colegio se vuelve un ambiente bastante hostil porque en la universidad medianamente primero y eres más adulto tienes mayor conciencia del mundo y de las cosas que te rodean medianamente y eliges</p>	<p>El colegio es un ambiente más hostil, teniendo en cuenta de que es un momento donde varias personas están generando su</p>

	<p>tu grupo de amigos y conoces gente estés como siempre dispuesto a la búsqueda de más personas y él es más grande en cambio en el colegio es como una pequeña burbuja de gente de esa edad que se está descubriendo que se está identificando que tiene ya sus problemas personales y entonces sí el colegio en realidad se vuelve un ambiente bien hostil para los adolescentes.</p>	<p>personalidad y en ese proceso pueden llegar a ser bastantes irritables frente a muchos aspectos.</p>
<p>¿Cuáles considera usted que son las consecuencias de la baja autoestima? ¿tendrá alguna afectación en su vida profesional, académica o realmente sólo es el aspecto emocional?</p>	<p>No, en realidad el aspecto emocional hace que todo se desequilibre entonces un adolescente que sufre no va a rendir y por ende va a generar muchísimo rencor y cuando vaya creciendo como adulto puede o volverse también un agresor o puede verdaderamente haber afectado su autoestima porque hay adultos con una autoestima extremadamente baja</p>	<p>El aspecto emocional es uno de los pilares del ser humano, si este se desequilibra, todo en general puede llegar a perder el rumbo.</p>
<p>¿Cuándo puedo llegar a normalizar el hecho de que una persona no consuma comida?, sabiendo que somos medianamente adultos y tenemos como más conciencia de lo que</p>	<p>Ahí entra muchísimo porque ahora desde hace muchos años ya hemos dejado de funcionar como sociedad él como sociedad como colectivo por eso ahora los colectivos son tan no sé si por decir famoso tan sonados es porque con el paso de los daños del modo individualizado todo entonces siempre velo sólo por mí veo sólo por mí ya tengo yo que lidiar con mis propios problemas o sea ya tengo yo</p>	<p>El individualismo dentro de la sociedad actual ha generado que las personas realmente tengan poco interés por la salud mental o física de alguien más.</p>

<p>estamos viendo y viviendo.</p>	<p>que lidiar con mi vida, con mi casa, con mi pareja, con lo que yo siento en el mundo, con lo que pasa en el mundo que ya de por sí es complicado es difícil, entonces ya no tengo tiempo para preocuparme del otro.</p>	
<p>¿La influencia del TCA podría verse promovido por las redes sociales?</p>	<p>Sí por supuesto porque hay páginas web que te enseñan cómo vomitar, hay vídeos como te dé te enseñan cómo ayunar, o cómo hacer este famoso ayuno intermitente que es super dañino desde los equipos mismo médicos, los nutricionistas los médicos no recomiendan el ayuno intermitente para nada, entonces a se vende en el TikTok en el Instagram se vende un sentido de dieta también que es bien dañina.</p>	<p>Sí, las redes sociales están llenas de múltiples contenidos y muchos de ellos poco controlados por lo que podrían contribuir en trastornos como el TCA</p>
<p>¿Qué estereotipos crees que son los más dañinos que se dan dentro de Instagram en general? es eso y, ¿cuál es la repercusión que crees que tiene para la sociedad en general este tipo de estereotipos que están muy marcados en la sociedad actual?</p>	<p>Yo creo que lo que lo más dañino que se vende a nosotros como Latinoamérica en general en el Instagram y en el TikTok y en cualquier red social, es este cuerpo europeo no este cuerpo blanco alto delgado en las mujeres, blanco alto delgado y con buen gusto con cintura corta y con tamaño preciso de trasero, creo que se vuelve complicado.</p>	

Elaborado por: Marulanda, 2022

Tabla 9. Entrevista 3

<b>Entrevista a: Dalal Agha- Perfil participante en el análisis de contenido</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Interpretación</b>
¿Tu consideras que la autoestima puede verse afectada por el contenido que se consume dentro de Instagram?	Claro, desde mi punto de vista bastante. Esto depende de cada persona y del nivel de autoestima que tenga porque ejemplo en mi caso, no me ha resultado complicado ser activa en Instagram al ver otras publicaciones de otras chicas y de más. Pero si, he conocido varios casos en los afecta bastante en la autoestima y se han comparado físicamente o cómo lleva su estilo de vida y de más.	La comparación depende mucho de la autoestima que tengas y el desarrollo de la misma frente a los contenidos
¿Tu piensas que puede llegar afectar la personalidad o la forma en la que vivimos el contenido que consumimos en Instagram?	En varios casos si, por que si yo empiezo a revisar el feed de una chica y veo que la chica tiene una excelente vida ya sea nutritiva, saludable, viaja y así, dependiendo de mi autoestima baja quisiera tratar de igualarle cambiaría radicalmente, si fuera una persona super cerrada y para lograr alcanzar el nivel en una red, y trato de cambiar a la otra persona, obviamente cambiaria mi forma de ser, sería una persona más abierta, más social.	Sí afectan los contenidos que hay en instagram, debido a que se requiere determinado nivel de autoestima para no caer en comparaciones.
¿Consideras que los filtros de Instagram son nocivos o malos?	No lo sé, por ejemplo, en mi caso hay veces que los uso porque digo me encantan y los uso. Pero hay casos que realmente me cambia los ojos mi nariz y digo esta no soy yo. Y digamos, ahora, si quiero usar un filtro solo busco uno que cambie el color solo para que alegre el entorno. Y si he llegado a pensar	Los filtros pueden llegar a ser nocivos dependiendo de la persona que los use.

	bastante el cómo soy yo con el filtro y como soy normalmente.	
¿Cuáles son los estereotipos que consideras que más se promueven dentro de Instagram?	Creería yo que son las chicas super maquilladas o si no con un cuerpo de modelos. Y lo que últimamente yo he visto en redes, es esto de la vida sana de las chicas, una vida como más natural y eso es lo que según mi persona muchas personas tratan de alcanzar y es ahí cuando surge el cambio.	El estereotipo más palpable es el de la mujer vanidosa.
¿Consideras que el uso de desnudos o personas con poca ropa, podrían ser sinónimos de seguridad o de querer llamar la atención?	Ósea están los dos lados, yo conozco y me llevo chicas que suben fotos y videos a sus redes con poca ropa, prácticamente para ellas no quieren llamar la atención del público, obviamente muy internamente si tratan de hacerlo, ¿pero por ejemplo hablando con una amiga le pregunté ¿no te sientes incomoda? Y ella me dijo no, es mi cuerpo a mí me encanta como es mi cuerpo me encanta mostrarlo para mí no hay ningún inconveniente entonces me dijo si a mí me encanta quisiera que otras personas lo vean lo amen también. Entonces supongo que es 50/50 el si yo me siento segura te lo muestro y el otro 50 para crear más contenido.	El uso de desnudos si refleja seguridad, pero depende también de quién publique.
En Instagram se ha dado ese boom que promueve el amarse y el comer saludable ¿considerarías que esto puede afectar el	Creería que no, porque prácticamente esto de escuchar a chicos que te muestran cómo es esto de tener amor propio, y personas que no tienen amor propio que se den cuenta de todo lo espectacular que es la persona que puede llegar amarse a sí mismo. Creería que existe también un aspecto negativo porque si es que yo veo a una persona diciendo si es que yo	La tendencia de amarse es uno de los aspectos más importantes dentro de la realidad actual, debido a que enseñan otra

autoconcepto y la autoestima?	amo mi cuerpo y yo digo yo también lo amor, pero no hasta ese punto y hay personas que llegan a sobre pensarlo demasiado y ahí llega el problema.	forma de ver la realidad.
¿Qué piensas del HATE, piensas que esto puede afectar la autoestima?	Para las personas que no son seguras de sí mismas, pues sí, llega afectar bastante porque claro sea como sea puedes tomártelo a la ligera un comentario de ¡ay no que fea que estas! pero digamos si yo soy super segura y digo “no yo en la foto sé que estoy hermosa y soy hermosa” entonces equis ese comentario, pero para las personas que no son seguras de sí mismas y tienen una autoestima bastante baja si llega afectar y empiezan a cambiar físicamente, el estado anímico y tal.	El hate puede contribuir en la baja autoestima o incluso perjudicar el proceso si la persona que lo recibe es inestable.
¿Qué piensas de las personas que editan sus fotos? ¿Por qué crees que se dan estas situaciones?	Bueno yo creería que se dan por esto mismo del amor propio tal vez porque no lo tienen y tal vez sienten que han viéndose de la manera que ellos creen que podrían verse mejor las otras personas podrían aceptarles, pero bueno yo creería eso para mí nunca lo he hecho, pero no se no está ni bien ni mal sinceramente estoy yo como que no un punto medio de que las personas editen las fotos porque ya es como muy su punto de vista obvio también tiene su punto negativo porque existe esto.	Editar fotos no está mal siempre y cuando se sientan bien con esa edición.
¿Crees que Instagram puede llegar de influir a ese nivel?	Pues sí, porque últimamente acá en Instagram, antes se subía sus historias y fotos, ahora puedes subir videos y todo, entonces es como una red que se ha vuelto con bastante movimiento y muchas personas, aunque no suban fotos o lo que sea y no tienen nada de	El consumo de contenido s influye en el desarrollo personal, debido a que las

	<p>seguidores o seguidos miran todo el contenido. Miran el contenido hasta de las personas que viven en otros países. Entonces la comparación de esta chica que vive en Estados Unidos es rubia, tiene esta vida y yo porque no la tengo así, entonces si empieza como que ese gran problema porque ya ves muchas cosas, ves historias de una chica que viaja bastante y empieza con por qué yo no viajo o no puedo viajar, y así miras fotos de personas hermosísimas con un cuerpazo y empiezas con ¿por qué no soy así?</p>	<p>personas entran a la app incluso a veces por necesidad.</p>
--	--	--

Elaborado por: Marulanda, 2022

Tabla 10. Entrevista 4

<b>María José Torres- Perfil participante en el análisis de contenido</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Interpretación</b>
<p>¿Qué opinas del autoconcepto y cómo considera usted que se puede ver afectado por el contenido que consumimos dentro de las redes sociales en este caso más puntual en Instagram?</p>	<p>Bueno, puedo hablar de mi caso, el autoconcepto como la palabra mismo lo dice, es como nos vemos a nosotros mismos o como pensamos de nosotros y qué pensamos sobre nosotros.</p> <p>¿Influye mucho las redes sociales en nuestro diario vivir? Sí, entonces a partir de eso nosotros vamos creando varios estereotipos o quiero verme así o esto y ese tipo de cosas nos hace pensar un poquito mal de nosotros y ese el contenido que consumimos casi todos los días.</p>	<p>La influencia de las redes sociales o plataformas como instagram tiene mucho que ver con el contenido que consumimos, pero, sobre todo, la presión que ejerce ese contenido en las personas.</p>

<p>¿Cuáles son los estereotipos que consideras que más se promueven dentro de Instagram?</p>	<p>Bueno con esto que te digo se ha tocado el tema de la pandemia Y si cambia un poco no porque por ejemplo yo siempre he sido siempre he pasado activa hago ejercicios desde los 16 años. Se cerraron todos los gimnasios se cerró todo y si buscaba algo que hacer en casa. yo nunca la comida, pero me sentía bien y todo el mundo empezó que esto y lo otro. Que esto te hace bien y esto te hace mal entonces yo si empecé hacer dieta porque no quería verme mal, me cuidaba en la comida, a restringirme un montón.</p>	<p>El estereotipo más establecido en instagram ahora es el fitness y esto viene desde la pandemia y la cantidad de contenido que se hacía respecto a ello.</p>
<p>¿Crees que podría llegar a afectar los trastornos de conducta alimentaria?</p>	<p>Pues sí, yo creería que sí, básicamente vivimos en un mundo donde ahora las redes sociales son parte de nuestro diario vivir y hay chicas y chicos que están en proceso de crecimiento y comienzan a decir que “si yo quiero verme así” y realmente no todo el contenido que se maneja en redes sociales no es bueno, hay veces que hay contenido malo y estamos abiertos a toda esa información, si nos puede llegar y decir que es lo que está de moda entonces yo lo voy practicar y es ahí donde parten los trastornos alimenticios y todo lo que nos afectar y básicamente los humanos nos manejamos así.</p>	<p>Estar en proceso de autodescubrimiento en las redes sociales podría perjudicar notablemente la relación que tienes con la comida.</p>
<p>¿Consideras que el uso de desnudos o personas con poca</p>	<p>Bueno, yo la verdad con respecto a eso se me hacer muy indiferente porque hay chicas que tienen un cuerpo super lindo y</p>	<p>La forma en la que otras chicas muestran su cuerpo</p>

<p>ropa, podrían ser sinónimos de seguridad o de querer llamar la atención?</p>	<p>lo muestran, está bien, pero hay personas que van a opinar diferente y van a pensar que lo hacen por llamar la atención y van a decir que nos les parece.</p>	<p>o actúan frente a ello es un aspecto de cada quien.</p>
<p>¿Qué piensas de los filtros en Instagram?</p>	<p>Obviamente, claro imagínate que no tú no puedes tomarte una foto natural porque dices que esto no me gusta, es que mi nariz aquí se ve así, que tengo mucho cachete y quiero verme más delgada entonces le pongo filtro, hasta que algún día me pueda quitar esto porque nos hace sentir más inseguras porque dices y crees que esa es la cara perfecta para mí.</p>	<p>Los filtros pueden llegar a afectar constante la forma en la que alguien se ve, volviéndolos principal foco de baja autoestima.</p>
<p>¿Qué piensas de las personas que editan sus fotos? ¿Por qué crees que se dan estas situaciones?</p>	<p>A mí no me parece bien, porque más que todo nosotros deberíamos aceptarnos como somos, y al final si nosotros empezamos a ponernos o que me hago más chiquito, la gente es mala y critica mucho y afecta más a la personalidad de uno. Entonces por ejemplo le ves a una chica y tú dices, no es que así no es en las fotos, es que es más gordita, en las fotos se edita full, entonces la gente habla demasiado.</p>	<p>Editar fotografías no está bien, debido a que la aceptación debería ser el primer paso.</p>
<p>¿Fomenta este tipo de comportamiento usar Instagram?</p>	<p>Si, por ejemplo, yo te puedo hablar de mí, yo he cerrado Instagram un montón de veces porque hay veces que veo y digo que quiero estar así, hasta que cierro y ya. Se me fue eso de la cabeza vivo mi vida y estoy bien. Entonces sí, Instagram nos</p>	<p>Redes sociales como instagram pueden llegar a influenciar a tal nivel que las personas decidan</p>

	<p>crea una vida de película, de que tenemos que comer así y es que tenemos que vernos así, es que la cara perfecta es así, nos crea un patrón para todo en general y vamos viendo muchas cosas y no lo tenemos, uno tiene que ser feliz con lo que tiene y con lo que eres.</p>	<p>cerrarle para encontrar paz</p>
<p>¿Conoces a otro tipo de personas que son influenciadas por Instagram?</p>	<p>Dentro de la Universidad no, pero tengo una amiga que, si pasó por eso y de verdad, hizo dietas dejaba de comer, tuvo anemia entonces no estaba bien y yo le dije que de verdad estaba mal y ella me dijo es que yo veo en Instagram y quiero esto para mí, miraba el cuerpo perfecto y así quiero. Entonces a la larga le afecto un montón. Tuvo muchos problemas, en la Universidad también, como Ibarra es muy pequeño, una amiga me dice, es que eliminé Instagram porque la gente habla mucho y no quiero saber nada. En parte sí afecta todas las cosas y no solo en el ámbito de querer hacer ejercicio sino en muchas cosas.</p>	<p>Instagram es un enemigo silencioso para quienes luchan con su autoestima.</p>
<p>¿Crees que en el algún momento Instagram reduciría este impacto?</p>	<p>Yo creo que es el proceso personal de cada uno, uno tiene que ver por uno mismo, hay muchas personas que se preocupan por lo demás, son estas las que tienen que cambiar y pensar si esta foto no me beneficia mejor no la voy a publicar y yo no quiero ver eso así que voy a dejar de seguir, ósea preocuparse por uno mismo y ver que es contenido</p>	<p>El proceso personal es el principal factor que debe primar, a pesar de que Instagram tenga influencia, la responsabilidad de amarnos, es propia.</p>

	bueno y que pones en las redes y esto deberíamos tomar en cuenta todos y las cosas cambiarían un poco.	
--	--	--

## 2 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la actualidad las nuevas tecnologías han tenido un impacto amplio dentro de la cotidianidad, por lo que la forma en la que se genera interacción ha tenido un cambio significativo, pero también ha repercutido frente a los contenidos que se consumen y el impacto que tienen las mismas en el desarrollo de las relaciones interpersonales, el criterio propio e incluso la influencia que tiene frente a la construcción de la personalidad en el mundo hoy.

Por lo que es importante mencionar, que la relación comunicacional que existe entre las mujeres y el contenido publicado en Instagram está totalmente relacionado a los intereses de las mismas, debido a que si consumen determinadas temáticas estas tendrán cierto grado de influencia dentro de su personalidad o estilo de vida, ya que, los algoritmos están contruidos para lograr captar la atención del espectador el mayor tiempo posible, por lo que presentan contenido relacionado a sus gustos o discursos en relación a sus búsquedas, reforzando inseguridades o incluso generando nuevas.

Los estereotipos que se dan dentro de aplicaciones como Instagram si afectan la construcción de la autoestima y autoconcepto, debido a que se este tipo de contenido solo refleja un modelo específico de lo que estaría bien, excluyendo y reforzando inseguridades en otras mujeres, teniendo en cuenta que la construcción del autoestima está basado en experiencias tanto con el entorno como consigo misma, por lo que si se está desarrollando socialmente con personas que replican o consumen este tipo de estereotipos, podrían ser víctimas del daño colateral del consumo de temáticas que en muchas ocasiones pueden llegar a influenciar de forma directa y perjudicar la forma en la que alguien se ve, por ejemplo, la edición constante de las fotografías y la necesidad de estar sintiéndose perfectas siempre dentro de la app, para así quizá tener determinada aceptación o incluso sentir como incentivos los likes, debido a que pueden hacerles sentir más seguras consigo mismas, porque demuestra esto que le gustan a otros.

Otra temática importante es la aceptación propia y la salud mental más en una época donde estamos expuestos a todo tipo de factores que podrían detonar actitudes complejas, debido al encierro construido dentro de pandemia, por lo que se podría deducir que Instagram si juega un papel importante dentro de la conducta juvenil, debido a que puede servir como salida de entretenimiento, pero, por otro lado, podría ser uno de los principales detonantes.

Dentro de los resultados podemos evidenciar diferentes situaciones, entre ellas la apología e idealización con el cuerpo que se genera dentro de redes sociales como Instagram, debido a que con adjetivos que meramente enaltecen el aspecto físico de una persona, se crean aumentos constantes de depresión en las personas que carecen de este tipo de comentarios y por el contrario narcisismo en las personas que sí se sienten superiores por determinados rasgos.

También se evidenció que las redes sociales en este caso instagram tienen una alta influencia en el desarrollo de la personalidad, el autoestima y el autoconcepto debido a que al estar en constante consumo de información, empiezas a sobre pensar sobre muchas ideas ya planteadas pero también sobre lo que tiene el otro, teniendo en cuenta que la envidia o quizá las ganas de sentirse aceptado es un comportamiento del ser humano que está demasiado impregnado dentro de su desarrollo, dándole mucha más fuerza a las redes y su capacidad para tergiversas percepciones a través de discursos de perfección presentados en ámbitos gráficos.

Por otro lado, las personas entrevistadas coinciden en que las redes sociales aumentan la tendencia depresiva y ansiosa en los jóvenes por la proliferación de estereotipos relacionados al cuerpo, debido a que las mismas redes se prestan para replicar contenidos que hacen relación a determinados comportamientos o tendencias físicas que son las “Correctas” dentro del ambiente digital.

Para concluir también se encontró que las redes repercuten en muchos aspectos relacionados a la autoestima y la conducta generando otro tipo de trastornos como TCA o incluso trastornos de personalidad, pero consideran que este tipo de situaciones se presentan desde la adolescencia y dependiendo del desarrollo ya sea social, psicológico o propio este podría escalar hasta la adultez, marcando la importancia de tener en cuenta la conciencia que se tienen en edades avanzadas. Sin embargo, el estado probatorio no se completó porque para este tipo de investigación es necesario estar más cerca del objeto de estudio.

### **3 CONCLUSIONES**

Conforme al objetivo general que busca determinar los estereotipos que tienen las jóvenes en Ibarra a través de los contenidos que se publican en Instagram se puede evidenciar que la construcción del autoestima está totalmente relacionada a la capacidad que tienen las mismas de discernir la realidad dentro de los ambientes digitales, es decir la capacidad de la usuaria de entender que no todos lo que se consume dentro de esta red social tiende a ser real en totalidad y que puede tener ciertos aspectos editados, buscando esa perfección poco alcanzable desde los retoques y que la comparación solo puede llegar a afectar su autoconcepto y detonar problemas en el desarrollo de su personalidad.

Tras el análisis también podemos deducir que Instagram es una de las redes sociales con más influencia dentro de sus usuarios debido a que el contenido gráfico de la misma tiende a vender estereotipos que muchas veces son inalcanzables, evidenciando que las jóvenes crean expectativas y conceptos de belleza desde el contenido que consumen, teniendo en cuenta la necesidad constante que venden este tipo de redes sociales de buscar constantemente la aceptación, ya sea a través de likes o comentarios que reafirmen que estas dentro de la perfección.

Por otro lado se concluyó que para determinar el impacto que se genera a través de las redes sociales es necesario entender que se necesita observar mucho más allá del contenido gráfico, debido a que este puede brindar determinada información pero muchas veces la realidad sostenida dentro del mismo puede tener una modificación, basándonos en el principio número uno de la física cuántica que menciona que “La realidad cambia al observarla” y recalando que muchas veces el contenido gráfico puede estar sujeto a la percepción de quien observa y el consumo del mismo, suele estar relacionado a la forma en la que el individuo se relaciona con el ambiente en el que se desarrolla.

#### **4.1 RECOMENDACIONES**

Se recomienda que para próximas investigaciones que busquen evidenciar determinados aspectos relacionados con la personalidad o el desarrollo de la autoestima la elección de las técnicas estén direccionadas a conocer más de cerca el comportamiento frente a ciertas situaciones, por ejemplo, una observación participante que permita identificar los comportamientos de las usuarias frente a determinados estereotipos, analizando no solo su

percepción sino también la forma en la que su comunicación corporal evidencia ya sea incomodidad o agrado frente a algo.

Por otro lado, también se recomienda tener en cuenta todos los parámetros que determinan la construcción de la autoestima y sacar el tiempo correspondiente para observar de forma más detallada todos los aspectos necesarios para la formación de esta, ya que, es una temática muy amplia que requiere de un tiempo prudente para poder solventar todo lo que conlleva evaluar aspectos relacionados a la personalidad.

Por último, se recomienda tener en cuenta el corpus a la hora de querer abordar temáticas como estas, debido a que si este está enfocado en un solo lugar, suele tener cierta afectación, debido a que es necesario evaluar distintos focos y así poder determinar la relación que las redes sociales tienen con la construcción del autoestima frente a los contenidos que se publican desde distintas perspectivas e incluso con cuentas mucho más influyentes dentro del contexto nacional, teniendo en cuenta que Instagram presenta contenido de todos los lugares y no solo de uno en específico, por lo que es necesario tenerlo en cuenta a la hora de decidir el público a analizar.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Arévalo Iglesias, L., & Martínez López de Castro, R. (2021). Instagram como dispositivo de normalización de representaciones identitarias desobedientes, estudio de caso. *Revista de comunicación*(154), 47-62.  
doi:<http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1363>
- Calvo Gonzáles, S., & San Fabián Maroto, J. L. (2018). Selfies, jóvene y sexualidad en instagra: representaciones del yo en formato imagen. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*(52), 167-181.
- Carlini, A. (2018). Las redes sociales como factor de desestabilización. *Ieee.es*.
- Casado Riera, C., & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de instagram. *Psicología Ciències de l'Eduació i de l'Esport*, 36(2), 23-31.
- Choque, F. A. (2018). La sociedad 2.0 y el espejismo de las redes sociales en la modernidad líquida. *In Crescendo*, 9(2), 221-247.

- Cristina, A. D. (2018). Instagram: autoconcepto y autoestima en la adolescencia. *Desarrollo de la identidad personal en las nuevas realidades sociales. Publicaciones didácticas.*
- Cruz, S. P. (2019). *El selfie: más allá del alter ego. Unidad didáctica sobre el autorretrato en EPVA.* Lugo: Universidad Internacional de La Rioja .
- Cuenca, S., Espinoza , J., & Bonisoli, L. (2020). Engagement en Instagram, ¿un asunto de género? *Revista Espacios.*
- De Piero, J. L., & Narvaja, M. E. (2018). Representaciones de género en comentarios digitales en don Fan Page de Facebook. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, niñez y juventud, 16(2), 759-775.*  
doi:doi:<https://doi.org/10.11600/1692715x.16208>
- Díaz, E. S. (2018). Construcción de la identidad digital a través del yo-objeto: proceso de auto-objetivación y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura, 15(2), 301-309.*
- Herrero, B. R. (2020). *Los jóvenes se sumergen en Instagram. Un estudio desde la perspectiva de los usos y graficaciones.* Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Jara Rojas, T. A., & Echeverría Echeverría , R. (2020). Proyecto de vida y autoconcepto: Una intervención en adolescentes institucionalizados. *Enseñanzas e investigación en psicología, 2(2), 233-245.*
- Jiménez, K. P. (2022). La comparación social, imagen corporal y autopresentación de jóvenes universitarios que utilizan Instagram, Quito, 2022. *Profundidad psicológica .*
- Maestre, M. L. (2019). Estudio de las metáforas bélicas para conceptualizar el embellecimiento desde la perspectiva de género: las guerras por la belleza. *Estudios culturales de la Universitat Jaume I, XXI, 71-91.*
- Mézerville, G. d. (2004). *Ejes de salud mental: los procesos de autoestima, dar y recibir afecto, y adaptación al estrés.*
- Montesinos, A. F. (2016). Los estereotipos: definición y funciones. *Automne(10).*

- Ojeada Martín, Á., López Morales, M. d., Jáuregui Lobera, I., & Herrero Martín, G. (2021). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of negative and no positive results*, 6(10).
- Orosa Duarte, Á., Fernández Liria, A., & Rodríguez Vega, B. (2019). Psicoterapia en los tiempos de instagram: las redes sociales en la constucción de narrativas. *Revista de psicoterapia*, 30(114), 225-231.
- Panesso Giraldo, K., & Arango Holguin, M. J. (2017). La autoestima, proceso humano. *Psyconex*, 9(14).
- Rhor, M. B. (2019). Uso de la imagen femenina en medios: Análisis de contenido de las portadas de revistas con presencia en redes sociales. *Comunicación y medios*(40).
- San Pablo Moreno, P., Sánchez Galán, M. B., Pisonero, C., & Navarro, G. (2020). *AUTORREPRESENTACIÓN EN LA ERA DIGITAL: IMPLICACIONES ÉTICAS Y ESTÉTICAS*. Egregius.
- Sánchez Durán , T. A., Crus Pérez, L., Chávez Rosas, S. E., Guillén Cortés, L. B., Martínez Cabañas, Y. I., Barragán Gonzáles, Y., & García Cortés, J. M. (2020). Estereotipos de belleza en redes sociale y la desvalorización del rol de la pareja. *Psicología de la FES Zaragoza- UNAM*, 10(9).
- Sánchez, I., & Labella, M. (2019). El compromiso de las marcas de lujo con la inclusión femenina: autorepresentación de las modelos curvy en Instagram. *Shepera publica revista de ciencias sociales y de la comunicación*, II(19), 59-83.
- Sánchez, I., & Labella, M. (2021). Marcas de lujo y el cuerpo femenino: ausencia de la responsabilidad social y corporativa en la publicidad de Instagram. *International Visual Culture*, 8(1).
- Santana Cabrera, J. A., & Tapia Chiu, C. A. (2018). *Influencia de la Autoestima en la Satisfacción Vital de los estudiantes de segundo, quinto y octavo semestre de la Carrera de Psicología Educativa y Orientación, de la Universidad Central del Ecuador de Quito en el período 2017-2018*. Universidad Central del Ecuador , Quito.

- Sornosa, A. T. (2018). *IDEAL DE BELLEZA FEMENINO EN INSTAGRAM: UNA REFLEXIÓN PERSONAL DESDE LA ILUSTRACIÓN*. Universidad Politécnica de València .
- Baldares, M. J. V. (2013). *Trastornos de la conducta alimentaria*. Revista Médica de Costa Rica y Centroamérica, 70(607), 475-482.
- Méndez, J. P., Vázquez-Velázquez, V., & García-García, E. (2008). *Los trastornos de la conducta alimentaria*. Boletín Médico del hospital infantil de México, 65(6), 579-592
- Pérez, M., & Quiroga-Garza, A. (2019). *Uso compulsivo de sitios de redes sociales, sensación de soledad y comparación social en jóvenes*. Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales, 30(1), 68-78.
- Sigmund Freud (1991). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Luarna
- Romo del Olmo, M. (2020). *Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes*. Un proyecto de prevención.
- Cortez, D., gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., ... y Arancibia, M. (2016). *Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes*. Revista mexicana de trastornos alimentarios, 7(2), 116-124.
- Arévalo Iglesias, L.y Martínez López de Castro, R. (2021). Instagram como dispositivo de normalización de representaciones identitarias desobedientes. Estudio de caso. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 47-62. <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1363><http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1363>
- Cuenca, S., Espinoza, J., y Bonisoli, L. (2020). Engagement en Instagram, ¿un asunto de género? *Revista Espacios*.
- Sornosa, A. T. (2018). *IDEAL DE BELLEZA FEMENINO EN INSTAGRAM: UNA REFLEXIÓN PERSONAL DESDE LA ILUSTRACIÓN*. Universidad Politécnica de València.

Adriana Sobrino-Bazaga y María F. Rabito-Alcón (2018) Diferencias de género existentes en la población general en relación a la insatisfacción corporal asociada al ideal de belleza: una revisión sistemática, *Estudios de Psicología*, 39:2-3, 548-587, DOI: 10.1080/02109395.2018.1517860

Martín, T., y Chaves Vázquez, B. (2022). La influencia de Instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 15(1), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11148>

Maestre, M. L. (2019). Estudio de las metáforas bélicas para conceptualizar el embellecimiento desde la perspectiva de género: las guerras por la belleza. *Estudios culturales de la Universitat Jaume I*, XXI, 71-91.

Cruz, S. P. (2019). El selfie: más allá del alter ego. Unidad didáctica sobre el autorretrato en EPVA. Lugo: *Universidad Internacional de La Rioja*.

San Pablo Moreno, P., Sánchez Galán, M. B., Pisonero, C., & Navarro, G. (2020). AUTORREPRESENTACIÓN EN LA ERA DIGITAL: IMPLICACIONES ÉTICAS Y ESTÉTICAS. *Egregius*.

Jiménez, K. P. (2022). La comparación social, imagen corporal y autopresentación de jóvenes universitarios que utilizan Instagram, Quito, 2022. *Profundidad psicológica*.

Cristina, A. D. (2018). Instagram: autoconcepto y autoestima en la adolescencia. Desarrollo de la identidad personal en las nuevas realidades sociales. *Publicaciones didácticas*.

Eagar, T., & Dann, S. (2016). Classifying the narrated #selfie: genre typing humanbranding activity. *European Journal of Marketing*, p. 1835-1857. Obtenido de <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EJM-07-2015-0509>

Vásquez, V. S. (2017). Selfie como medio de comunicación del siglo XXI. *Letras*, 88.

Murolo, N. L. (septiembre de 2015). Del mito del Narciso a la selfie: una arqueología de los cuerpos codificados. *Palabra Clave*, 18(3), 676-700. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.3

Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N. & Herrington, L. L. (2015). "Let me take a selfie": Associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 29. Doi: 10.1037/ppm0000089

Lee, E., Lee, J.-A., Moon, J. H. & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556. Doi:10.1089/cyber.2015.015

## ANEXOS

### Análisis de contenido: Parámetros cuantitativos

Aspectos técnicos													
Datos generales					Proceso de selección fotografías								
Seguidore s	Seguidos	Número de post	Cantidad de historias destacadas	Cantida d de reels	Descripción de la cuenta	Url post	Descripción del post	Usa hashtags	Fecha de publicación	Cantidad de me gusta	Cantidad de comentario s	Comentarios más repetidos	Oouta los likes
1	1	1	1	1	Perfil personal Cuenta pública	<a href="https://www.instagram.com/p/CV1m3g60f/">https://www.instagram.com/p/CV1m3g60f/</a>	📍 ph. @gabctol os 📍	No usa	10 de enero del 2022	1075	23	Emoji enamorado, hermosa, linda, guapa	No
						<a href="https://www.instagram.com/p/C5Eupq317/">https://www.instagram.com/p/C5Eupq317/</a>	Siempre bella, bella tan fuerte que a los demás les da miedo de quedarse en penumbra 📍 📍		10 de abril de 2020	1147	11	Emoji enamorado, hermosa, diosa, guapa	
1	4	1	1	No tiene	Perfil personal Cuenta pública	<a href="https://www.instagram.com/p/CMS6mgNE5C/">https://www.instagram.com/p/CMS6mgNE5C/</a>	Aprecien mi gordito 📍 📍 📍	No usa	11 de marzo 2021	1104	7	Emojis de todo tipo y adjetivos	No
						<a href="https://www.instagram.com/p/CFL0gpa81J/">https://www.instagram.com/p/CFL0gpa81J/</a>	Néctar 🍷		22 de mayo de 2022	727	19	Emojis de carita enamorada, bella o guapa	
1	1	1	1	No tiene	Perfil personal Cuenta pública	<a href="https://www.instagram.com/p/C13f0aG50f/">https://www.instagram.com/p/C13f0aG50f/</a>	Pa y más pa 📍 📍 📍 📍	No usa	03 de noviembre 2021	2230	21	Emojis de todo tipo.	No
						<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>	📍 📍		07 de junio 2022	1316	13	Emoji de corazón, hermosa	
						<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>						Emoji de corazón, carita	

19	1	2	1	1	No tiene	Perfil personal Cuenta privada	<a href="https://www.instagram.com/p/C13f0aG50f/">https://www.instagram.com/p/C13f0aG50f/</a>	📍	No usa	15 de febrero 2022	529	7	Emojis de corazón, carita enamorada y adjetivos	No
20						<a href="https://www.instagram.com/p/C13f0aG50f/">https://www.instagram.com/p/C13f0aG50f/</a>	📍			22 de abril 2021	780	16	Emoji de carita enamorada, Diosa	
21						<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>	📍		02 de abril 2022	1581	38	Emoji de carita enamorada y emoji de fuego		
22	1	2	2	2	1	Perfil creador (Bloguero) Cuenta pública	<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>	Mood1	#behappy #beyourself #love #instagood #instadaily #beauty #photoothe day #happysday #girlpower #photography #creator	31 de marzo 2022	2.019	15	Emoji de carita enamorada	No
23						<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>								
24	1	3	1	1	No tiene	Perfil personal Cuenta privada	<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>	No tiene	No tiene	06 de agosto de 2020	1021	7	Emojis carita babeando y enamorada	Si
25	1	1	1	1	1	Perfil personal Cuenta privada	<a href="https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/">https://www.instagram.com/p/C6i37N1Z0g9f/</a>	Cerrando el año con lo mejor 📍	#ecuador: #colombia #mood #aesthetic #instagram	27 de diciembre de 2021	4,465	21	Emoji carita enamorada, corazón y fuegos	Si
26														
27														
28														
29														

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
40	1	3	1	2	1		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/CbaV0u88F/">https://www.instagram.com/p/CbaV0u88F/</a>	Bezito con el viento de la Rosa de Guadalupe ☺️ y un rayito de sol ☀️	No tiene	22 de marzo de 2022	1204	22	Emoji carita enamorada, de corazón, hermosa	Si, oculta el recuento de likes en algunas fotografías
41														
42	1	4	1	1	1		Perfil creador (Modelo) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/CdM_AbuuF/">https://www.instagram.com/p/CdM_AbuuF/</a>	Deje el post en borradores "por un rato" ¡me olvidé de subirlo por 3 horas, ragazzi!	No tiene	19 de abril	1102	26	Emoji carita enamorada, corazón, Dios, me encanta	No oculta el recuento
43								Shot by @sundera Styling @dakotaasm/loveout						
44	1	4	1	2	1		Perfil creador (Blog personal) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	Friday mood 🌧️	No tiene	21 de enero de 2022	1285	14	Emoji carita enamorada, fuego, corazón, guapa	Si, en muy pocas fotos.
45														
46	1	3	4	2	2		Perfil creador (Deportista) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/CdV4Vv_E5u/">https://www.instagram.com/p/CdV4Vv_E5u/</a>	Ahora mi trabajo, amo poder ayudar a la gente a crear nuevos hábitos. Cambia tus hábitos porque ellos te cambian. 🏋️‍♀️	#uelove #mezmofel #wedum #lifestyle #healthylifestyle #athletic #muscle #art #skincare #photography #fitness #bodybuilding	09 de mayo 2022	871	41	Emoji fuego, carita enamorada, corazón	No
47														
48	1	2	2	No tiene	1		Perfil creador (Blog personal) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	<a href="#">@cristina</a>	No tiene	05 de febrero	2,044	16	Emoji carita enamorada, fuego	No
49														
50	1	3	1	1	1		Perfil personal Cuenta privada <a href="https://www.instagram.com/p/E7-3dA8eG/">https://www.instagram.com/p/E7-3dA8eG/</a>	Ahora todo cambió, le toca a ella 🤔	No tiene	13 de abril 2020	2,038	23	Emoji corazón, carita enamorada, hermosa	No
51														

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
52	1	1	1	1	1		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	El poder del Olimpo 🏔️	No tiene	30 de mayo 2022	607	No permite comentarios	No permite comentarios	No
53														
54	1	4	2	3	1		Perfil creador (Arte) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	Confiar en él incluso cuando ya no puedo más 🖤	#colombia #artsgena #style #sundayvibes #goodvibes #viveamar	30 de diciembre 2021	704	4	Emojis	No
55														
56	1	4	2	2	1		Perfil creador (Blog personal) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	Después que más tarde eres que series de Netflix.	#frat con el cabello gris #cuador #style #ootd	14 de junio 2022	2,726	31	Emoji carita enamorada, corazón, fuego, guapa	No
57														
58	1	1	1	1	No tiene		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	<a href="#">@cristina</a>	No tiene	07 de mayo de 2022	3,604	1	No se repiten porque no hay sino 1	No
59														
60	1	4	1	No tiene	1		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	2/3 📊	No tiene	28 de marzo 2022	980	7	Emoji de corazón	No
61														
62	2	4	1	No tiene	No tiene		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	👉	No tiene	17 de noviembre de 2021	7,423	45	Emoji carita de enamorada, corazón	No
63														
64	2	1	1	1	1		Perfil creador (Blog personal) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	Porque si	No tiene	22 de mayo de 2022	8,591	47	Emoji carita enamorada, corazón, fuego.	Si

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
65														
66	1	4	3	1	1		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	En la última foto se me salió la tira de la blusa 🤦	#elveste #vintage #abigail #ootd #log #blog #vlogger #blogger #barra #quito #cure #skibidoo #berska #lovers #right #sunday #rainbow #cool #tiktok #instagrammer #hat #outfit #ajayocet #sunny #hair #haci #villie #naturalsmile #w #insidel #sem	08 de mayo de 2022	1,936	22	Emoji carita enamorada, corazón, linda	Si
67														
68	2	1	1	1	No tiene		Perfil personal Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	Buenas noches 🌙.	No tiene	04 de mayo 2021	8,684	87	Emoji carita enamorada, corazón, meón, fuego, hermosa	No
69														
70	2	4	2	1	1		Perfil creador (Blog personal) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	La mente tranquila y la mala vibra noí found 🤔	No tiene	23 de mayo de 2022	4,027	29	Emoji carita enamorada, corazón, fuego, linda	No
71														
72	3	4	2	2	1		Perfil creador (Creador digital) Cuenta pública <a href="https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/">https://www.instagram.com/p/C2k8ic_u8M/</a>	Alguien se metió en mi foto 🤦	#photography #photographer #contentcreator #ashionblogger #ashionstyle #styleblogger #styleinspiration #microinfluencer #styleblogger #styleinspiration #likesforlikes #likesforlikesback #follow4follow #followme #couador	16 de mayo 2022	14,7K	131	Emoji carita enamorada, corazón, hermosa	No
73														
74														

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
29	Pzalomej_	3	2	3	2	1	Perfil creador (Blog personal) Cuenta pública	<a href="https://www.instagram.com/p/CyGkfnk9e0w/">https://www.instagram.com/p/CyGkfnk9e0w/</a>	La fav c	#pelirroja #oufit #fashion #style #ootd #outfitoftheday #love #moda #instagood #instafashion #shopping #fashionblogger #model #dress #fashionista #look #like #photooftheday #fashionstyle #beautiful	25 de abril 2022	7,539	18	Emoji carita enamorada, corazón		
30	Domelna99_	4	1	4	4	4	Perfil creador (Creador digital) Cuenta pública	<a href="https://www.instagram.com/p/CiCAsmCqPEU/">https://www.instagram.com/p/CiCAsmCqPEU/</a>	La ley de Pinocho se fue y vienen 8 🇨🇺	No tiene	21 de Junio 2022	5K	78	Emoji carita enamorado, corazón, fuego, hermosa, preciosa		
32	Seguidores		Seguidos		Publicaciones											
33	Rango	#	Rango	#	Rango	#										
34	5,000 a 15,000	1	70 a 500	1	10 a 100	1										
35	15,000 a 25,000	2	500 a 900	2	100 a 300	2										
36	25,000 a 35,000	3	800 a 1000	3	300 a 500	3										
37	35,000 a 50,000	4	1000 a 5000	4	500 a 800	4										
38	Historias destacadas		Reels													
39	Rango	#	Rango	#												
40	0 a 10	1	0 a 100	1												
41	10 a 30	2	100 - 300	2												
42	30 a 50	3	300 a 500	3												

### Análisis de contenido: Parámetros cualitativos

	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
4	<b>Construcciones sociales</b>				<b>Tipos de estereotipo</b>				
5	<b>Aspecto cognitivo</b>	<b>Aspecto social</b>	<b>Aspecto literario</b>	<b>Estilo de vida que fomenta</b>	<b>Publicación de imágenes eróticas</b>	<b>Tipo de publicaciones más comunes</b>	<b>Fortalece el amor propio</b>	<b>Promueve dietas o ejercicios</b>	<b>Estereotipo que promueve</b>
6	Presenta una percepción de la realidad y un autoconcepto inestable, teniendo en cuenta la modificación a la que está sometida la fotografía	Su redes reflejan que esta constantemente rodeada de personas que construyen su autoconcepto, donde le califican con adjetivos que fomentan el autoestima, por lo que su desarrollo en grupo es positivo	Responde a los comentarios con el mismo uso de emojis o adjetivos, fomentando las relaciones y autoconcepto de quienes comentan, recalando que también son hermosas	Su estilo de vida está basado en viajes y modelaje, es lo que más muestra dentro de su feed y historias destacadas	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas	Su perfil no promueve o menciona aspectos que incluyan parámetros de amor propio identificables.	No promueve dietas o son hábitos involucrados en su estilo de vida.	Esta cuenta podría estar promoviendo el estereotipo de la mujer modelo por sus fotografías en general
7	Su percepción de la realidad podría estar distorsionada, debido a que menciona que está gorda cuando su estructura física es realmente delgada	Teniendo en cuenta la descripción de la imagen, se podría decir que busca determinada aprobación dentro de su círculo social o seguidores	No suele tener mucha interacción y solo responde comentarios de posibles personas cercanas, tampoco da like a los comentarios que le hacen. Podría existir una desconexión literaria producida por el miedo a la respuesta de los otros.	Su estilo de vida parece estar basado en vida social, emprendimiento y aspectos artísticos como la fotografía	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas, tanto cuerpo como selfie	Esta fotografía junto a su descripción tiende a promover delfos en el autoconcepto, teniendo en cuenta que si otra persona no tiene esa misma estructura física, podría llegar a sentir que no tiene un cuerpo correcto o generar compensaciones	No promueve dietas o son hábitos involucrados en su estilo de vida, sin embargo si promueve determinado estereotipo físicos mediante comentarios	Promueve varios estereotipos, entre ellos, la cultura de la delgadez, el modelaje y tener el cuerpo perfecto, incluso cuando ya seas una persona delgada, si tienes un gordinito no entra en la "preferición"
8	Su percepción de la realidad podría estar inflada por algún problema de autoconcepto, debido a que se nota la edición en el cuerpo	Su relación con el entorno parece ser conflictiva, analizando la fotografía podríamos determinar que tiene cierto miedo a sentir rechazo o no entrar dentro de los estándares.	No suele tener mucha interacción y solo responde comentarios de posibles personas cercanas a ella. tampoco da like a los comentarios que le hacen.	Su estilo de vida parece que se divide entre la vida social y viajes, entre ellos, suele tener guiso por la persona o el mar.	Las fotografías seleccionadas incluyen poca ropa, debido a que salen en vestido de baño, sin embargo no se consideraría erótico	Primera las fotografías de cuerpo entero	Su perfil no presenta signos de amor propio palpables, pero debido a la seguridad que refleja, puede contagiar a otros de sentirse así.	No promueve dietas o son hábitos involucrados en su estilo de vida	Parece no promover ningún tipo de estereotipo pero si demuestra seguridad al mostrar su cuerpo.
9	Parece presentar una percepción de la realidad estable y en conformidad con su autoconcepto y forma de verse a sí misma, parece verse segura.	Parece tener una buena relación con su entorno y el mismo fortalece su autoestima.	No suele tener interacción excepto con personas cercanas a ella. Solo da like y no genera conversación.	Su estilo de vida parece que se divide entre la vida social y viajes, entre ellos, suele tener guiso por la persona o el mar.	Las fotografías seleccionadas incluyen poca ropa, debido a que salen en vestido de baño, sin embargo no se consideraría erótico	Primera las fotografías de cuerpo entero	Su perfil no presenta signos de amor propio palpables, pero debido a la seguridad que refleja, puede contagiar a otros de sentirse así.	No promueve dietas o son hábitos involucrados en su estilo de vida	Parece no promover ningún tipo de estereotipo pero si demuestra seguridad al mostrar su cuerpo.

19	Su percepción y autoconcepto parece estar estable	Se evidencia buena relación con su entorno y el mismo fortalece su autoestima	No genera conversación, solo da like a lo que le comentan.	Su estilo de vida parece ser hogareño y con un círculo muy pequeño de amigos. Es maquiladora	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas fotografías	No parece promover el amor propio, sin embargo se ve muy segura de sí misma, por lo que este tipo de actitudes podrían influenciar a otros.	No promueve dietas o son hábitos involucrados a su estilo de vida	Promueve el estereotipo de la mujer siempre arreglada dentro de las redes sociales, teniendo en cuenta que el maquillaje es su trabajo en sí.
20	Su percepción de la realidad parece ser normal no estar influenciado por factores externos.	Se evidencia buena relación con su autoestima a través de comentarios positivos	Genera conversaciones y ayuda al autoconcepto de su entorno.	Su estilo de vida se reduce a viajes, entre diferentes acciones que motivan su día a día	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas fotografías de cuerpo entero y selfie	Promueve el amor propio a través de rutinas de cuidado facial, frases motivadoras y una historia destacada completa a este tema, entre otras cosas.	Si promueve el ejercicio y la importancia del mismo para amarse.	Promueve el estereotipo de la mujer que se arregla siempre, que esta constantemente pendiente de su apariencia.
21	Teniendo en cuenta que ocultar el cuerpo de me gusta podría estar relacionado con necesidad de aprobación podría existir una posibilidad de distorsión	Se evidencia buena relación con su entorno y el mismo fortalece su autoestima con comentarios positivos	Genera conversación a través de respuesta a los comentarios recalando la belleza de igual forma de quienes le comentan	Su estilo de vida parece estar enfocado en la vida social, la vida en pareja y universidad	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa	Primera las fotografías de cuerpo entero	No promueve el amor propio de forma directa, en su perfil no es una temática palpable o que se mencione.	No promueve dietas o esta involucrada con ese tipo de hábitos	Promueve el estereotipo de la mujer vanidosa y social.
22	Su percepción parece estar un poco distorsionada frente a su necesidad de ocultar el recuento de me gusta y quisiera tener una relación con un indicador de necesidad de aprobación	Parece tener una relación conflictiva con el entorno, debido a que no responde ningún tipo de comentario.	No genera ningún tipo de interacción con sus seguidores	Su estilo de vida parece estar enfocado en el ámbito social y viajes	Su cuenta incluye fotografías en vestido de baño	Primera las fotografías de cuerpo entero, sin embargo si muestra su rostro	No parece promover el amor propio	Si promueve el ejercicio.	Promueve el estereotipo de modelo

AD11										
T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	
34	Promueve el estilo de vida fitness y es fisioconturista.	Sube varias fotografías en traje de baño por el deporte que desempeña.	Sus fotografías suelen ser más de cuerpo entero que selfies.	Se evidencia que promueve el amor propio.	Promueve dietas y el constante ejercicio.	Promueve el estereotipo de la mujer fitness y voluptuosa.	Sí, utiliza filtros de Instagram.	Utiliza filtros de color y uno que otro de distorsión.	Fotografías caseras y profesionales.	Sus fotografías parecen estar expuestas a retoques pero en un grado menor, en muchas de ellas sale al natural.
35	Promueve el estilo de vida social.	No sube fotografía utilizando poca ropa.	Sube tanto fotografías de cuerpo de entero como selfies.	No parece promover de forma directa el amor propio.	No promueve estilo de vida sano.	Promueve el estereotipo de mujer vanidosa y maquiadora.	Sí, utiliza filtros de Instagram.	Utiliza filtros de color y uno que otro de distorsión.	Fotografías caseras y profesionales.	Sus fotografías en algunos casos parecen estar expuestas a pequeños retoques, sin embargo, como usa tanto maquillaje puede que las correcciones pertenecan al maquillaje y no a factores externos.
36	Promueve el estilo de vida social y viajero.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Suele subir más fotos de cuerpo entero, pero también de su cara.	No parece promoverlo.	Parece promover el ejercicio y cuidado corporal.	Promueve el estereotipo de mujer modelo y reina de belleza.	Sí, Utiliza filtros de Instagram.	Utiliza filtros de color.	Fotografías profesionales y caseras.	Las fotografías profesionales suelen estar expuestas a pequeños retoques, sin embargo las caseras no parecen estarlo, usa mucho maquillaje, por lo que la perfección de la piel sea de una buena preparación de base.
37	Promueve el estilo de vida social y estudioso.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Casi todas sus fotos son de cuerpo entero. Solo una es selfie.	No parece promoverlo.	No promueve un estilo de vida saludable.	Promueve el estereotipo de mujer sexy, modelo y maquiadora.	No utiliza filtros de Instagram.	Utiliza presets de aplicaciones como lightroom.	Fotografías profesionales y caseras.	Las fotografías profesionales suelen estar expuestas a diversos retoques, por lo que podría tener determinados cambios físicos.
38	Promueve un estilo de vida social y viajero.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Tiene de ambas formas.	No parece promoverlo.	No promueve el ejercicio o dietas.	Promueve el estereotipo de modelo.	No utiliza filtros de Instagram.	Utiliza presets de aplicaciones como lightroom.	Fotografías profesionales y caseras.	Las fotografías profesionales suelen estar expuestas a diversos retoques, esto puede significar determinados cambios faciales pero en general suele salir natural en las fotos caseras.
39	Promueve un estilo de vida social.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Tiene de ambas formas pero más del rostro.	No parece promoverlo.	No promueve el ejercicio o dietas.	Promueve el estereotipo de mujer maquiadora y vanidosa.	Sí utiliza filtros de Instagram.	Utiliza filtros de color y de distorsión en un grado bajo.	Fotografías caseras.	Es evidente el uso constante de filtros que mejoran determinados aspectos de la estructura facial.

O	R	S	T	U	V	W	X	Y	
30	Su percepción no parece estar distorsionada por ningún factor que indique baja autoestima.	Se evidencia buena relación con el entorno, devuelve el comentario a las chicas mejorando el autoconcepto.	Responde con comentarios positivos hacia otros.	Su estilo de vida parece estar enfocado en la vida social y la fiesta.	Ha subido fotografías en vestido de baño en pocas ocasiones pero no se consideran eróticas.	Publica varias fotos en cuerpo entero pero también muchas selfies.	No se evidencia que promueva el amor propio.	No parece promover una vida saludable.	Promueve el estereotipo de la mujer fitness y vanidosa.
31	Por su relación con los likes, podría tener determinada necesidad de aceptación de su alrededor, que en este caso se relaciona con los likes que recibe.	Parece tener una buena relación con su entorno debido a que responde comentarios de las personas recalando su belleza de vuelta.	Responde generalmente a sus conocidos, generando conversación.	Parece promover el estilo de vida viajero y social.	Ha subido fotografías en vestido de baño en pocas ocasiones pero no se consideran eróticas.	Publica más fotografías de cuerpo entero y muy pocas selfies.	No se evidencia que promueva el amor propio.	Prácticamente no dance pero no promueve dietas o algo relacionado al ejercicio aparte de este deporte.	Promueve el estereotipo de la mujer viajera.
32	Por la relación que se permite con los likes, podría existir una relación constante con la búsqueda de aprobación por parte de su alrededor.	Su relación con el entorno es buena, responde a los comentarios de forma amable.	Responde en general, dependiendo del comentario en cuestión.	Promueve el estilo de vida fitness y es fisioconturista.	Sube varias fotografías en traje de baño por el deporte que desempeña.	Sus fotografías suelen ser más de cuerpo entero que selfies.	Se evidencia que promueve el amor propio.	Promueve dietas y el constante ejercicio.	Promueve el estereotipo de la mujer fitness y voluptuosa.
33	Parece tener buena relación con la percepción propia y del mundo en general.	Su relación con su entorno es buena, suele generar conversaciones y es amable.	Responde en general, suele usar los mismos adjetivos para responder a los comentarios que en gran parte de los casos son de chicas.	Promueve el estilo de vida social.	No sube fotografía utilizando poca ropa.	Sube tanto fotografías de cuerpo entero y muy pocas selfies.	No parece promover de forma directa el amor propio.	No promueve estilo de vida sano.	Promueve el estereotipo de mujer maquiadora y vanidosa.
34	Docular el recuento de likes podría significar necesidad de aceptación o agregarle valor a la cantidad de likes que le dan.	Su relación con el entorno no parece estar muy conectada, no suele responder comentarios.	No responde comentarios en general.	Promueve el estilo de vida social y viajero.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Suele subir más fotos de cuerpo entero, pero también de su cara.	No parece promoverlo.	Parece promover el ejercicio y cuidado corporal.	Promueve el estereotipo de mujer modelo y reina de belleza.
35	Existe una posibilidad de que relacione los likes con aprobación externa, generando problemas en la nomenclación.	Parece tener una relación conflictiva con el entorno, debido a que responde comentarios dependiendo de quién los.	Si responde comentarios pero exclusivamente a sus conocidos.	Promueve el estilo de vida social y estudioso.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Casi todas sus fotos son de cuerpo entero. Solo una es selfie.	No parece promoverlo.	No promueve un estilo de vida saludable.	Promueve el estereotipo de mujer sexy, modelo y maquiadora.

O	R	S	T	U	V	W	X	Y	
42	Parece tener una buena relación con su autopercepción.	Parece tener buena relación con su entorno.	Si responde comentarios pero solo con emojis, como forma de agradecimiento.	Promueve un estilo de vida social y viajero.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Tiene de ambas formas.	No parece promoverlo.	No promueve el ejercicio o dietas.	Promueve el estereotipo de modelo.
43	Parece tener una relación compleja con el tema de los likes y esto puede tergiversar determinadas visiones de sí misma.	Parece tener buena relación con el entorno pero debido a su importancia en likes, en algún punto puede volverse conflictiva.	Responde muy pocos comentarios.	Promueve un estilo de vida social.	No suele subir fotografías utilizando poca ropa.	Tiene de ambas formas pero más del rostro.	No parece promoverlo.	No promueve el ejercicio o dietas.	Promueve el estereotipo de mujer maquiadora y vanidosa.
44	Parece tenerse en un buen autoconcepto y percepción de la realidad o de sí misma estable.	Parece que tiene una relación buena con el entorno.	Responde muy pocos comentarios.	Promueve un estilo de vida saludable.	Si sube fotos con poca ropa, algunas de carácter erótico y otras en vestido de baño.	Tiene de ambas formas pero prima las imágenes de cuerpo entero.	No parece promoverlo.	Si promueve el ejercicio, las dietas y el mundo fitness.	Promueve el estereotipo de modelo, chica fitness y sexy.
45	Pone en algunas publicaciones en vestido de baño el emoji de cerdito, haciendo referencia a que esta gordita, pero realmente no lo es, lo que podría significar complejidad con su autoconcepto.	Parece tener buena relación con su entorno, sin embargo puede volverse conflictivo dependiendo de su forma de manejar sus emociones.	Si responde los comentarios de sus amigos pero no de otras personas.	Promueve un estilo de vida viajero.	No, sube fotos en vestido de baño pero no son de carácter erótico.	Tiene fotografías tanto de cuerpo entero como de su rostro.	No parece promoverlo directamente.	No promueve el ejercicio ni las dietas.	Promueve el estándar de modelo, reina de belleza, mujer vanidosa.
46	Parece que su realidad es estable frente a su propia percepción de sí misma.	No parece tener buena relación con el entorno, no suele responder comentarios ni dar like.	No responde comentarios ni da like a los mismos.	Promueve el estilo de vida social.	Sí, sube fotos en vestido de baño y unas pocas en ropa interior.	Todas sus fotos son de cuerpo entero.	No parece promoverlo directamente.	No promueve el ejercicio o las dietas.	Promueve el estándar de modelo.
47	Trabaja en su físico por lo que su autoconcepto podría ser estable y también la percepción que tiene en sí de todo frente a su cuerpo.	No tiene buena relación con el entorno, no permite comentarios en sus publicaciones y esto puede tener significados como incapacidad de aceptar la percepción de otros frente a su físico.	No permite comentarios.	Promueve un estilo de vida fitness.	Sube fotos en vestido de baño pero no de forma erótica.	Todas sus fotos son de cuerpo entero.	No parece promoverlo.	Promueve el ejercicio y la dieta.	Promueve el estándar de fisioconturista.

Matriz final (2) - Excel (Error de activación de productos)

		Tipos de estereotipo						Aspectos léxicos		
Estilo de vida que fomenta	Publicación de imágenes eróticas	Tipo de publicaciones más comunes	Fortalece el amor propio	Promueve dietas o ejercicios	Estereotipo que promueve	Utiliza filtros	Son filtros de color o de distorsión	Fotografías profesionales o caseras	Es evidente la manipulación de las imágenes	
Su estilo de vida está basado en viajes y modelaje, es lo que más muestra dentro de su feed y historias destacadas	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas	Su perfil no promueve o menciona aspectos que incluyan parámetros de amor propio identificables.	No promueve dietas o ejercicios, parece que no son hábitos involucrados en su estilo de vida.	Esta cuenta podría estar promoviendo el estereotipo de la mujer modelo por sus fotografías en general	Si, se utilizan filtros en gran parte de sus fotografías, tanto de la aplicación como externos.	En gran parte parecen filtros de color, pero por algunos cambios en su rostro en algunas fotografías, podría evidenciarse que si utiliza filtros de distorsión	Una gran parte de sus fotografías son profesionales.	Es evidente en el cambio de tonalidad de las mismas y se puede notar que han estado expuestas a determinados retoques debido a que las fotografías profesionales pueden estar ligadas o cambiadas que se consideren penitentes para lograr ese aspecto de "Perfección".	
Su estilo de vida parece estar basado en vida social, emprendimiento y aspectos artificiales como la fotografía	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas, tanto cuerpo como selfie	Esta fotografía junto a su descripción tiende a promover daños en el autoconcepto, teniendo en cuenta que si otra persona no tiene esa misma estructura física, podría llegar a sentir que no tiene un cuerpo correcto o generar comparaciones	No promueve dietas o ejercicios, parece que no son hábitos involucrados en su estilo de vida, sin embargo si promueve determinados estereotipos físicos mediante comentarios	Promueve valores estereotipos, entre ellos, la cultura de la delgadez, el modelaje y tener el cuerpo perfecto, incluso cuando se sea una persona delgada, si tienes un gordito no entra en la "Perfección"	Si, utiliza tanto filtros de Instagram como posibles filtros externos.	Utiliza tanto filtros de color como de distorsión, debido a que algunos modifican su estructura facial y muchas fotografías de carácter profesional parecen estar retoqueadas.	Tiene ambos tipos de fotografías, pero aunque sean más caseras la mayoría siguen teniendo retoques.	Es evidente la constante manipulación en su estructura facial con algunos filtros de Instagram, o incluso retoques desde otras. También retoques en su aspecto corporal como rebufo de cintura en varias fotografías	
Su estilo de vida parece que se divide entre la vida social y viajes, entre ellos, suelen tener gusto por la piscina o el mar.	Las fotografías seleccionadas incluyen poca ropa, debido a que salen en vestido de baño, sin embargo no se consideraría erótico	Primera las fotografías de cuerpo entero	Su perfil no presenta signos de amor propio palpables, pero debido a la seguridad que refleja, puede contagiar a otros de sentirse así.	No promueve dietas o ejercicios, parece que no son hábitos involucrados en su estilo de vida	Parece no promover ningún tipo de estereotipo pero si demuestra seguridad al mostrar su cuerpo.	Si, utiliza filtros de Instagram	Utiliza filtros de color.	Fotografías caseras	Parece utilizar algunos filtros de Instagram que generan determinados cambios en la estructura facial pero no suele ser una exposición alta.	

	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC
22										
23										
24	Su estilo de vida se reduce a viajes, arte y diferentes acciones que motivan su día a día	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa.	Ambas fotografías de cuerpo entero y selfie	Promueve el amor propio a través de rutinas de cuidado facial, frases motivadoras y una historia destacada completa a este tema, entre otras cosas.	Si promueve el ejercicio y la importancia del mismo para amarse.	Promueve el estereotipo de la mujer que se arregla siempre, que esta constantemente pendiente de su apariencia.	Si, utiliza los filtros de Instagram	Utiliza filtros de color y edición de luz	Fotografías caseras	Es evidente que usa determinados presets para armonizar su feed, podrían ser de aplicaciones como lightroom o filtros que incluye Instagram.
25	Su estilo de vida parece estar enfocado en la vida social, la vida en pareja y universidad	Su cuenta no incluye fotografías utilizando poca ropa	Primera las fotografías de cuerpo entero	No promueve el amor propio de forma directa, en su perfil no es una temática palpable o que se mencione.	No promueve dietas o ejercicios, parece que no esta involucrada con ese tipo de hábitos	Promueve el estereotipo de la mujer vanidosa y social.	Si, utiliza filtros de Instagram	Utiliza filtros de color y edición de luz	Fotografías caseras	Sus fotografías no parecen estar expuestas a constantes ediciones, más bien se ve muy natural en casi todas las fotos
26										
27										
28	Su estilo de vida parece estar enfocado en el ámbito social y viajes	Su cuenta incluye fotografías en vestido de baño	Primera las fotografías de cuerpo entero, sin embargo si muestra su rostro	No parece promover el amor propio.	Si promueve el ejercicio.	Promueve el estereotipo de modelo	Si, utiliza filtros de Instagram	Utiliza filtros de color y distorsión de la aplicación Instagram.	Fotografías caseras	Sus fotografías parecen estar expuestas a determinados retoques de color y una que otra distorsión mediante filtros, más que todo en el rostro.
29										
30	Su estilo de vida parece estar enfocado en la vida social y la fiesta.	Ha subido fotografías en vestido de baño en pocas ocasiones pero no se consideran eróticas.	Publica varias fotos en cuerpo entero pero también muchas selfies.	No se evidencia que promueva el amor propio	No parece promover una vida saludable.	Promueve el estereotipo de la mujer fiesta y vanidosa.	Si, utiliza filtros de Instagram.	Utiliza filtros de color y de distorsión en un grado bajo.	Fotografías caseras.	Algunas fotografías parecen estar expuestas a determinados filtros pero también se presenta en muchas de ellas al natural.
31										

## CUESTIONARIO

1. ¿De qué manera considera que las redes sociales persuaden o influyen dentro de las personas a través de los contenidos que se publican?
2. ¿El autoconcepto o la autoestima de las personas puede verse influenciado o afectado por el contenido que se consume dentro de las redes sociales?
3. ¿Podría decir usted que las actitudes de las personas podrían tener cierta repercusión o influencia en su vida social o incluso académica el uso de las redes sociales?
4. Cuáles considerará usted que son los estereotipos que con mayor frecuencia se pueden encontrar dentro de redes sociales como Instagram

5. Teniendo en cuenta todo el trayecto dentro del marketing ¿Qué considera usted que es lo que busca este para poder persuadir más que todo en el ámbito femenino para vender una campaña por ejemplo?
6. ¿Qué es el auto concepto dentro de la psicología? y ¿Cómo considera usted que podría verse afectado por el contenido que consumimos por la red social de Instagram
7. ¿Consideras que el uso excesivo de filtros podría dañar un poco tu autoestima?
8. ¿Considera que esto pasa en todas las redes sociales? ¿o Instagram por ser una aplicación que prima más que todo la imagen y tiene determinados estereotipos tiene más influencia?
9. ¿Hasta qué edad considera que podría verse afectada la autoestima por las redes sociales?, o no hay una edad como top, ¿podría pasar en cualquier momento?
10. ¿El uso de desnudos es una cuestión de seguridad? ¿Realmente es un parámetro de seguridad se podría considerar desde esta forma?
11. ¿Esto puede escalar hasta una edad más avanzada? o sea tipo incluso hasta llegar a la universidad o ¿puede ir mejorando con el tiempo sin ayuda? claramente algunos pues por los papás tienen ayuda, pero hay otros que están como bajo una capa y una burbujita, ¿podría llegar a escalar a una edad más avanzada?
12. ¿Considera usted que el colegio puede ser un ambiente más hostil que la universidad o van como de la mano?
13. ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias de la baja autoestima? ¿tendrá alguna afectación en su vida profesional, académica o realmente sólo es el aspecto emocional?
14. ¿Cuándo puedo llegar a normalizar el hecho de que una persona no consuma comida?, sabiendo que somos medianamente adultos y tenemos como más conciencia de lo que estamos viendo y viviendo.
15. ¿La influencia del TCA podría verse promovido por las redes sociales?
16. ¿Qué estereotipos crees que son los más dañinos que se dan dentro de Instagram en general? es eso y, ¿cuál es la repercusión que crees que tiene para la sociedad en general este tipo de estereotipos que están muy marcados en la sociedad actual?
17. ¿Tu consideras que la autoestima puede verse afectada por el contenido que se consume dentro de Instagram?

18. ¿Tu piensas que puede llegar afectar la personalidad o la forma en la que vivimos el contenido que consumimos en Instagram?
19. ¿Consideras que los filtros de Instagram son nocivos o malos?
20. ¿Cuáles son los estereotipos que consideras que más se promueven dentro de Instagram?
21. ¿Consideras que el uso de desnudos o personas con poca ropa, podrían ser sinónimos de seguridad o de querer llamar la atención?
22. En Instagram se ha dado ese boom que promueve el amarse y el comer saludable ¿considerarías que esto puede afectar el autoconcepto y la autoestima?
23. ¿Qué piensas del HATE, piensas que esto puede afectar la autoestima?
24. ¿Qué piensas de las personas que editan sus fotos? ¿Por qué crees que se dan estas situaciones?
25. ¿Crees que Instagram puede llegar de influir a ese nivel?
26. ¿Qué opinas del autoconcepto y cómo considera usted que se puede ver afectado por el contenido que consumimos dentro de las redes sociales en este caso más puntual en Instagram?
27. ¿Cuáles son los estereotipos que consideras que más se promueven dentro de Instagram?
28. ¿Crees que podría llegar a afectar los trastornos de conducta alimentaria?
29. ¿Consideras que el uso de desnudos o personas con poca ropa, podrían ser sinónimos de seguridad o de querer llamar la atención?
30. ¿Qué piensas de los filtros en Instagram?
31. ¿Fomenta este tipo de comportamiento usar Instagram?
32. ¿Conoces a otro tipo de personas que son influenciadas por Instagram?
33. ¿Crees que en el algún momento Instagram reduciría este impacto?

## **ENTREVISTAS COMPLETAS**

Entrevista Dalal Agha

### **1. Cuéntanos un poco sobre tí...**

Bueno Hola Mi nombre es Dalal Agha tengo 20 años y red social que más uso básicamente es Instagram y me encuentro como Dalal\_14.

**2. ¿Tu consideras que tu autoestima puede verse afectada por lo que se consume dentro de Instagram?**

Claro, desde mi punto de vista bastante. Esto depende de cada persona y del nivel de autoestima que tenga porque ejemplo en mi caso, no me ha resultado complicado ser activa en Instagram al ver otras publicaciones de otras chicas y de más. Pero si, he conocido varios casos en los afecta bastante en la autoestima y se han comparado físicamente o cómo lleva su estilo de vida y de más.

**3. ¿Tu piensas que puede llegar afectar la personalidad?**

En varios casos si, por que si yo empiezo a revisar el feed de una chica y veo que la chica tiene una excelente vida ya sea nutritiva, saludable, viaja y así, dependiendo de mi autoestima baja quisiera tratar de igualarle cambiaría radicalmente, si fuera una persona super cerrada y para lograr alcanzar el nivel en una red, cambiaria mi forma de ser, sería una persona más abierta, más social.

**4. ¿Consideras que los filtros de Instagram son nocivos o malos?**

No lo sé, por ejemplo, en mi caso hay veces que los uso porque digo me encantan y los uso. Pero hay casos que realmente me cambia los ojos mi nariz y digo esta no soy yo. Y digamos, ahora, si quiero usar un filtro solo busco uno que cambie el color solo para que alegre el entorno. Y si he llegado a pensar bastante el cómo soy yo con el filtro y como soy normalmente.

**5. ¿Cuáles son los estereotipos que consideras que más se promueven dentro de Instagram?**

Creería yo que son las chicas super maquilladas o si no con un cuerpo de modelos. Y lo que últimamente yo he visto en redes, es esto de la vida sana de las chicas, una vida como más natural y eso es lo que según mi persona muchas personas tratan de alcanzar y es ahí cuando surge el cambio.

**6. ¿Consideras que el uso de desnudos o personas con poca ropa, podrían ser sinónimos de seguridad o de querer llamar la atención?**

Ósea están los dos lados, yo conozco y me llevo chicas que suben fotos y videos a sus redes con poca ropa, prácticamente para ellas no quieren llamar la atención del público,

obviamente muy internamente si tratan de hacerlo, ¿pero por ejemplo hablando con una amiga le pregunté ¿no te sientes incomoda? Y ella me dijo no, es mi cuerpo a mí me encanta como es mi cuerpo me encanta mostrarlo para mí no hay ningún inconveniente entonces me dijo si a mí me encanta quisiera que otras personas lo vean lo amen también. Entonces supongo que es 50/50 el si yo me siento segura te lo muestro y el otro 50 para crear más contenido.

**7. En Instagram se ha dado ese boom que promueve el amarse y el comer saludable ¿considerarías que esto puede afectar el autoconcepto y la autoestima?**

Creería que no, porque prácticamente esto de escuchar a chicos que te muestran cómo es esto de tener amor propio, y personas que no tienen amor propio que se den cuenta de todo lo espectacular que es la persona que puede llegar amarse a sí mismo. Creería que existe también un aspecto negativo porque si es que yo veo a una persona diciendo si es que yo amo mi cuerpo y yo digo yo también lo amo, pero no hasta ese punto y hay personas que llegan a sobre pensarlo demasiado y ahí llega el problema y creo no es una afección bastante profunda si no que ya es una persona que lo llevan a sobre pensar demasiado y trabajan para igualarlo, mas no para decir, yo tengo amor propio gracias a esta chica y sus consejos. Si no que es como si tengo amor propio, pero quiero llegar a más como esta chica. Entonces creería que todo tiene su lado negativo, pero esto solo es como una 10%.

**8. ¿Qué piensas de HATE, piensas que esto puede afectar la autoestima?**

Para las personas que no son seguras de sí mismas, pues sí, llega afectar bastante porque claro sea como sea puedes tomártelo a la ligera un comentario de ¡ay no que fea que estas! pero digamos si yo soy super segura y digo “no yo en la foto sé que estoy hermosa y soy hermosa” entonces equis ese comentario, pero para las personas que no son seguras de sí mismas y tienen una autoestima bastante baja si llega afectar y empiezan a cambiar físicamente, el estado anímico y tal, entonces esto del hate si es un problema bastante grande, porque como dicen “lo que tú dices es el reflejo de lo que tú sientes”, entonces prácticamente las personas, creo yo, que tiran hate a otra persona es porque tratan de como exteriorizar el problema que tienen ellos contra otra persona.

**9. ¿Qué piensas de las personas que editan sus fotos? ¿Por qué crees que se dan estas situaciones?**

Bueno yo creería que se dan por esto mismo del amor propio tal vez porque no lo tienen y tal vez sienten que han viéndose de la manera que ellos creen que podrían verse mejor las otras personas podrían aceptarles, pero bueno yo creería eso para mí nunca lo he hecho, pero no se no está ni bien ni mal sinceramente estoy yo como que no un punto medio de que las personas editen las fotos porque ya es como muy su punto de vista obvio también tiene su punto negativo porque existe esto. Existe esto de que bueno me veo así en fotos y como dicen luego sales a la calle y nadie te reconoce y claro es por la edición de las fotos. Pero sinceramente yo estoy en un punto medio creo que las personas que lo hacen tal vez tienen una necesidad de qué otras personas los acepten y no tal y como son, sino que tratan de llegar a un estándar para que los acepten.

#### **10. ¿Crees que Instagram puede llegar de influir a ese nivel?**

Pues sí, porque últimamente acá en Instagram, antes se subía sus historias y fotos, ahora puedes subir videos y todo, entonces es como una red que se ha vuelto con bastante movimiento y muchas personas, aunque no suban fotos o lo que sea y no tienen nada de seguidores o seguidos miran todo el contenido. Miran el contenido hasta de las personas que viven en otros países. Entonces la comparación de esta chica que vive en Estados Unidos es rubia, tiene esta vida y yo porque no la tengo así, entonces si empieza como que ese gran problema porque ya ves muchas cosas, ves historias de una chica que viaja bastante y empieza con por qué yo no viajo o no puedo viajar, y así miras fotos de personas hermosísimas con un cuerpezazo y empiezas con ¿por qué no soy así?

Entonces creo en el gran movimiento que ha tenido Instagram, porque claro, ahora me imagino que debe ser una de las principales redes de uso, entonces, creo que si cambia bastante las personas el ver cómo es otra persona y querer como igualarle o tratar de compararse y sí, igualar a la otra persona.

#### ***Entrevista María José Torres***

##### **1. Cuéntanos un poco sobre ti...**

Bueno me llamo María José Torres estudio arquitectura estoy en sexto semestre de la carrera estoy en la Cato de Ibarra, me gusta mucho hacer ejercicio, salir con mis amigas, me gusta dibujar y pintar. También trabajo y pues pasó súper ocupada me gusta mucho estar ocupada.

## **2. ¿Tu consideras que tu autoestima puede verse afectada por lo que se consume dentro de Instagram?**

Bueno puedo hablar de mi caso, el autoconcepto como la palabra mismo lo dice es como nos vemos a nosotros mismos o cómo pensamos de nosotros y qué decimos sobre nosotros. Entonces lo que yo podría decir es que influyen mucho las redes sociales a nuestro diario vivir, a partir de eso nosotros vamos quedando bueno varios estereotipos de quiero verme así o esto y ese tipo de cosas nos hace pensar un poquito bueno puede ser un poco mal para nosotros. Entonces ese es el contenido básicamente todos los días porque nosotros a partir de esto de la pandemia y todo, la tecnología se ha vuelto parte de nuestro diario vivir.

Entonces el hecho de estar todo el tiempo en el teléfono y en la computadora, nos hace un poco más dependiente a este tipo de redes, entonces estamos pendiente de qué tal vez no sé, veo esto y quiero esto, quiero esto porque lo tiene, me quiero ver así, me quiero ver más delgada, entonces sí, nos afecta bastante y nos consumen mucho las redes sociales el día de hoy.

## **3. ¿Cuáles son los estereotipos que consideras que más se promueven dentro de Instagram?**

Bueno con esto que te digo se ha tocado el tema de la pandemia Y si cambia un poco no porque por ejemplo yo siempre he sido siempre he pasado activa hago ejercicios desde los 16 años. Se cerraron todos los gimnasios se cerró todo y si buscaba algo que hacer en casa. yo nunca la comida, pero me sentía bien y todo el mundo empezó que esto y lo otro. Que esto te hace bien y esto te hace mal entonces yo si empecé hacer dieta porque no quería verme mal, me cuidaba en la comida, a restringirme un montón. Que el ayuno intermitente que salían de moda en ese tiempo entonces si afectó un poco en mi personalidad en estos dos años de pandemia. Luego que ya salían de los tres meses de confinamiento seguían con su vida y decían voy a seguir practicando y voy a seguir haciendo esto. Ya cuando paso un poco más el tiempo ya pude darme cuenta de que eso no estaba bien y que eran personas que daban a conocer sus vidas en las redes sociales y que a veces no era así como lo muestran y lo entendí después. Tal vez te muestran una cara y en realidad no están pasando por eso. Y por eso si pudo afectar.

#### **4. ¿Crees que podría llegar a afectar los trastornos de conducta alimentaria?**

Pues sí, yo creería que sí, básicamente vivimos en un mundo donde ahora las redes sociales son parte de nuestro diario vivir y hay chicas y chicos que están en proceso de crecimiento y comienzan a decir que “si yo quiero verme así” y realmente no todo el contenido que se maneja en redes sociales no es bueno, hay veces que hay contenido malo y estamos abiertos a toda esa información, si nos puede llegar y decir que es lo que está de moda entonces yo lo voy practicar y es ahí donde parten los trastornos alimenticios y todo lo que nos afecta y básicamente los humanos nos manejamos así.

#### **5. ¿Consideras que el uso de desnudos o personas con poca ropa, podrían ser sinónimos de seguridad o de querer llamar la atención?**

Bueno, yo la verdad con respecto a eso se me hacer muy indiferente porque hay chicas que tienen un cuerpo super lindo y lo muestran, está bien, pero hay personas que van a opinar diferente y van a pensar que lo hacen por llamar la atención y van a decir que nos les parece. Entonces yo personalmente creería que si muestran seguridad por lo que tienen y también es como decir a mí me gusta mi cuerpo y lo puedo mostrar, no es que es desnudos sin nada porque ese punto no, pero si es con traje de baños está bien. Es como decir que muestren algo indebido que no va acorde a las redes sociales esto puede difamar, se puede difundir y una foto ya subida a las redes sociales no se puede bajar, y aun que tu borres van a ver personas que lo vieron o le hicieron capturas.

#### **6. ¿Qué piensas de los filtros en Instagram?**

Obviamente, claro imagínate que no tú no puedes tomarte una foto natural porque dices que esto no me gusta, es que mi nariz aquí se ve así, que tengo mucho cachete y quiero verme más delgada entonces le pongo filtro, hasta que algún día me pueda quitar esto porque nos hace sentir más inseguras porque dices y crees que esa es la cara perfecta para mí.

#### **7. ¿Qué piensas de las personas que editan sus fotos? ¿Por qué crees que se dan estas situaciones?**

A mí no me parece bien, porque más que todo nosotros deberíamos aceptarnos como somos, y al final si nosotros empezamos a ponernos o que me hago más chiquito, la gente es mala y critica mucho y afecta más a la personalidad de uno. Entonces por ejemplo le ves a una chica y tú dices, no es que así no es en las fotos, es que es más gordita, en las fotos se edita full,

entonces la gente habla demasiado. En lo personal a mí no me parece uno tiene que subir una foto tal y como es y ya. Porque a la fina uno como mujer y como persona expresa la seguridad que es y si tú tienes el problema de que me veo mal y todo y harás entender eso a las personas que te sigues y que te rodean.

#### **8. ¿Fomenta el comportamiento de usar Instagram?**

Si, por ejemplo, yo te puedo hablar de mí, yo he cerrado Instagram un montón de veces porque hay veces que veo y digo que quiero estar así, hasta que cierro y ya. Se me fue eso de la cabeza vivo mi vida y estoy bien. Entonces sí, Instagram nos crea una vida de película, de que tenemos que comer así y es que tenemos que vernos así, es que la cara perfecta es así, nos crea un patrón para todo en general y vamos viendo muchas cosas y no lo tenemos, uno tiene que ser feliz con lo que tiene y con lo que eres.

#### **9. ¿Conoces a otro tipo de personas que son influenciadas por Instagram?**

Dentro de la Universidad no, pero tengo una amiga que, si pasó por eso y de verdad, hizo dietas dejaba de comer, tuvo anemia entonces no estaba bien y yo le dije que de verdad estaba mal y ella me dijo es que yo veo en Instagram y quiero esto para mí, miraba el cuerpo perfecto y así quiero. Entonces a la larga le afecto un montón. Tuvo muchos problemas, en la Universidad también, como Ibarra es muy pequeño, una amiga me dice, es que eliminé Instagram porque la gente habla mucho y no quiero saber nada. En parte si afecta todas las cosas y no solo en el ámbito de querer hacer ejercicio sino en muchas cosas.

#### **10. ¿Crees que en el algún momento Instagram reduciría este impacto?**

Yo creo que es el proceso personal de cada uno, uno tiene que ver por uno mismo, hay muchas personas que se preocupan por lo demás, son estas las que tienen que cambiar y pensar si esta foto no me beneficia mejor no la voy a publicar y yo no quiero ver eso así que voy a dejar de seguir, ósea preocuparse por uno mismo y ver que es contenido bueno y que pones en las redes y esto deberíamos tomar en cuenta todos y las cosas cambiarían un poco.

## **ENTREVISTA A LA DRA. MARÍA JUDITH LÓPEZ**

### **1. Cuéntanos un poquito sobre ti**

Bueno mi nombre es María Judith López, yo soy psicóloga clínica, me gradué de psicología clínica en el 2020, dentro de mi formación soy especialista en lo que sería la psicoterapia integrativa focalizada en la personalidad, que significa esto que la psicología tiene varios enfoques teóricos, es decir que todos podemos practicar la psicología pero el enfoque teórico nos ayuda a utilizarlo como el objeto de estudio, por ejemplo existe el psicoanálisis que trabaja desde el inconsciente de la persona, existe la cognitiva conductual que trabaja desde las ideas y la conducta, entonces por mi lado yo ejerzo la psicología clínica en base a la personalidad porque yo considero que la esencia de la persona, es decir su personalidad va a marcar muchísimo en cuanto a la forma de expresar sus afectos, de pensar, de sentir, de comportarse en el mundo.

De ahí, actualmente me encuentro estudiando una maestría en psicología forense y peritaje psicológico que habla muchísimo de la evaluación en contextos judiciales para los peritajes y evaluaciones por si la persona esta apta o no para ser juzgada en una corte si es que son los padres aptos para el cuidado de un hijo en cuanto por ejemplo al derecho laboral, civil, etc.

En este momento me encuentro trabajando como psicología clínica en un hospital psiquiátrico de la ciudad de Quito, trabajamos con pacientes internos es decir pacientes que están hospitalizados ahí que se quedan aproximadamente un tiempo de 3 a 6 meses hospitalizados. También trabajo en mi consulta externa.

### **2. ¿Qué es el auto concepto dentro de la psicología? y ¿Cómo considera usted que podría verse afectado por el contenido que consumimos por la red social de Instagram?**

El autoconcepto en realidad viene derivado de esta palabra muy famosa que es el autoestima, generalmente el autoconcepto es la opinión que una persona tiene sobre sí misma y esta llevada por un juicio de valor, esto quiere decir que generalmente los valores de la persona siempre van a estar definidos por la sociedad, si me veo bonita, si me veo fea, como opina mi familia, mi entorno, que me han dicho mis parejas hasta el momento, entonces el autoconcepto viene a ser una parte muy importante en la vida de una adolescente y luego posteriormente en la adultez por el mismo hecho que la adolescente está formándose, en un

niño es más sencillo porque la mamá o los papás o los cuidadores siempre le bañes y qué bonita qué bonita eres qué precioso qué inteligente, esos son los halagos que generalmente se utilizan a los niños pero ya cuando llegamos de los grupos de adolescentes, ya nos topamos con las famosas comparaciones por qué los adolescentes se dan cuenta que sus cuerpos, sus mentes, sus formas de vida están cambiando y los cambios no suelen ser tan bonitos en un inicio porque son confusos, son difíciles y luego viendo ahora las redes sociales en dónde están estos estereotipos de los cuerpos perfectos antes del impacto y el Boom de las redes sociales se tenía eras gordito o flaco, feo o bonito, no habían mayores matices en la sociedad pero ahora ser flaca no es suficiente, eres flaca pero por ejemplo, para las mujeres, con cierto tamaño de busto, tamaño de cintura, con cierto tamaño de trasero, ahí sí eres bonita; no es simplemente que agraciada que eres sino tu nariz debe ser de esta forma tus labios y ser esta forma tus ojos tienen que verse a si tu cabello tiene que hacerlo de esta manera no entonces no solamente eres que cabello tan bonito que tienes no tiene que ser sano tiene que brillar tiene que ser largo entonces ahora los estereotipos que nos brinda la sociedad lamentablemente han afectado muchísimo en el autoestima y el autoconcepto de los adolescentes, ahora si antes ya se veía que los adolescentes querían operarse o pasar por procedimientos quirúrgicos ahora es muchísimo más común, ahora se ve muchísimo ahora estos procedimientos no enteramente quirúrgicos que tienen que pasar por una cirugía sino por ejemplo ahora esto famosísimo que hay ahora que escucho mucho entre los pacientes internos esto del ácido hialurónico no para que para la nariz que para los ojos que para los labios no que visto que se inyectan también en el en el trasero o en el busto las fajas, las chicas adolescentes andan fajadas a todos lados nos adolescentes varones no la tienen más fácil porque ahora ya no puede ser sólo flaquito gordito ellos tiene que ser musculosos una espalda ancha verse varoniles el entonces te la barba novela entonces sí se vuelve algo bien complicado en la construcción de del nuestras nuevas generaciones por eso ahora el brote de trastornos alimenticios es altísimo ahora la depresión en adolescentes es casi como el pan de todos los días y claro tienen los adolescentes de todos los países tienen sus propios problemas individuales pero nunca he escuchado hasta ahora en un paciente adolescente que me diga bueno sí mis papás me golpean no mis papás sin una mala relación a mi casa es un infierno pero yo me amo no hay esas combinaciones siempre tengo este problema y encima más no me amo no me gusta entonces eso es lo único que hace es potencializar la baja autoestima y el bajo autoconcepto.

### **3. ¿Consideras qué el uso excesivo de filtros podría dañar un poco tu autoestima?**

Por supuesto porque te hace dar cuenta de que no eres o no tienes esa cara y luego la gente de tu entorno se empieza a dar cuenta, antes los grupos de adolescentes en cuanto al bullying era diferente, ahora verdaderamente utilizan las redes sociales para acostar muchísimo entonces yo he visto muchos pacientes adolescentes que me muestran los comentarios que sus compañeros o gente que le sigue porque ahora también estoy los seguidores se vuelve también parte de la autoestima no belio les comentan su cara en la realidad no se ve así y se vuelve generar esto de nuevo regresando al deseo de cambiarse de no querer ser ellos mismos entonces yo tenía una paciente adolescente que decía yo quiero verme así como me veo con el filtro entonces me voy a hacer una lipo-papada y me voy a quitar los chetes porque el filtro me hace ver más fina la cara entonces yo le lleve esta foto a mi doctora y me la va a hacer cuando cumpla 16, entonces si se vuelve como complicado se vuelve complejo porque nos muestra una realidad que no es no o sea y la adolescente se pueden tomar las foto y la sube y dice yo quiero esto si hay una diferencia un poco en el adulto que medianamente el adulto puede abstraer la información de manera diferente dice bueno ok ya, y aun así tenemos adultos que yo conozco adultos que se pasan por estos procesos quirúrgicos porque se vieron muy bonitos en el filtro que se aplicaron entonces sí, sí aporta bastante bastantísimo en realidad a cómo te ves o a cómo quieres verte.

### **4. ¿Considera que esto pasa en todas las redes sociales, o sea como que realmente todas las redes podrían tener como un efecto por decirlo de esta forma en mayor o menor grado dentro de la autoestima o Instagram por ser digamos una aplicación que prima más que todo la imagen y tiene determinados como estereotipos ya marcados tiene más influencia?**

Bueno ahora las redes sociales que yo veo con más de influencia es el Instagram y el TikTok, en las poblaciones jóvenes más que nada, ya las poblaciones jóvenes no tienen esa gran mayoría de otras aplicaciones de esas vienen a ser como las fuentes de relacionarse.

Antes en los grupos más adultos se utilizaba el Snapchat como muchísimo para los filtros y esto, pero ahora las nuevas generaciones de los 16 para abajo, el Instagram y el TikTok vienen a ser sus redes sociales de referencia y si uno se pone a ver el contenido es solamente pura imagen, mayor cosa no puedes mucho compartir ahí o no puede mucho en realidad consumir, los adultos que utilizan Instagram y TikTok tienen y buscan otro contenido, se ve

contenido por ejemplo he visto bastante de autoestima o siguen terapeutas en el TikTok que suben contenido de fuentes de apoyo o eh visto mucho contenido en TikTok este de reconocer la red flags en tus relaciones pero los adolescentes no consumen ese tipo de TikTok, los adolescentes consumen un TikTok de baile de sí de baile de trends de estos estos famosos los desafíos de baile y si uno se pone a ver son chicas y chicos como normados en el estereotipo genética o producida pero están normados en estereotipo entonces, yo por ejemplo con algunos pacientes adolescentes que tienen trastornos alimenticios parte de mi terapia es que dejen de seguir por ejemplo esas cuentas , yo tengo una sesión destinada a que mi paciente me diga cómo juntos vemos que consume entonces dejamos de seguir dejamos de seguir los chicos famosos que les muestran estas formas de vida que son muy vacías en realidad porque no hacen mucho en estos chicos que de los que consumen porque ganan dinero haciendo esto versus del chico chica promedio ecuatoriano que tiene que ir al colegio que tendrá que salir adelante y entrar a la universidad y no cumple con estas normativas entonces sí se vuelve algo bien complicado.

**5. ¿Hasta qué edad considera que podría verse afectada la autoestima por las redes sociales?, o no hay una edad como top, ¿podría pasar en cualquier momento?**

En realidad podría pasar en cualquier momento, pero el grupo etario que se ve más afectado a largo plazo es la población infantil y la adolescente ¿por qué?, porque claro ahora los adultos desde los 21 para arriba que nos podrá dar bastante pena ver un cuerpo que no tenemos pero ahora los adultos hacen cosas diferentes yo tengo pacientes que dicen yo quiero esa cintura entonces ok ya me compre la faja pero voy a nació pero me voy al nutricionista y hago algo funcional saludable por querer verme así y aun así entiendo que no me voy a ver así a menos de que meta el cuchillo cómo se me saben decir algunos pacientes, eso hacen los adultos. Ahora en cambio la adolescente no tiene esa forma de existir, el adolescente dice voy a dejar de comer no voy a ser ejercicio sólo voy a dejar de comer, el voy a comer voy a tomar solo agua con hielo voy a desayunar café con hielo voy a masticar hielo para que no me de hambre; entonces el grupo etario que se ve más afectado del adolescente porque imagínate están construyéndose como seres humanos y ya no se quieren desde tan jovencitos ya no se quieren entonces qué podemos esperar de ellos cuando sean adultos. Entonces sí es un grupo atareo que se ve bastante lastimado y en realidad está siendo muy lastimado y en la actualidad hay algo que también es hay cabe recalcar que si es me parece súper importante decir ahora los jóvenes están hiper sexualizados, no hay filtro en el contenido que suben,

si subo una foto semidesnuda no importa, bajo estas frases de “mi cuerpo, mi decisión”, que sí totalmente de acuerdo, pero no logran medir el grado de daño que pueden hacerse. Yo tengo muchos pacientes internos actualmente adolescentes internos del hospital que cuando yo hago este ejercicio de autoestima y les digo como que publicas no yo tengo pacientes que no tienen más de 14 años y tienen fotos semidesnudas en el Instagram de gente que sabrá Cristo quién será entonces sí sé si me vuelves a la cabeza es incógnita no como por eso la juventud verdaderamente ahora está cómo estás tan hiper sexualizadas en todos los sentidos, las series también que consumen han hecho que ellos busquen relaciones sexuales muy casuales y que esto no es negativo, pero no tienen el la conciencia para decir ok voy a tener una relación sexual casual porque protejo mis emociones no ellos es simplemente lo hacen porque en las en las redes es normal no pasa nada pero se ven extremadamente afectados emocionalmente.

**6. ¿El uso de desnudos o bueno todo este tipo de aspectos realmente es una cuestión de seguridad?, o sea en el mundo hoy no solamente no sólo se interesa también en los jóvenes yo he visto universitarios de mi edad hacer lo mismo incluso dentro de mi universidad, con este logotipo de que es seguridad de que me amó y como me amo pues lo público, entonces ¿Realmente es un parámetro de seguridad se podría considerar desde esta forma?**

Claro si se podría considerar porque yo creo que las personas que se publican en sus propios desnudos sí deberían hacer una base de análisis en cuanto a ok esto lo hago por mí o lo hago porque necesito que me vean porque yo conozco mucha gente también que lo hace verdaderamente por ellos porque quieren ser activos en redes sociales si se sienten se ven lindos lindas y lo hacen pero de ahí la gran mayoría es porque quiero saber cuántos me ven quiero el halago quiero la validación quiero la atención entonces si se vuelve algo preocupante porque tal vez el adulto podrá medianamente definir el riesgo podrá decir si alguien le publica algo tal vez no le va a contestar si es que no lo conoce, tal vez cumple con el objetivo de del del sentirse validado visto reconocido, pero el adolescente no hace este ejercicio, el adolescente se habla con esa persona y no logra hacer esa cognición de: ¿será un desconocido?, ¿será una cuenta falsa?, ¿será una persona real?, ¿qué querrá conmigo?, ¿será que le doy una cita, será que no le doy una cita?, ellos sólo se lanzan porque el adolescente es así sede aventurero es impulsivo está aprendiendo entonces si habla muchísimo de seguridad, en cuanto a alarmas que puede dar el riesgo a su vida.

**7. ¿Esto puede escalar hasta una edad más avanzada? o sea tipo incluso hasta llegar a la universidad o ¿puede ir mejorando con el tiempo sin ayuda? claramente algunos pues por los papás tienen ayuda, pero hay otros que están como bajo una capita y una burbujita, ¿podría llegar a escalar a una edad más avanzada?**

Bueno por supuesto puede escalar puede convertirse, por ejemplo hay un trastorno de personalidad que se llama el trastorno de personalidad histriónico que son personas que tienen la tendencia patológica llamar la atención entonces y a la búsqueda de validación entonces pueden llegar a generar un trastorno de personalidad, y yo he tenido adolescentes con este tipo de trastorno que su gama de tic tac es increíble es como casi semidesnudos miles de seguidores, claro que genera una afectación porque cuando esa persona por ejemplo le quitamos del celular en él internamiento sufren mucho porque no tiene a estos seguidores fantasma que le validen entonces sufren, sufren muchísimo se cortan tienen ideas de muerte tienen ideas de no ser suficiente no valgo cuando se topan con una persona más bonita más con más seguidores con más personas sufren muchísimo y tuvo una paciente que entró a la hospitalización una chica como Influencer entre comillas no con muchos miles de seguidores y ella sufría mucho porque ella se comparaba los seguidores que ella tenía versus la otra y un día y esta otra persona muy extrovertida y un día simplemente se cortó para llamar la atención de los demás porque no le prestaba la suficiente atención me empezó a subir fotos de los cortes para tener más “likes” más vistas más todo entonces, así como puede desarrollar esto puede desarrollar: depresión, ansiedad, puede desarrollar un trastorno alimenticio, de conducta alimentaria o puede llegar a generar otros trastornos de personalidad, en general puede tener conductas de riesgo si son salir tomar cortarse, o sea sí puede haber todas estas si puede escalar sin ayuda fácilmente puede escalar.

**8. ¿Considera usted que el colegio puede ser un ambiente más hostil que la universidad o van como de la mano?**

En realidad ahora, por las el grupo etario el colegio se vuelve un ambiente bastante hostil porque en la universidad medianamente primero y eres más adulto tienes mayor conciencia del mundo y de las cosas que te rodean medianamente y eliges tu grupo de amigos y conoces gente estás como siempre dispuesto a la búsqueda de más personas y él es más grande en

cambio en el colegio es como una pequeña burbuja de gente de esa edad que se está descubriendo que se está identificando que tiene ya sus problemas personales y entonces sí el colegio en realidad se vuelve un ambiente bien hostil para los adolescentes, entonces cuando los colegios suelen decir como hay las cosas se ven en casa si los colegios si deberían hacer como un ejercicio un poco de conciencia a ver ¿qué es lo que tienen y qué es lo que se tiene que enfrentar?, en cuanto a consumo de drogas, en cuanto a la hiper sexualización, en cuanto a bullying, acoso escolar entonces si se vuelve bastante hostil.

**9. ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias?, como claro usted ha dicho que tengo o sea las consecuencias psicológicas con depresión trastornos y todo eso, pero el largo plazo no por ejemplo una adolescente que está pasando por estas circunstancias ¿tendrá alguna afectación en su vida profesional, académica o realmente sólo es el aspecto emocional?**

No, en realidad el aspecto emocional hace que todo se desequilibre entonces un adolescente que sufre no va a rendir y por ende va a generar muchísimo rencor y cuando vaya creciendo como adulto puede o volverse también un agresor o puede verdaderamente haber afectado su autoestima porque hay adultos con una autoestima extremadamente baja hay adultos con trastornos alimenticios hay adultos con depresión, generalmente lo único que hace la adultez es potencializarse y llegar a su quiebre emocional entonces verdaderamente como soportaron, soportaron, soportaron bastantísimo en la adolescencia y llegaron a la adultez pasó algo y ya se quebraron ya no dieron más a intentos de suicidio cosas que empiezan a alarmar y se empiezan a ver en sus familias en sus grupos de amigos cuando ya son adultos entonces si se desarrollan, por ejemplo las personas que sufren de baja autoestima no pueden la capacidad de atención al se afecta entonces la adolescente no va a aprender por ende el adulto no va a trabajar bien no va a rendir en la universidad no va a rendir en su trabajo va a somatizar que se llama eso, empiezan a generar esto de la gastritis, esto de los dolores de cabeza, los dolores de mi cuerpo, hay gente que le da estos la soriasis en la piel, entonces sí se vuelve la afectación emocionales del quiebre después de todo tiene malas relaciones con las familias, se pelean con la pareja, nadie le soporta entre comillas se vuelven personas complicadas, se aíslan

**10. Claro es un punto que me parece interesante porque realmente la verdadera razón por la que yo decidí hacer esta investigación es porque dentro de mi universidad hay como un grupo por decirlo así determinado que o sea de chicos que están entre los 18 algunos no tienen menos 22 años que sufren de TCA y es muy normal hablarlo dentro de los grupos no cómo decir hoy no he comido todo el día y que las personas no se aterren ante eso o sea yo me sorpendo como persona y digo ¿por qué se da? o sea ¿cuándo puedo llegar a normalizar el hecho de que una persona no consuma comida?, sabiendo que somos medianamente adultos y tenemos como más conciencia de lo que estamos viendo y viviendo.**

Ahí entra muchísimo porque ahora desde hace muchos años ya hemos dejado de funcionar como sociedad él como sociedad como colectivo por eso ahora los colectivos son tan no sé si por decir famoso tan sonados es porque con el paso de los daños del modo individualizado todo entonces siempre velo sólo por mí veo sólo por mí ya tengo yo que lidiar con mis propios problemas o sea ya tengo yo que lidiar con mi vida, con mi casa, con mi pareja, con lo que yo siento en el mundo, con lo que pasa en el mundo que ya de por sí es complicado es difícil, entonces ya no tengo tiempo para preocuparme del otro, o sea digo bueno comerás tú, o sea harás algo o tal vez digo: “ya bueno, ya está grande ya ha de hacer algo por sí mismo”, entonces de esta falta de empatía se ha visto muchísimo ahora en la civilización eso yo creo que ha generado la tecnología y todo en realidad, ya no funcionamos como comunidades, antes nos alarmaban cosas, o algo queríamos hacer así será desde la religión algo querían hacer así se te llevaban a confesarte lo que sea, pero algo se hacía ahora ya no se hace nada como poco puedes importar a menos de que verdaderamente la persona esté por poco hacia el borde de la desnutrición, ahí tal vez nos damos cuenta y a veces la gente se da cuenta desde la broma, te bromean ahí estás como muy gordita así como dejaras de comer hoy te comerás algo que vas a desaparecer, o sea tampoco cuando nos interesa como sociedad tampoco no la hacemos desde la empatía nunca preguntamos un ¿estás bien?, no es como ya nadie se pregunta entre nosotros eso y más que nada el problema de los trastornos alimenticios es que tiene que ser una anorexia muy marcada como para que se note, porque por ejemplo la las personas bulímicas existen en el mundo y la gente no se da cuenta porque el cambio de peso solo es como flaquito o flaquita y no se ve totalmente enfermo, entonces sí se vuelve como un poco delicado este hecho de generar un momento en donde nos demos cuenta verdaderamente si la persona está sana o no, como él te digo tiene que ser como muy

tajante muy que se le vea los huesitos que la piel esté marcada que las cosas se vean se sientan como para que algo verdaderamente pase.

**11. Bueno para ir finalizando, me gustaría preguntarte si consideras por ejemplo una persona que tenga TCA, independientemente de su edad, no sé este grupo universitario que te comento, ¿podría verse influenciado por los contenidos que consumen generalmente en cualquier red social?, o sea como que fomentar el TCA, ¿podría verse influenciado por las redes sociales?**

Sí por supuesto porque hay páginas web que te enseñan cómo vomitar, hay vídeos como te dé te enseñan cómo ayunar, o cómo hacer este famoso ayuno intermitente que es super dañino desde los equipos mismo médicos, los nutricionistas los médicos no recomiendan el ayuno intermitente para nada, entonces a se vende en el TikTok en el Instagram se vende un sentido de dieta también que es bien dañina porque la gente que sube estos post generalmente son esta gente “fit” entre comillas no se ponen a pensar que del otro lado tal vez haya una persona que ni siquiera se levanta de la cama y lo que va a hacer es ayunar que no tiene esto de que va a comprar toda esta gama de ensaladas y tan bonita simplemente va a comerse una lechuga con tomate y ya no nos ponemos tampoco a pensar en eso y que generalmente los trastornos alimenticios nunca vienen solos siempre vienen acompañados de otros trastorno el personalidad o de una depresión nunca vienen solos, siempre vienen con algo más ahí consumo de sustancias, jamás se ha visto un trastorno alimenticio purito que la persona solo no quiera comer o vomite la comida o se purgue, nunca están solos siempre van de la mano de alguna otra cosa.

**12. ¿Qué estereotipos crees que son los más dañinos que se dan dentro de Instagram en general? es eso y, ¿cuál es la repercusión que crees que tiene para la sociedad en general este tipo de estereotipos que están muy marcados en la sociedad actual?**

Yo creo que lo que lo más dañino que se vende a nosotros como Latinoamérica en general en el Instagram y en el TikTok y en cualquier red social, es este cuerpo europeo no este cuerpo blanco alto delgado en las mujeres, blanco alto delgado y con buen gusto con cintura corta y con tamaño preciso de trasero, creo que se vuelve complicado porque nosotros por ejemplo los serranos ya de por sí tenemos la espalda ancha por la presión entonces nuestro cuerpo está construido ya de por sí genéticamente diseñado de una forma, los europeos no

necesitan un una caja torácica tan amplia como nosotros, nosotros necesitamos una caja torácica grande, por eso por ejemplo la gente en la costa tiene una cintura más pequeña porque en la costa no necesitas respirar tanto en cambio nosotros los serranos necesitamos respirar bastante y eso pasa en todos los países de aquí y también aprender a que se den cuenta desde donde nos colonizaron, entonces eso me ha costado mucho con las mis

adolescentes de aquí como que entiendan que fuimos colonizados no por europeos en este sentido, como los argentinos, sino como una tanda de europeos que fueron ladrones no como vinieron acá a un montón de gente también de bajos recursos que se topó con nuestros indígenas que son pequeñas siempre hemos sido pequeños que son con el cuerpo cuadrado sí y que tenemos una tez diferente, entonces se viene este cambio este show cuando yo trabajo con los pacientes con trastornos alimenticios o con esta falta de cuerpo enseñarles de dónde venimos, que si todo el mundo de nosotros los latinos sacudimos un poquito nuestro árbol genealógico algún indígena va a caer, alguien de poncho, alguien con taparrabo, alguien negro, alguien mestizo, alguien va a caer de ahí. Entonces eso nos diferencia porque yo tengo muchos adolescentes que son pequeñitas que son muy latas que tienen el cuerpo ancho que tiene la espalda ancha que ven en el Instagram esta foto de esta chica rubia delgada alta finitas y finita, finita, finita, y dicen quiero esto y como sea lo voy a conseguir, “si tengo que darme como un saco de huesos lo voy a conseguir”, entonces creo que la venta a nuestros ojos de este cuerpo europeo creo que es de lo más dañino que como Latinoamérica en este momento estamos viviendo.

Bueno muchas gracias por la entrevista, realmente ha sido de mucha utilidad también como para determinar de dónde nace como los trastornos que se escalan, por decirlo así, a la adolescencia y como Instagram y las redes sociales influyen no en estos es proceso y la fluctuación de.

### **Entrevista a: Leidy Hernández- Experta en Marketing**

- 1. ¿De qué manera considera que las redes sociales persuaden o influyen dentro de las personas a través de los contenidos que se publican?**

Bueno, considerando lo que he trabajado un poco y lo que he podido observar, es importante aclarar que la mayoría de jóvenes, niños y algunos adultos, toman modelos dependiendo de influenciadores de marcas y demás frente a eso, entonces diría que la influencia de las redes sociales siempre es alta y considerable para los mismos jóvenes

**2. ¿Puedes considerar entonces que el autoconcepto o la autoestima de las personas puede verse influenciado o afectado por el contenido que se consume dentro de las redes sociales?**

Sí, sobre todo el tema de la autoestima, los jóvenes hoy en día copian modelos o quieren copiar modelos muy exactos de distintas personas, entonces es importante como el manejo que se le da a las mismas, pero un 100% diría que sí, depende mucho más que todo del amor propio que tenga un joven, pero en su mayoría sí, las redes sociales tienen demasiado influencia.

**3. ¿Podría decir usted que las actitudes de las personas podrían tener cierta repercusión o influencia en su vida social o incluso académica el uso de las redes sociales?**

Sí, básicamente sí, yo te podría dar un ejemplo y es si tu coges una comunidad de 5 niños y les presentas x cosa y luego coges una comunidad de otros 5 niños y les haces un estudio de mercado de otra cosa por ejemplo vas a encontrar que al juntar a los dos niños, vas a encontrar que uno de los dos grupos será diferente y muy pocos van a tener similitudes entre ellos mismos, la respuesta sería sí, la influencia que tienen las redes sociales es demasiado alta, sobre todo en edades por ahí de 8 a 14, 15 años donde están creciendo y están empezando a tomar modelos de otras personas.

**4. ¿Cuáles considerará usted que son los estereotipos que con mayor frecuencia se pueden encontrar dentro de redes sociales como instagram**

El tipo de modelo, de reina de belleza y muy de vez en cuando el de deportista, dependiendo más que todo del gusto que tenga el adolescente, creería yo que en un 90% si hablamos de una niña encontraríamos reina de belleza, miss universo, cantante. Creería que dependiendo el genero

**5. Teniendo en cuenta todo el trayecto dentro del marketing ¿Qué considera usted que es lo que busca este para poder persuadir más que todo en el ámbito femenino para vender una campaña por ejemplo?**

En el caso de nosotros, particular como marca, lo que buscamos es que la persona se sienta a gusto y cómoda y que de una manera u otra la marca o el producto que nosotros estamos ofreciendo satisfaga las necesidades y haga sentir bien al consumidor, en cuanto al uso del mismo. Por ejemplo, yo trabajo con productos de higiene oral, entonces que la persona que usa x cepillo o x crema sienta que el producto está satisfaciendo sus necesidades y que lo va a llevar a tener una mejor higiene o mejor presentación al público.