



Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal
de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga

Natalia Ramírez Santa

20251914023

María Fernanda Hurtado Peláez

20251914467

Universidad Antonio Nariño

Programa Psicología

Facultad de Ciencias Humanas

Buga, Colombia

2023

Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal
de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga

Natalia Ramírez Santa, María Fernanda Hurtado Peláez

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Psicólogo

Director:

Oscar Alirio Millán González

Universidad Antonio Nariño

Programa Psicología

Facultad de Ciencias Humanas

Buga, Colombia

2023

Tabla de contenido

Abstract	7
Introducción	9
Título	10
Planteamiento del Problema	10
Objetivos	20
General	20
Justificación	21
Ubicación en una línea de investigación de la facultad	24
Marco Teórico	25
Adolescencia	25
Imagen corporal	32
Aspectos que influyen en la evaluación de la imagen corporal	34
Trastornos de la imagen corporal	36
Marco Contextual	39
Método	41
Diseño investigativo	41
Variables	42
Instrumento	45
Procedimiento	46
Aspectos éticos	48
Resultados	49

Discusión	60
Conclusiones	65
Recomendaciones	66
Referencias	67

Lista de Figuras

Figura 1. Utilización de la Red Social Instagram	50
Figura 2. Utilización de la Red Social Instagram Mujeres Versus Hombres	51
Figura 3. Influencia de la Red Social Instagram	53
Figura 4. Influencia de la Red Social Instagram Mujeres Versus Hombres	55
Figura 5. Imagen Corporal de los Adolescentes	56
Figura 6. Imagen Corporal de los Adolescentes Mujeres Versus Hombres	58

Índice de anexos

ANEXO A. Cuestionario Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes	73
ANEXO B. Consentimiento informado	82

Abstract

This research project proposes as its main objective to examine the effect of the social network Instagram on the body perception of teenagers from a school in Guadalajara de Buga. The specific objectives include identifying the use of Instagram and its impact on the body image of these teenagers, as well as describing the relationship between self-image and the impact of Instagram on their body perception.

This quantitative research project focuses on examining the effect of Instagram on the body perception of teenagers from a school in Guadalajara de Buga. Despite the popularity of Instagram, preliminary findings show a limited influence on this particular group.

The study follows an explanatory and non-experimental approach, collecting data at a single point in time to understand the causes and effects of using Instagram. Special attention is paid to how beauty ideals disseminated through Instagram can lead to disorders that alter the thinking and attitude of young people. The evaluation of variables is carried out simultaneously, ensuring that the selected sample is representative of the study population. In summary, this project provides an important perspective on the impact of social networks on teenagers' body perception, while highlighting areas for future research and preventive strategies.

Keywords: Instagram, body image, teenagers, influence, Guadalajara de Buga School.

Resumen

Este proyecto de investigación se propone como objetivo principal examinar el efecto de la red social Instagram en la percepción corporal de los adolescentes de un colegio en Guadalajara de Buga. Los objetivos específicos incluyen la identificación del uso de Instagram y su repercusión en la imagen corporal de estos adolescentes, así como la descripción de la relación entre la autoimagen y el impacto de Instagram en su percepción corporal.

Este proyecto de investigación cuantitativa se enfoca en examinar el efecto de Instagram en la percepción corporal de los adolescentes de una escuela en Guadalajara de Buga. A pesar de la popularidad de Instagram, los hallazgos preliminares muestran una influencia limitada en este grupo en particular.

El estudio sigue un enfoque explicativo y no experimental, recopilando datos en un solo punto en el tiempo para comprender las causas y los efectos del uso de Instagram. Se presta una atención especial a cómo los ideales de belleza difundidos a través de Instagram pueden conducir a trastornos que alteran el pensamiento y la actitud de los jóvenes. La evaluación de las variables se realiza simultáneamente, asegurándose de que la muestra seleccionada sea representativa de la población estudiada. En resumen, este proyecto ofrece una perspectiva importante sobre el impacto de las redes sociales en la percepción corporal de los adolescentes, al mismo tiempo que resalta áreas para futuras investigaciones y estrategias preventivas.

Palabras clave: Instagram, imagen corporal, adolescentes, influencia, Colegio Guadalajara de Buga.

Introducción

Este proyecto de investigación se enfoca en un tema de importancia creciente como es el impacto de la red social Instagram en la imagen corporal de los adolescentes. En la era digital contemporánea, las redes sociales desempeñan un papel esencial en la formación de la autoimagen y la autoestima de los jóvenes. Instagram, en particular, como una plataforma centrada en lo visual, puede tener un impacto considerable en cómo los adolescentes ven su propio cuerpo.

La relevancia de esta investigación radica en su capacidad para iluminar las implicaciones psicológicas y sociales del uso de Instagram entre los adolescentes. Al comprender mejor estas dinámicas, se puede desarrollar estrategias más efectivas para promover una relación saludable con las redes sociales y fomentar una imagen corporal aún más positiva.

La investigación se realizó mediante un estudio cuantitativo en un colegio en Guadalajara de Buga. Se recopilaron datos sobre el uso de Instagram y su impacto en la imagen corporal de los adolescentes. Se prestó especial atención a cómo los ideales de belleza propagados a través de Instagram pueden conducir a trastornos que alteran el pensamiento, la salud y la actitud de los jóvenes.

Los hallazgos preliminares indican una influencia limitada de Instagram en este grupo específico. Sin embargo, se identificaron varias áreas clave para futuras investigaciones y estrategias preventivas. En resumen, este proyecto proporciona una perspectiva valiosa sobre el impacto de las redes sociales en la percepción corporal de los adolescentes.

Título

Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga.

Planteamiento del Problema

Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos afirma Celaya (2008), teniendo una notable acogida por aquella población de la era digital, la cual ha tenido gran impacto en la sociedad actual. Según Costa, Cuzzocrea y Nuzzaci, (2014) señalan que la era digital es un periodo de tiempo regulado por el uso constante de la tecnología. El término moviliza capacidades y diferentes recursos que funcionan gracias a la combinación de conocimientos, significados e interpretaciones.

A través de la interacción de los jóvenes con las redes sociales se llega a la hipótesis de que las redes sociales en los jóvenes tienen cierta influencia en la construcción de su personalidad y percepción de sí mismos, modificando esa impresión propia frente a la imagen corporal conllevando a una construcción basada en los ideales que se muestran en los contenidos de Instagram, buscando una validación social sin medir las posibles consecuencias que puede contraer el seguir un prototipo que se ha configurado socialmente.

Si bien entonces, se pudo establecer que en los estudios se evidencia un interés creciente desde el año 2015, direccionados a identificar las repercusiones que acarrea el uso de esta red social en jóvenes y adolescentes, al ser este el público directo de la aplicación.

Así pues, se indaga en diferentes fuentes, que nos sirvan como antecedentes y contribuyan con sus resultados al interés de esta investigación:

Según Molina & Toledo (2014) el campo de acción de las redes sociales es tan alto que ejerce cierta influencia, no sólo en el ámbito personal, sino, también, en el área social, sentimental, familiar y académica. Hoy en día “Instagram cuenta con cien mil millones de usuarios activos mensuales y más de quinientos millones de ellos usan la plataforma diariamente, siendo muy usada principalmente por adolescentes” (Mohsin, 2020, p. 33).

Según plantea Mejía (2020) desde enero del 2020 se han registrado a nivel mundial, entre Facebook, Instagram y Twitter un total de 3.789.000 usuarios activos, aumentando de manera exponencial cada mes, siendo los usuarios más activos personas entre los 13 y 18 años. En Instagram se evidencia que hay una audiencia colombiana de 18.3 millones de personas, lo que significa que, de ellos, el 36% de la población hace uso de esta red social. En Instagram hay más mujeres (56%) que hombres (44%) aspecto que permite relacionar la influencia por género. (Rosgaby, 2022).

Diferentes investigaciones han demostrado el aumento significativo que han tenido las redes sociales y su uso excesivo hasta llegar a una dependencia por parte de los adolescentes. El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) indica que existe un alto índice de colombianos registrados en las redes sociales especializadas (Facebook, Instagram y Twitter); su uso ubica a Colombia en el puesto catorce (14) a nivel mundial, siendo Bogotá la novena ciudad en el mundo con 6.5 millones de usuarios y con, aproximadamente, 15 millones de suscriptores en Facebook (MinTIC, 2020).

Según García (2020) en Colombia, los datos estadísticos expuestos en la página web IEDGE, el país tiene activos alrededor de 10,7 millones de usuarios en la red social Instagram, siendo el cuarto país con mayor número de usuarios dentro de Latinoamérica. De estos se encuentra que el 43.5% son hombres mientras que las mujeres representan el 56.5% y, dentro de los rangos de edades, la gran mayoría de usuarios se encuentran entre los 18 y 34 años con una representación del 65% total de usuarios. De esta manera, Instagram es el cuarto medio social más utilizado en Colombia, con un alcance al 20% de la población, cabe resaltar que para poder registrarse en esta red social la edad mínima es de 18 años por lo que muchos de los adolescentes aumentan su edad para lograr suscribirse.

El consumo en Colombia, de usuarios activos en redes establecen la siguiente evaluación en 2020, 35.000.000 usuarios, 2021, 39.000.000 de usuarios y un crecimiento hasta la fecha del 2022, de 41.800.000 usuarios, donde las plataformas más usadas son: WhatsApp con un 94%; Facebook 91.17%; Instagram 84.4%; Messenger 73.8%; Titok 69.5% (we are social y Hot +Suite, 2022).

Se estima que tanto ha sido el alcance de las redes sociales, que más allá de la comunicación (factor promotor de las mismas), ha permeado en otras variables inter-intra personales, (bullying, auto exposición, networking, entre otras) brindando al ser humano nuevas formas de percepción y comprensión de la realidad (Naso et al., 2012).

Según Borrás (2014) los efectos negativos del uso de las Redes sociales están relacionados con déficit atencional, hiperactividad e insomnio, bajo rendimiento académico (Gutiérrez, 2021), abandono escolar (De los Reyes, 2021), problemas psicosociales (Parra &

Onieva,2021; Martin et. al, 2021). Así mismo, factores de riesgo tales como: grooming, victimización sexual en línea (Montiel, 2011).

Mischner (2013) menciona que los estándares de belleza que se enseñan en medios de difusión como pueden ser los videos musicales, especialmente en los que se explota la sensualidad de la mujer y hacen énfasis en la corporalidad de la misma, pueden ser fuentes para que ellas realicen una comparación de la propia imagen corporal con otras. De este modo, como lo plantea Ferguson (2014) se podría llegar a la hipótesis de que el uso de las redes sociales tiene relación significativa con la insatisfacción en la imagen corporal, influyendo altamente entre iguales que se centran en la importancia de la apariencia y belleza dando paso, así pues, a una insatisfacción en esa imagen corporal que se refleja de sí mismos y su entorno.

Según Sarabia (2012) las investigaciones actuales sobre la imagen corporal se centran en la figura, el peso corporal y el grado de satisfacción con la apariencia física. Como lo menciona Hausen Blas (2006) y Masuda (2015) esto está asociado con la teoría sociocultural, la cual explica la adquisición y el mantenimiento de la perturbación de la imagen corporal a raíz de la presión que ejercen los medios de comunicación, amigos, familia para acoplarse a las normas físicas ideales que requieren de conductas para su aproximación.

Otra de las preocupaciones en salud mental es el aumento de trastornos de la alimentación. Vindegaard (2020) en una reciente investigación señala que estos episodios subieron en un 37%, sumado a un 56.2% de aparición de síntomas ansiosos.

Los trastornos de la conducta alimentaria constituyen hoy un problema de salud pública endémico, por su creciente incidencia, gravedad de la sintomatología asociada, su resistencia al

tratamiento y porque se presenta en edades cada vez más tempranas, persistiendo hasta la edad adulta. Los datos epidemiológicos indican que el ideal de delgadez es una grave amenaza y problema de salud, la anorexia y la bulimia conducen a la muerte en el 6% de los casos que lo padecen (Facts of life, 2002, citado en Tayler, 2007).

Barriguet (2003) menciona respecto a la edad de inicio de los trastornos de alimentación, que la edad promedio es de 17 años, aunque hay algunos datos que proponen edades entre 14 y 18 años. Así mismo Taylor (2007) reporta que las más afectadas suelen ser las mujeres entre 15 y 24 años, pero se han detectado casos de trastorno alimentario en niños de apenas siete años y en personas de más de ochenta años.

Rueda (2005) y Campo (2012) en estudios realizados en Colombia en población universitaria mostraron que la prevalencia de trastornos de la conducta alimentaria oscila entre el 18,9% y 39,7%, siendo más frecuente la bulimia nerviosa que la anorexia nerviosa, entre mujeres adolescentes y adultos jóvenes.

Para Chávez (2004) la imagen corporal representa una construcción social con referentes biológicos, psicológicos, económicos y socioculturales, por lo que a través de las diferentes culturas se reproducen patrones estéticos corporales específicos para cada una.

Montero, Morales y Carbajal (2004) demostraron que la imagen corporal es un buen predictor de los trastornos alimentarios y que los adolescentes tienden a despreciar un cuerpo con sobrepeso, debido a que socialmente existe la creencia de que un cuerpo delgado es el ideal.

Martínez (2001) refiere a diferentes científicos del desarrollo humano, como Peretz, Elkin, Rogers, Maslow, Bettelheim, quienes afirman que la autoestima es una parte fundamental para que el hombre alcance su plenitud y plena expresión de sí mismo. Otros autores como Toro (1996) y Rosen y Ramírez (1998) destacan que la baja autoestima es uno de los principales síntomas presentes en las personas diagnosticadas con trastornos de la alimentación, expresándose con inseguridad, falta de aprobación y de respeto hacia sí mismas. La preocupación acerca del peso y la pobre imagen corporal constituyen los dos elementos básicos sobre los que se asienta esta baja autoestima como producto de inferencias y creencias, muchas de ellas sujetas a distorsiones.

Otones (2016) realiza una investigación sobre la satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima, con el objetivo de determinar si el uso de las redes sociales y la autoestima se relacionan con la insatisfacción con la imagen corporal. Este trabajo aporta algunas ideas sobre aquellos factores de riesgo que contribuyen en la aparición de los trastornos de alimentación. Concretamente, los resultados indican que sería difícil imaginar un trastorno alimentario sin la presencia de la insatisfacción con la imagen corporal y que ésta guarda relación con el uso de las redes sociales y la autoestima.

De igual manera, Cubillos y Hurtado (2016) basan su investigación en la relación entre el uso de las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en mujeres universitarias, lo que busca es determinar si existe relación entre el uso de las redes sociales (frecuencia y duración) y la percepción de la imagen corporal (preocupación por el peso- insatisfacción corporal), por medio del instrumento BSQ en mujeres de una universidad privada del Quindío

comprendida entre 18 y 19 años. En cuanto a los resultados de la investigación se puede evidenciar que el 9,7% de la muestra trabaja y estudia de manera simultánea y no presenta preocupación por la imagen corporal, mientras que el 19,4% se dedica principalmente a actividades académicas y presenta una leve preocupación por la imagen corporal.

Folgar (2019) realizó la investigación sobre la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes, buscando identificar y describir cómo se relaciona el uso de Instagram con la imagen corporal, a través de la investigación se han identificado efectos negativos del uso de Instagram sobre la imagen corporal, medida a través de variables como son; la tendencia a la comparación social, la auto-objetivación, el impulso a la delgadez, la internalización de ideales delgados, la vigilancia corporal, el autoesquema de apariencia y la auto-discrepancia, provocando insatisfacción y vergüenza corporal.

Romo (2020) basa su investigación en la influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes, por lo cual realiza un programa de prevención selectiva destinado a las niñas adolescentes que incluye fundamental teórica y práctica acerca del trastorno de la imagen corporal, las redes sociales y cómo se ha desarrollado a la autoestima y a la satisfacción con la imagen que tienen de sí mismas, intentando lograr así aumentar la satisfacción corporal y la autoestima, favoreciendo el bienestar de cada una de ellas. El resultado de su investigación demuestra que la insatisfacción de la imagen corporal es un problema importante en la población adolescente. Son muchos los estudios realizados que manifiestan un aumento de este fenómeno y en gran medida se debe por el ideal de belleza sociocultural que existe y la influencia que ejerce sobre este problema las redes sociales.

Díaz (2020) realiza una investigación basada en las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias, lo que busca es analizar los contenidos y la lógica de la red social Instagram para determinar cómo están desplazados en la construcción de identidad y amor propio en mujeres universitarias que se encuentran en proceso de formación, entre las edades de los dieciséis (16) y treinta (30) años. La problemática oscila entre cómo los medios de comunicación surgen en la construcción identitaria del individuo, pero la lógica de los nuevos medios está presentando crisis identitarias y además sentimientos de depresión y ansiedad en sus usuarios.

Cabral y Disla (2021) en su investigación busca determinar cómo se da esa influencia de los medios de comunicación sobre la imagen corporal en los adolescentes de un colegio experimental preuniversitario. Mostrando como resultados que el sexo femenino presenta mayor afinidad por la imagen corporal que se transmiten en los medios de comunicación en comparación con el sexo masculino; y que la exposición a los medios de comunicación va aumentando según el transcurso escolar.

Barros et al. (2021) llevaron a cabo un estudio donde buscaban obtener información sobre la relación existente entre el nivel de riesgo de adicción a las redes sociales Facebook e Instagram con los autoesquemas. Dicha investigación se desarrolló con 30 adolescentes entre los 17 y 20 años de la Universidad de Antioquia, en la cual se concluyó que los autoesquemas, como el autoconcepto, autoimagen y autoestima de los adolescentes de dicha universidad no se ven influenciados por el uso excesivo de Facebook e Instagram, por lo que no tienen dependencia o

falta de control por interactuar ni por seguir estereotipos fisiones en las plataformas digitales; sin embargo pueden presentar riesgo de adicción a estas.

González (2020) emprendió una investigación sobre la imagen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en la etapa de la adolescencia temprana, en el cual buscaba comprender como se daba el proceso de inserción precoz y posterior al uso de las redes sociales y como estas podían incidir en la imagen corporal. Dicho estudio lo realizó con 9 mujeres jóvenes en la etapa de la adolescencia temprana, donde determinó como resultados los efectos negativos del uso de las redes sociales los siguientes: sensación de inseguridad personal, miedos frente a la exposición manteniendo una comparación permanente que afecta su concentración, autoestima e imagen corporal; el surgimiento de sentimientos negativos hacia otros, por tener algo que ellas no tienen; contradicciones internas por lo que se exige en redes, que las lleva a un riesgo de mayor disconformidad personal y la disminución y deterioro del contacto personal con amigos y familia; todo lo cual llevaría al aislamiento y el distanciamiento emocional con estos últimos, puesto que en las redes se refieren a un estereotipo de cuerpo perfecto y que muchas de las jóvenes anhelan, conllevando a la aspiración de un ideal físico de belleza.

Sánchez (2021) realizó un estudio con el fin de observar la influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) y el uso de Instagram en mujeres entre los 18 y 35 años de España. Concluyendo, que el uso de Instagram mediante un cuestionario de elaboración propia no muestra relación con la insatisfacción corporal y la red social, pero sí arroja relaciones significativas entre el riesgo de desarrollar TCA y la insatisfacción corporal.

Rojas et al. (2022) en su investigación buscaban describir la satisfacción corporal de mujeres entre los 20 y 24 años cursando educación superior en la comuna de Santiago, Región Metropolitana. Este estudio arrojó como resultados, a través de la caracterización sociodemográfica de la población, en la cual predominó el sexo femenino con un 62% en la que se identificaba el deseo de perder peso, el miedo a engordar y la baja autoestima por la apariencia que presentaban los participantes.

Todo lo anterior presenta una relación entre redes sociales e imagen corporal, y a su vez se evidencia cómo esta última variable pareciera incidir sobre diversos trastornos alimenticios u otros que ponen en riesgo la salud mental; es así, como surge entonces el interés por la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo influye la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga?

Objetivos

General

Analizar la influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga.

Específicos:

- Identificar el uso de la red social Instagram y su influencia en la imagen corporal de los adolescentes de un colegio de Guadalajara de Buga.
- Describir la relación de la autoimagen con la influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de los adolescentes de un colegio de Guadalajara de Buga.

Justificación

El desarrollo de la imagen corporal se fundamenta principalmente en la etapa de la adolescencia por medio del desarrollo e interacción de nuevas experiencias y acercamiento a la competencia social, donde se profundiza en el desarrollo de una personalidad e identidad única inclinada a la aceptación y pertenencia a un determinado grupo o comunidad, es entonces que desde estas etapas tempranas del desarrollo se busca la validación y la aceptación en sociedad, como medio de protección y estabilidad.

La imagen corporal (IC) de las personas permite reconocer su propio cuerpo, y a su vez hace referencia a un medio de comunicación en relación a sí mismo y el entorno (Rosen, 1995; como se citó en Salaberria, Rodríguez y Cruz, 2007).

Suarez Grimalt (2022) afirma que las redes sociales ofrecen una constante visualización de cuerpos canónicos, lo que puede desencadenar o agravar los problemas relacionados con la insatisfacción corporal, afectando directamente la salud mental, alentando someterse a modificaciones estéticas a fin de sentirse satisfecho con el aspecto físico y demás problemas psicológicos de la identidad y esencia individual.

Brea Folgar (2019) concluye como negativos los efectos del uso de Instagram sobre la imagen corporal debido a variables como la comparación social, el fomento de la delgadez, la idealización de estándares de belleza irreales que repercuten en la insatisfacción y vergüenza corporal.

Sin embargo y aunque no se puede eximir a la red social Instagram como medio difusor de cánones de belleza muchas veces falsos e inalcanzables, se debe reflexionar también en el uso que se le da a la misma, ya que depende enteramente de los usuarios el contenido compartido y el uso del mismo, por lo que Instagram por sí misma puede considerarse como una red social con factor de riesgo para aquellos usuarios que son más vulnerables o susceptibles a la insatisfacción de la imagen corporal o el desmedro de la autoimagen; siendo necesario entonces continuar indagando en este tema de investigación que, según el avance de la tecnología, el desarrollo y viralización de nuevas redes sociales, tiene un campo de aplicación amplio en pro de propender por la seguridad y salud mental de los diferentes usuarios, priorizando en todo momento el poder ser, bajo una autoimagen saludable que no implique la afectación de la salud física y psicológica, así como la admiración de diferentes aspectos de la persona y no solo en el marco de la apariencia física (Suarez, 2022).

Actualmente las redes sociales se han hecho cada vez más importantes en la vida de las personas, en especial en los jóvenes, pues muchos de estos pasan gran tiempo en ellas compartiendo y buscando información, manteniendo contacto con personas, estableciendo relación y vínculos con otros usuarios.

Es importante mencionar que el área de la psicología debe conocer, a fin de prevenir dichas problemáticas que están influenciando y empobreciendo la imagen corporal de aquellos adolescentes que están involucrados en el mundo de la era digital, en especial con la red social Instagram, donde sus estándares lleva a crearse un ideal de belleza que pone en riesgo la

estabilidad de estos jóvenes en relación a su imagen corporal, además de desencadenar trastornos de la alimentación y de la conducta.

La Psicología debe estar presta a conocer e intervenir ante todo aquello que represente un riesgo para la baja autoestima en especial en la etapa de la adolescencia que se caracteriza por la búsqueda de identificación y el establecimiento del autoconcepto y autoestima, incidido seguramente por una imagen corporal dependiente de las redes sociales, donde se les da valor a las publicaciones por medio de likes, siendo estos determinantes de su atractivo.

“Recibir menos likes de los que se espera puede contribuir a una falta de autoestima por ser percibido como un tipo peculiar de rechazo social” (Alvarado 2018, p.308), esta afirmación revela las inseguridades en los adolescentes, causantes tal vez de conductas que alteran el bienestar emocional y físico de estos. Así pues, este es un reto que demanda de la psicología, su investigación y su sapiencia a fin de poder desarrollar programas de prevención y atención donde se sensibilice hacia la aceptación y al amor propio, como factores de protección ante el riesgo de las redes sociales.

Ubicación en una línea de investigación de la facultad

La investigación planteada: “Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga”, se conecta con la línea de investigación resiliencia y contextos psicosociales, pertenecientes a la facultad de psicología. Esto, ya que, busca un conocimiento específico y provee una visión explicativa y comprensiva del fenómeno de la red social Instagram, con respecto a las características de la autoimagen y al significado que se construirá alrededor de la retroalimentación comprendiendo la problemática, siendo de gran importancia dentro del área de psicología social.

Marco Teórico

El interés de esta investigación está dirigido a identificar de qué manera influye la red social Instagram en la imagen corporal de mujeres y hombres de 15 a 18 años de la ciudad de Guadalajara de Buga, por lo cual es necesario conceptualizar cada uno de sus términos para así poder dar respuesta a las diferentes inquietudes.

Adolescencia

Según la psicóloga chilena, Krauskopf (2011) La adolescencia es una etapa del desarrollo humano que se sitúa entre la infancia y la edad adulta. Es un período de transición en el que el cuerpo y la mente experimentan cambios significativos en la preparación para la vida adulta. Físicamente, la adolescencia se caracteriza por un rápido crecimiento y cambios en la apariencia física, como el desarrollo de los órganos reproductivos, el aumento de altura y peso, y la aparición de vello corporal y facial. A nivel psicológico, la adolescencia es un momento de cambio en el que los jóvenes exploran y establecen su identidad y comienzan a tomar decisiones independientes. También puede ser un momento de estrés y desafíos emocionales, ya que los jóvenes pueden experimentar cambios de humor, inseguridad y la presión de pertenecer a un grupo.

La adolescencia se entiende como aquella etapa de la vida del individuo comprendida entre la pubertad y el inicio de la edad adulta, abarca por lo general el periodo comprendido de los 11 a 20 años, momento en el que se ha completado el desarrollo del organismo, siendo en esta etapa que las redes sociales como Instagram pueden incidir en prácticas de alimentación

desordenada debido a los estándares de belleza impuestos, causando preocupación en temas de autoimagen en sus usuarios, focalmente en adolescentes que por su proceso de desarrollo tienden a incrementar de peso en esta etapa.

La psicóloga chilena, Krauskopf (2011) señala que esta es una etapa que requiere de ajuste a los cambios corporales emergentes. Inicialmente el ánimo es fluctuante con una fuerte autoconciencia de las necesidades, sumada a los deseos de comprensión y apoyo por parte de los mayores. La pérdida del cuerpo infantil implica, según su opinión, la necesidad de dejar atrás las identificaciones infantiles y de encontrar nuevas orientaciones de conducta. por lo cual se presenta una transición hacia la independencia tanto física como social, además se presenta el desarrollo de la identidad, siendo así cuando los adolescentes empiezan asumir responsabilidades y funciones propias de la adultez, siendo en esta transición donde se presentan algunos riesgos en donde el contexto social influye decisivamente (Unicef, 2011).

El psicólogo y psicoanalista Erikson (1968) considera que “la adolescencia es el periodo en el que se produce la búsqueda de la identidad que define al individuo para toda su vida adulta”. Según su teoría del desarrollo de la personalidad, denominada “Teoría Psicosocial”, en la adolescencia se da una crisis de identidad. Erikson distingue tres formas de configuración de la identidad en la adolescencia. Estas tres formas son la difusión de la identidad, por medio de la cual abandonan rasgos característicos de su forma de ser; la confusión de identidad, por la cual se sumergen en un aislamiento; y la identidad negativa, que se representa mediante comportamientos hostiles. Los individuos en la etapa de la pubertad deben emprender una búsqueda para reflexionar y encontrarse a ellos mismos.

Erikson (1968) describe esta etapa como la etapa de la "Identidad vs. Confusión de Identidad", que se desarrolla aproximadamente entre los 12 y los 18 años.

Durante esta etapa, los adolescentes se encuentran en una encrucijada en la que deben establecer su identidad y encontrar su lugar en el mundo. Según Erickson para tener éxito en esta etapa, los adolescentes deben experimentar un fuerte sentido de identidad personal y desarrollar una sensación de propósito y dirección en la vida. Sin embargo, si los adolescentes no logran establecer una identidad clara y coherente, pueden experimentar confusión de identidad y una sensación de pérdida de control sobre sus vidas. Esto puede manifestarse como indecisión, baja autoestima, ansiedad y una sensación general de insatisfacción.

En cuanto a la crisis de identidad, es un fenómeno psicológico que ocurre durante la adolescencia, esta se produce porque los jóvenes están tratando de descubrir quiénes son y qué quieren ser en el mundo. Durante la crisis de identidad, los jóvenes pueden experimentar confusión, ansiedad y ambivalencia sobre su identidad, sus valores y su lugar en la sociedad. Pueden cuestionar sus creencias, intereses y objetivos, y pueden sentirse inseguros acerca de su futuro.

La crisis de identidad es un proceso normal y necesario para el desarrollo saludable y la formación de una identidad estable y coherente. Es importante que los jóvenes tengan la oportunidad de explorar y experimentar diferentes roles, valores y objetivos. por lo cual se produce una profunda búsqueda y cuestionamiento de la propia identidad y el papel que uno juega en el mundo.

La crisis de identidad es un periodo de falta de correspondencia entre cómo el adolescente es percibido por su entorno más cercano, es entonces cuando tienen un fuerte grado de influencia las plataformas virtuales, siendo el medio de interacción social más usado entre los adolescentes. En el desarrollo psicosocial del sujeto existen ocho etapas. Cada etapa trata sobre un tema o tarea dominante, y existen unas crisis que giran alrededor de ellas. La crisis no es vista como un punto de giro, un periodo de vulnerabilidad en el que existe un fuerte potencial para crecer (Erikson, 1998). La adolescencia representa la quinta de dichas etapas, y puede definirse como un modo de vida entre la infancia y la edad adulta, esta etapa consiste principalmente en el proceso de formación de la identidad en los individuos; Los adolescentes tienen que encontrar el papel que juegan en la sociedad, y para ello tienen que organizar sus habilidades, necesidades e intereses de forma que puedan expresarlos socialmente. Según Piaget (1985) el carácter fundamental de la adolescencia es la inserción del individuo en la sociedad de los adultos.

El proceso de establecer la identidad, para el adolescente, implica integrar experiencias del pasado, adaptarse al presente, y tener una visión sobre el futuro, proceso que resulta complejo para el individuo ya que se presenta en conjunto con los cambios físicos (Aberastury y Knobel, 1997). Así mismo, la referencia a la construcción de la identidad significa incorporar la dimensión de las trayectorias. Este continuo nos permite identificar a alguien que ha sido igual a sí mismo durante un período de tiempo y al mismo tiempo diferente de otro. Además, el sujeto es consciente de su propia existencia. Sabe que, a lo largo del tiempo, es el mismo sujeto y se mantiene coherente a pesar de los cambios en sí mismo, en el entorno y en los que le rodean (De la Torre, 2001). Sin embargo, para Toledo (2012) la identidad no es una categoría empírica. Surge como respuesta a la acción analítica. Es una construcción que explica la forma en que

existe el mundo y la conciencia de esa existencia. La identidad se refleja en lo que el sujeto es ahora, es decir, el resultado de lo que ya es y de lo que quiere ser.

La adolescencia ofrece oportunidades para crecer, no solo en dimensiones físicas sino también en la capacidad cognitiva y social, la autonomía, autoestima, por lo cual una relación sana y de apoyo con su entorno familiar y social, tienden a desarrollarse de una manera más saludable y positiva (Youngblade et al., 2007).

Diferentes factores sociales e individuales influyen en la construcción de la identidad en la etapa de la adolescencia, factores que conllevan a tener un pensamiento más autocrítico frente a la toma de decisiones y resolución de conflictos, a través de sus pensamientos, ideas y experiencias que pueden ser instauradas por el medio social en el que interactúan.

Redes sociales

El desarrollo de la ciencia y la tecnología ha acarreado consigo la creación e innovación de diferentes aplicaciones de interacción social dirigidas a un amplio espectro de la población pero que sin embargo han sido acogidas en mayor proporción por adolescentes que no escatiman tiempo en el empleo de estas plataformas. Es entonces, que la red social puede entenderse como una página web en la que los usuarios o internautas intercambian información personal y contenidos multimedia de modo que crean una comunidad de amigos virtual e interactivamente.

Sin lugar alguno, las redes sociales con su gran acogida por la población se convierten en una red de constante interacción donde se comparten intereses, necesidades, gustos, preocupaciones y demás. Domenech (2010) plantea que el impacto de las redes sociales se asocia

a su valor en el intercambio de información y la comunicación entre las personas generando una transformación mediática que no solo se presenta en los adultos, sino que tiende a privilegiar a los adolescentes, y a los más pequeños del hogar de manera significativa. Es probable que lo anterior conlleva al adolescente a un uso quizás inadecuado de estas redes sociales y a su vez que éstos sean propensos a generar cierta adicción.

Las redes sociales además de ofrecer entretenimiento, juegan un rol fundamental en la transmisión de información sobre el mundo social, de tal manera que el acceso a las redes sociales puede relacionarse con las creencias, actitudes y comportamientos de las personas, un ejemplo de esto se enmarca en la existencia de una correlación positiva con la insatisfacción corporal, llegando a presentarse conductas de comparación social como lo menciona Fardouly y Vartanian (2015).

Las redes sociales y en especial la plataforma Instagram permite que los usuarios creen y editen sus perfiles de la manera que ellos deseen, al tener estas opciones, pueden editar sus fotos antes de publicarlas, esta aplicación también cuenta con las opciones dar like o comentar la fotografía o el video, de allí surgen diversos contenidos referentes a la imagen corporal, pues si bien la empresa tiene políticas de privacidad y seguridad que permiten la publicación de contenido, se encuentran muchos usuarios que modifican sus publicaciones con el fin de verse “bien” (Lirola et al., 2015).

En los últimos años se ha evidenciado el incremento en el uso de la plataforma Instagram, gracias a su dinamismo y variedad de entretenimiento que ofrece a sus usuarios. Instagram apareció en octubre de 2010 como un híbrido entre el estilo interactivo de redes consolidadas

como Facebook y Twitter y el contenido fotográfico de Flickr. Tras años de continua expansión, se ha convertido en la segunda red a nivel mundial tras Facebook y por delante de Twitter, con más de 800 millones de seguidores (a finales de 2017) y un grado de actividad cercano a los 300 millones de publicaciones diarias (Instagram, 2017; WeAreSocial, 2018). En este caso la plataforma Instagram afirma (Instagram, 2018, citado por Casado y Carbonell, 2018) que: “Instagram es una red social en línea creada en el año 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger para su uso en teléfonos móviles” (p.24).

Instagram, de manera particular, provee un foro de exposición social que permite capturar y compartir experiencias de sus 400 millones usuarios, y la retroalimentación obtenida en su interacción tiene un impacto profundo en el autodescubrimiento y la consolidación de su identidad (Stapleton, Luiz & Chatwin, 2017).

Esta aplicación en la actualidad, permite el acceso directo a la cámara del teléfono para tomar fotografías o videos, o bien recuperarlos de la galería, los que después serán retocados con filtros (opcional); esta aplicación también cuenta con las opciones de dar “like” o comentar la fotografía o el video, de allí surgen diversos contenidos referentes a la imagen corporal.

Por otro lado, el rango de edad en consumo de esta red social es amplio, aun así, son los adolescentes, por la naturaleza de esta etapa de formación, quienes se ven más expuestos a la opinión pública, por lo que la red social Instagram juega un papel fundamental para el desarrollo identitario. Referente a esto, se llega a la hipótesis de que las redes sociales en los jóvenes tienen cierta influencia en la construcción de su personalidad y percepción de sí mismos, pues a través de esa interacción con las redes sociales se modifica esa impresión frente a su imagen corporal,

conllevando a una construcción basada en los ideales que se muestran en los contenidos de Instagram, buscando una validación social sin medir las posibles consecuencias que pueden contraer el seguir un prototipo que se ha configurado socialmente.

Imagen corporal

Profundizando entonces en la influencia de la red social Instagram en el desarrollo de la imagen corporal en los adolescentes, se define imagen corporal como la representación del cuerpo que cada persona construye en su mente. Rosen (1995) señala que la imagen corporal es el modo en el que uno se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo, la cual va construyéndose evolutivamente; así en diferentes etapas de la vida se va interiorizando la vivencia de nuestro cuerpo. Por otra parte, el término de influencia se plantea como, el poder que tiene una persona o cosa para determinar o alterar la forma de pensar o de actuar de alguien. En este mismo sentido la exposición de la imagen individual mediante la publicación de fotografías, principalmente fotografías que se dan generalmente en función del aspecto físico, determinando el valor de la persona en el reconocimiento y validación externa obtenida por medio de likes y comentarios.

Diferentes autores han entrado en la definición de la conceptualización de la imagen corporal desde diversas perspectivas: Para Raich (2000) la imagen corporal es la representación del cuerpo que cada persona construye en su mente y la vivencia que tiene del propio cuerpo. Por su parte Branch (1998) indica que la imagen corporal se refiere a una representación consciente del cuerpo, así como a un conocimiento conceptual acerca del cuerpo, por lo tanto, convirtiéndose en la percepción que las personas pueden recrear de sí mismas de acuerdo a su

forma, peso, apariencia y demás características que puedan considerarse medibles. Esta evaluación va a estar influenciada por aspectos genéticos, sociales, y emocionales (Vogelely et al., 1999). De manera, similar, Reich (2000) plantea que la imagen corporal es un constructo complejo que incluye tanto la percepción que tenemos de todo el cuerpo y de cada una de sus partes, como del movimiento y límites de éste, a través de las diferentes experiencias subjetivas de actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones que hacemos y sentimos derivadas de las cogniciones y los sentimientos que experimentamos.

Por otra parte, los autores Hausenblas y Symons (2001) le dieron el concepto a la imagen corporal como la representación interna de su apariencia externa. Así pues, la imagen corporal se va conceptualizando como aquella manera en la que percibimos el mundo y como está es influenciada por el modo en que se siente y se piensa con respecto al cuerpo. Para Baile (2009) la imagen corporal es un elemento del autoconcepto que incide en la vida misma de la persona, no sólo físicamente sino integralmente, ya que puede acarrear desde desórdenes alimentarios hasta trastornos, alteración e insatisfacción corporal, dismorfia corporal y distorsión perceptiva corporal.

La imagen corporal engloba distintos aspectos que dan lugar a la concepción que se tenga del cuerpo Cash y Pruzinsky, (1990); Thompson, (1990), citado en Salaberria, Rodríguez y Cruz, (2007) plantean los siguientes aspectos:

- Aspectos perceptivos, entendiéndose como la forma en la que se percibe la forma corporal.

- Aspectos cognitivos – afectivos, refiriéndose a actitudes, sentimientos, pensamientos y valoraciones, su tamaño, su peso y su forma.; y finalmente.

- Aspectos conductuales, siendo conductas que se derivan de la percepción y las emociones asociadas al cuerpo.

Como indica Kearney (2002) la imagen corporal tiene múltiples factores intervinientes que pueden generar mayor impacto dependiendo de las vulnerabilidades de las personas. Este concepto amplio de imagen corporal, tiene las siguientes características:

- Concepto multifacético.

- Se interrelaciona con los sentimientos de la autoconciencia, como percibimos y experimentamos nuestros cuerpos.

- Socialmente determinada, desde que se nace existen influencias sociales en la autopercepción del cuerpo.

- No es fija o estática, por lo que tiende a ser dinámica la cual varía a lo largo de la vida en función a las propias experiencias de las influencias sociales y de la moda.

- Influye en el procesamiento de cómo se percibe el mundo, las personas y hasta del trabajo.

Aspectos que influyen en la evaluación de la imagen corporal

En efecto los medios de comunicación hacen parte de estos factores; un estudio en el que se realizó un análisis de las medidas antropométricas en mujeres dio como resultado el establecimiento de un ideal de la imagen corporal, que surge a raíz de estos medios Bredbenner, Murray & Schlusel (2005).

Si se considera el estatus relevante que adquiere la imagen corporal de la mujer en la sociedad actual, imagen que es reconocida o valorada en base a ideales socioculturales, presentada y promovida en la red social Instagram, y si se considera también la relación con el propio cuerpo, la relación de las imágenes como relación atravesada y condicionada por la presencia interior del “gran Otro” (Nasio, 2008), es importante poder reconocer la posible influencia de otras personas en las redes sociales sobre la subjetividad y... Sobre todo, en lo que se refiere a la imagen corporal porque es en estas plataformas donde es reconocida, valorada o rechazada por los demás (Paredes, 2021).

En el mismo sentido, también es importante tener en cuenta los nuevos fenómenos sociales relacionados con el cuerpo, la imagen y la exposición que genera el uso de Instagram, entre los que, como se mencionó anteriormente, el uso de filtros en las fotografías y la perspectiva psicoanalítica. lo que puede explicar el aporte de los elementos constitutivos de la identidad del sujeto es relevante.

A pesar de los efectos negativos que los medios de comunicación ejercen en la imagen corporal, en algunos estudios se ha mostrado que las personas que realizan ejercicio tienen una mejor imagen corporal que las que no realizan ejercicio Ahmed, Hilton y Pituch (2002); Kirkcaldy, Shephard y Siefen (2002); Perry et al. (2002). Por lo que hombres y mujeres entran en la búsqueda de recrear un modelo ideal basados en los ideales de la sociedad en la que interactúan.

Trastornos de la imagen corporal

En la sociedad el cuerpo y la apariencia física se han convertido en objeto de consumo, llegando a producir en muchos casos, situaciones de obsesión por el aspecto físico, dando paso a una patología que debe ser evaluada.

El trastorno de la imagen corporal está diagnosticado como trastorno dismórfico de acuerdo a los criterios del DSM-IV (APA, 1994); pero también se debe tener en cuenta los requisitos clínicos y aquellas posibles ideas sobrevaloradas acerca de la anormalidad del aspecto físico que suscitan preocupación y una intensa devaluación de la apariencia física que deviene en una baja autoestima Sánchez et al. (2004). Actualmente en el DSM-V se sitúa dentro de los trastornos obsesivos-compulsivos.

Rosen y Cols (1990) definieron el trastorno de la imagen corporal como aquella preocupación exagerada, que produce malestar, hacia algún defecto imaginario o extremado de la apariencia física, por lo que llegan a la idea de no solo tratar los trastornos de la imagen corporal como aspectos puramente perceptivos, sino que, además, de comprenderlos como aspectos cognitivos y conductuales de la persona:

- Aspectos perceptivos o distorsión perceptiva, cuando existen discrepancias entre lo real y lo percibido.
- Aspectos cognitivos, cuando se sobrevalora el aspecto perceptivo, influenciado por la consideración de un rechazo social. Está muy relacionado con la baja autoestima.

- Aspectos conductuales, cuando la persona organiza su estilo de vida alrededor de su preocupación corporal.

Bruch (1965) es la primera autora en sugerir la existencia de diversos trastornos en la imagen corporal, algunos de los principales trastornos relacionados a esta alteración son:

Anorexia: siendo una alteración del concepto corporal, un trastorno en la percepción de los estímulos interoceptivos, con una sensación de descontrol. El trastorno de la imagen de estas pacientes se refiere al grado de inexactitud con que las pacientes estiman sus dimensiones corporales y las actitudes y, por tanto, el grado de insatisfacción respecto al propio cuerpo (Thompson, 1990).

Bulimia: es una secuencia en la cual un bajo nivel de autoestima lleva a una preocupación excesiva por el peso, generando dietas restrictivas, desequilibrio metabólico y episodios de atracones; éstos provocan conductas compensatorias, como vómito autoinducido, el cual finalmente cierra el círculo contribuyendo al déficit en autoestima.

Trastorno por atracón: según Baile (2014) este se caracteriza por un estilo de alimentación fundamentado por el comportamiento compulsivo a través de atracones, donde la característica principal es la pérdida de control sobre lo que se come, conllevando continuamente a realizar atracones que frecuentemente se pierde el control, presentándose de manera regular para compensar lo ingerido.

Por lo que, si se identifican aspectos que interfieren de manera negativa en el desarrollo de la imagen corporal y del mismo modo en el desarrollo de la vida cotidiana de una persona, se

puede inferir que existe algún tipo de trastorno relacionado a su imagen corporal, siendo necesario evaluar y profundizar en la sintomatología y criterios que lo caracterizan.

Marco Contextual

La Institución Educativa Académico, fue fundada en el año 1743, en virtud de unas donaciones que hicieron dos personas ilustres de la ciudad de Guadalajara de Buga. En 1960 fue creado el bachillerato nocturno por iniciativa del profesor Guillermo Herrera Moncayo, años después se convierte en colegio oficial con secundaria, llamándose Colegio Mayor de Buga. El rector actual Rodolfo Chica, ha liderado desde hace muchos años, hasta hoy en día, el plan maestro del desarrollo del colegio para la comunidad educativa de la ciudad.

La Institución Educativa Académico, está ubicada en el departamento del Valle del Cauca, en la zona urbana del municipio de Guadalajara de Buga, en la carrera 9#2 sur-55 sur del barrio Albergue. Es un centro educativo perteneciente al sector oficial y es de carácter técnico/académico. En la actualidad la Institución Educativa Académico atiende una población permanente superior a los 1.400 estudiantes, provenientes de todos los barrios, comunas, veredas y corregimientos del municipio y de municipios aledaños, el estrato socio-económico de los estudiantes, oscila entre el nivel 1 y 2.

La misión de la Institución Educativa Académico, propende por la formación de calidad para sus estudiantes, fortaleciendo sus procesos cognitivos y emocionales, desde la ciencia, la tecnología, la cultura y el deporte; inculcando en ellos valores que favorezcan su sentido social y la construcción de un proyecto de vida basado en el mejoramiento continuo de su calidad humana a través del desarrollo de las competencias básicas, transversales y específicas en las áreas del saber y en las dimensiones del ser, asegurando su continuidad en las cadenas de formación.

La Visión de la Institución, es al año 2020 ser reconocida en el sector educativo nacional, por ofrecer el servicio de educación con calidad muy superior y formar personas íntegras para una sociedad que requiere de una educación centrada en valores, con la participación eficiente de sus egresados en el ámbito productivo o en la educación superior con grandes alcances académicos, laborales y sociales, que les permita contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento sostenible de su entorno sociocultural. La razón social es Institución Educativa Académico.

Los valores institucionales son: la autoestima, el respeto, la responsabilidad, la solidaridad, la honestidad, la justicia, la tolerancia y el sentido de pertenencia. De otro lado, la estructura organizacional inicia con el Ministerio de Educación Nacional, Secretaría de Educación Municipal, I. E. Académico (Rectoría), Coordinadores, Orientación Escolar, de aquí se derivan los estudiantes, docentes, padres de familia y egresados, seguidamente consejo directivo, consejo académico, personal administrativo (Simat, secretaría, tesorería), personal de servicios generales, también, personal de apoyo SEM y comité de inducción.

La institución es la única en la ciudad que cuenta con horario único, de 7 de la mañana a 4 de la tarde, complementando la jornada académica con diferentes actividades con los estudiantes como implementación de deportes, arte, etc.

Método

Diseño investigativo

Este estudio se realiza dentro del enfoque cuantitativo de la investigación, por ser este, un paradigma que permite la recolección y análisis de datos cuantitativos en la solución o respuesta a planteamientos o situaciones investigativas (Hernández, Fernández, Baptista, 2003). Dado que este enfoque de investigación posibilita delimitar y concretar el estudio, a su vez construir hipótesis que se puedan corroborar por medio de los diferentes tipos de diseños de investigación empleado desde el corte cuantitativo.

De esta forma, se plantea el presente estudio desde el alcance explicativo. Según Sampieri (2010) este tiene como fin explicar las causas y efectos de la razón de la investigación, siendo en este caso, el interés el explicar la influencia que tiene la red social Instagram en la imagen corporal de los adolescentes y cómo esa construcción de un ideal de belleza puede conllevar a la aparición de diversos trastornos que modifican el pensamiento y actitud de aquellos jóvenes que se sumergen en la era digital, de manera que logra incidir en la imagen corporal.

Así mismo, el estudio es de tipo no experimental de corte transversal ya que recolecta datos en un sólo momento (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Este tipo de estudios son uno de los diseños básicos, por lo que es un procedimiento no experimental, transversal (ausencia de seguimiento) en el que una comunidad o una muestra representativa de esta son estudiadas en un momento dado. La valoración de las variables se hace en el mismo momento, hay que

cerciorarse de que la muestra elegida sea representativa de la población de estudio. Cada sujeto de estudio solo es investigado una vez.

Además, teniendo en cuenta el criterio epistemológico, el presente estudio corresponde a un enfoque empírico – analítico, que tiene como propósito encontrar respuestas teóricas a un problema, el cual responde y orienta el proceso metodológico tomando datos de la realidad y la respuesta final al problema, respuesta que opera nuevamente como teoría para confirmar la inicial, enriquecerla o para falsar lo enunciado (Ciro, 2004).

Variables

Las variables de análisis en la presente investigación son:

- **Influencia de la red social Instagram:** Suárez Grimalt (2022) encontró que las redes sociales brindan una visualización constante del cuerpo estándar, lo que provoca o exagera problemas relacionados con la insatisfacción corporal, afecta directamente la salud mental, reitera que puede incentivar a las personas a someterse a cambios estéticos para estar satisfechas con, apariencia física y otras cuestiones psicológicas relacionadas con la identidad y la naturaleza del individuo. Por lo tanto, el impacto del uso de Instagram en la imagen corporal es negativo debido a variables como la comparación social, la promoción de la delgadez y la idealización de estándares de belleza poco realistas que influyen en la insatisfacción y la vergüenza corporal.
- **Imagen corporal de adolescentes:** Hausenblas y Symons (2001) definieron la imagen corporal como la representación interna de su apariencia externa. Así, la imagen corporal

se entiende como la forma en que percibimos el mundo y cómo está influenciado por cómo una persona siente y piensa sobre el cuerpo.

- Utilización de la red social Instagram: fue fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger en 2010. La idea inicial para la plataforma surgió en 2009 y se lanzó oficialmente en octubre de 2010. Instagram se diseñó originalmente como una aplicación móvil para dispositivos iOS, lo que permitió a los usuarios tomar fotos, aplicar filtros a esas fotos y compartirlas en la plataforma. Más tarde, se lanzó una versión para dispositivos Android en 2012 y se expandió a la web en 2012. Instagram se basa en la idea de compartir contenido visual, especialmente fotos y videos, con amigos y seguidores. Su funcionamiento es relativamente sencillo: los usuarios crean un perfil que incluye una foto de perfil, una biografía y enlaces a otros perfiles y sitios web, los usuarios pueden seguir a otros usuarios y ser seguidos por ellos, lo que les permite ver el contenido compartido por quienes siguen en su feed, los usuarios pueden publicar fotos y videos, aplicar filtros, agregar descripciones y etiquetar a otras personas o ubicaciones en sus publicaciones. Los "Me gusta" y los comentarios son interacciones comunes en las publicaciones, lo que fomenta la participación y la interacción social.

En relación con la imagen corporal, Instagram ha sido objeto de debate en lo que respecta a su impacto en la imagen corporal y la autoestima de sus usuarios. Esto se debe en parte a la naturaleza visual de la plataforma y al énfasis en compartir imágenes de uno mismo. Algunas de las preocupaciones relacionadas con la imagen corporal en Instagram incluyen: Idealización de la belleza, Instagram a menudo muestra un estándar de belleza idealizado, con muchas fotos retocadas y perfiles que muestran un estilo de vida

aparentemente perfecto. Esto puede generar presión en los usuarios para que se vean y se comporten de cierta manera. Comparación social: Los usuarios a menudo comparan sus vidas y apariencias con las de otros en la plataforma, lo que puede provocar sentimientos de inseguridad y baja autoestima.

Instagram también puede ser un lugar donde se producen comentarios hirientes y ciberacoso, lo que puede afectar la autoimagen de los usuarios.

Fuentes de información

Las fuentes de información para el presente trabajo se encuentra representada en fuentes primarias a través de la exploración, revisión y jerarquización de la información hallada de acuerdo a los objetivos de la investigación, relacionando la misma con los datos proporcionados por los sujetos primarios, objeto de investigación, los cuales, en este caso, son los estudiantes de la Institución Educativa Académico de la ciudad de Guadalajara de Buga-Valle del Cauca, matriculados en el grado 11° entre las edades de 15 y 18 años. Es de aclarar que el grado 11° cuenta con 75 estudiantes, para una muestra de 75.

De acuerdo al programa Stats que nos permite calcular el tamaño de la muestra a través de la fórmula:

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Se determina una muestra representativa o muestra estadística de 63 estudiantes para tener un nivel de confianza del 95%.

La muestra es de selección no probabilística, ya que este estudio, además de tener un tamaño preciso, requiere una selección cuidadosa y controlada teniendo en cuenta los siguientes criterios de inclusión:

- Estar matriculados en grado 11° de la Institución Educativa Académico.
- Tener una edad comprendida entre 15 y 18 años de edad.
- Manifestar su deseo de participación voluntaria y contar con el permiso de sus acudientes a través del diligenciamiento del consentimiento informado.
- Estudiantes que manifiesten tener un constante uso e interacción con la red social Instagram.

Serán excluidos del estudio todos aquellos estudiantes que se determine que tiene un uso pasivo en la red social Instagram.

Instrumento

Con el objetivo de determinar el uso de la red social Instagram en los adolescentes que participan del estudio se realiza la construcción de un cuestionario que permite identificar la influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de los adolescentes y poder establecer en qué grado de inconformidad se encuentra un individuo con relación a su imagen corporal y en qué forma está siendo afectado. Dicho cuestionario es validado a través de evaluación de expertos y prueba piloto que se realiza a través de la aplicación a tres adolescentes entre las edades de 15 a 18 años, estudiantes de grado décimo de la institución educativa académico a los cuales se les indagó frente a la comprensión del instrumento, a lo que manifestaron tener claridad

de cada una de las preguntas y su correcto diligenciamiento, teniendo validez de la prueba por el indicador de la cantidad de significado que se atribuyen al conjunto de resultados obtenidos de la prueba piloto.

El objeto de investigación, los cuales son los estudiantes de la Institución Educativa Académico de la ciudad de Guadalajara de Buga-Valle del Cauca, del grado 11° siendo una población de 75 estudiantes, los cuales debían cumplir con la totalidad de los criterios de inclusión como lo era el consentimiento informado y la libre participación; sin embargo, de tal muestra solo 19 estudiantes cumplieron a cabalidad con dichos criterios, los cuales se convierten en la totalidad de la muestra representativa con quien se realiza el presente trabajo investigativo.

Procedimiento

El creciente interés en el impacto de las redes sociales, especialmente Instagram, en la percepción corporal de los adolescentes, ha impulsado la necesidad de investigaciones en este campo.

Inicialmente se hace la identificación y definición del problema a investigar, que es la posible influencia de Instagram en la percepción corporal de los adolescentes.

Posteriormente, se realiza una revisión exhaustiva de la literatura para recopilar y analizar la información publicada hasta la fecha sobre el impacto de las redes sociales en la percepción corporal de los adolescentes. Esta revisión proporciona un marco para el estudio y contribuye a identificar métodos y enfoques útiles.

El diseño del estudio es el siguiente paso. En este caso, se opta por un diseño cuantitativo no experimental con un alcance explicativo y transversal. Este diseño permite medir y analizar numéricamente la relación entre el uso de Instagram y la percepción corporal.

La selección de los participantes es un aspecto crucial del estudio. Se seleccionan los adolescentes de la escuela que participarán en el estudio y se procede a realizar el acercamiento con la Institución Educativa Académico para establecer contacto con la orientación escolar de dicho establecimiento, con el objetivo de solicitar el respectivo permiso para desarrollar la presente investigación con la población estudiantil de los grados décimos y undécimos.

Se dan a conocer los objetivos y la finalidad del estudio. Una vez obtenido el permiso se procede a tener el contacto inicial con los estudiantes a quienes se les da a conocer la información del estudio y se les invita a participar. A aquellos que manifiesten el interés en colaborar con la investigación se les hace entrega del consentimiento informado, indicando que debe ser diligenciado por sus acudientes y por ellos mismos, estableciendo un plazo de tres días para recibir dicho documento. Posteriormente, Para evaluar la percepción corporal y el uso de Instagram, se diseña un cuestionario que se aplica a los adolescentes seleccionados para recoger los datos. se procede a aplicar el cuestionario inicial con el objetivo de identificar quiénes de los adolescentes participantes son usuarios activos de la red social Instagram, se aclara, que serán excluidos del estudio todos aquellos estudiantes que se determine que tienen un uso pasivo.

Una vez determinado que los participantes cuentan con todos los criterios de inclusión se procede a entregar el cuestionario influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes, el cual será aplicado en la población estudio en un tiempo máximo de una hora.

Luego de recogidos los datos, se realiza un análisis cuantitativo. Este análisis permite examinar las respuestas numéricas de los participantes, los datos serán evaluados teniendo cada una de las variables, permitiendo analizar los resultados obtenidos a través de la relación de sus variables y puntajes, que puedan ayudar a explicar la relación entre el uso de Instagram y la percepción corporal.

Los resultados del análisis se interpretan para llegar a conclusiones sobre la influencia de Instagram en la percepción corporal de los adolescentes. Estas conclusiones proporcionan una respuesta al problema definido al inicio del estudio.

Finalmente, después de analizado estos datos se planteará las conclusiones y recomendaciones ante la institución.

Aspectos éticos

Esta investigación obedece a las normas y principios éticos según se establece en el código deontológico y bioético del ejercicio de la profesión de psicología, la ley 1090 del 2016. Teniendo en cuenta que el estudio se lleva a cabo con menores de edad se diligencia el consentimiento informado con los padres de familia contando antes con el deseo manifiesto de los estudiantes por participar.

Se da a conocer a todos los participantes que los datos obtenidos serán custodiados y se mantendrá la confidencialidad, así mismo se explica que en caso de querer retirarse lo puede hacer sin ninguna consecuencia.

La presente investigación no implica algún tipo de riesgo, modificación o intervención en la muestra evaluada, por lo que dichos resultados obtenidos se llevan a un análisis integral de las variables seleccionadas dentro del fenómeno de estudio.

Así pues, se asegura para todos los participantes el cumplimiento de todos los criterios éticos como la confidencialidad, además se asegura un trato digno y respetuoso durante el desarrollo del presente estudio.

Resultados

Después de haber aplicado la encuesta previa a la validación de la misma se procedió a realizar el análisis de los datos, con el fin de explorar el impacto de Instagram, una red social ampliamente utilizada, en la percepción corporal de los adolescentes. Mediante un análisis minucioso de las respuestas a las encuestas, se intentó descifrar cómo esta conocida plataforma de medios sociales puede alterar o no la manera en que los adolescentes se perciben a sí mismos.

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos:

Figura 1. Utilización de la Red Social Instagram



Fuente: Las Autoras

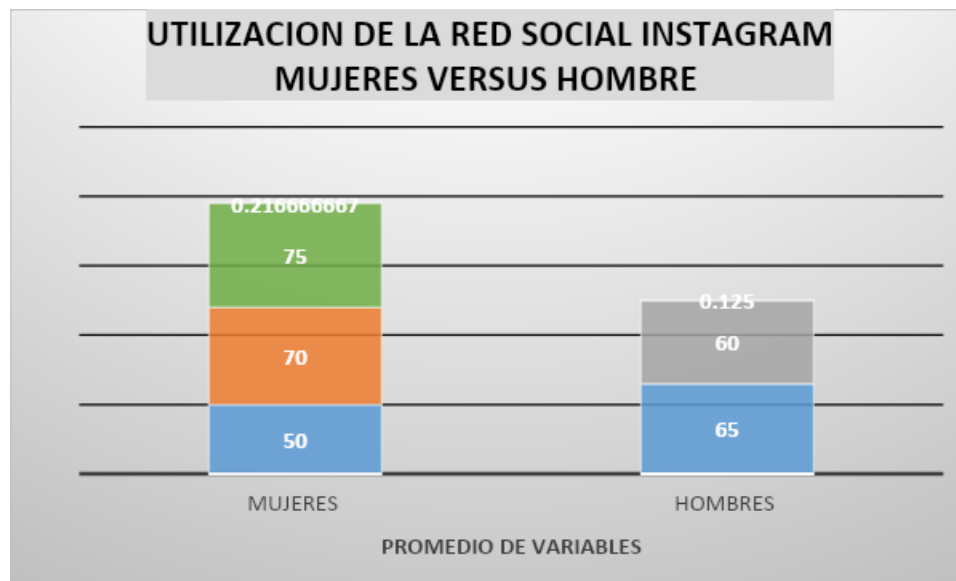
El 90% de los adolescentes encuestados respondió que hacen poco uso de la red social de Instagram reflejado con un promedio de 0,1 lo que lleva a concluir que primero, el menor uso de esta red social podría sugerir que su impacto en la imagen corporal de los adolescentes es reducido. Esto podría ser un indicativo positivo, dado que numerosos estudios han vinculado el uso intensivo de Instagram con la insatisfacción corporal, a causa de la comparación social y la exposición a ideales corporales poco realistas.

En segundo lugar, el uso limitado de Instagram podría reflejar que los adolescentes están tomando decisiones más informadas sobre su interacción con las redes sociales para salvaguardar

su bienestar mental y su percepción corporal. Esto podría ser el resultado de una mayor conciencia y educación sobre los impactos potencialmente negativos de las redes sociales.

Por otro lado, Instagram tiene un efecto beneficioso en la imagen corporal, ya que ofrece a los adolescentes un espacio para mostrar su creatividad y autenticidad. Al compartir imágenes y videos que representan su personalidad y estilo, pueden fortalecer su autoestima. En resumen, Instagram puede tener un impacto positivo en la imagen corporal de los adolescentes al permitirles expresarse de manera creativa.

Figura 2. Utilización de la Red Social Instagram Mujeres Versus Hombres



Fuente: Las Autoras

Los hombres en el colegio de Buga utilizan Instagram menos frecuentemente, con un promedio de 0,12 en comparación con las mujeres que tienen un promedio más alto de 0,21. A pesar de que estos promedios son relativamente bajos, muestran una tendencia notable.

Instagram y otras redes sociales pueden tener un efecto considerable en la percepción corporal de los adolescentes. Diversos estudios han evidenciado que la utilización de redes sociales puede afectar la relación que los adolescentes tienen con su cuerpo y su autoimagen. En particular, la cantidad de horas que se invierten diariamente en redes sociales, así como la supervisión de los padres, son factores que influyen en la percepción corporal de los adolescentes. (Menéndez, 2023)

En este escenario, es probable que las mujeres estén más susceptibles a los efectos de Instagram en la percepción corporal debido a su mayor utilización. Esto podría estar relacionado con la presión social y los estándares de belleza que se difunden en estas plataformas.

La disparidad en el uso de Instagram entre hombres y mujeres puede deberse a múltiples factores. De acuerdo con un estudio realizado por Brandwatch en 2015, citado por (Borja, 2016) las mujeres tienden a usar más las redes sociales generales como Facebook, Twitter, Instagram o Pinterest.

En promedio, las mujeres pasan un 30% más de tiempo que los hombres en la red social, llegando a las 5 horas y media semanales en comparación con las 4 horas de los hombres. Además, suelen ser más activas en general e interactúan más con otros usuarios, publicaciones y marcas.

Estas diferencias pueden ser influenciadas por factores culturales, sociales y psicológicos. Por ejemplo, las mujeres pueden tener un mayor interés en las interacciones sociales y la autoexpresión, aspectos que Instagram facilita. Además, las mujeres pueden estar más expuestas a la presión social y a los estándares de belleza que se difunden en estas plataformas, lo que podría contribuir a su mayor uso.

Es crucial recordar que estos son solo promedios y que puede haber diferencias a nivel individual. Además, el hecho de que los hombres utilicen Instagram con menos frecuencia no los exime completamente de los posibles efectos en su percepción corporal.

Figura 3. Influencia de la Red Social Instagram



Fuente: Las Autoras

De acuerdo a los datos se puede establecer que el 90% de los adolescentes encuestados tiene poca influencia de la red social Instagram representado mediante un promedio de 0.1, lo que lleva a concluir que Las personas suelen seguir en Instagram a otras que tienen intereses y cuerpos parecidos a los suyos. Esto refleja que estos jóvenes siguen principalmente cuentas que fomentan la aceptación del cuerpo o que tienen cuerpos parecidos al suyo, lo cual es menos probable que sufra un impacto negativo en su autoimagen.

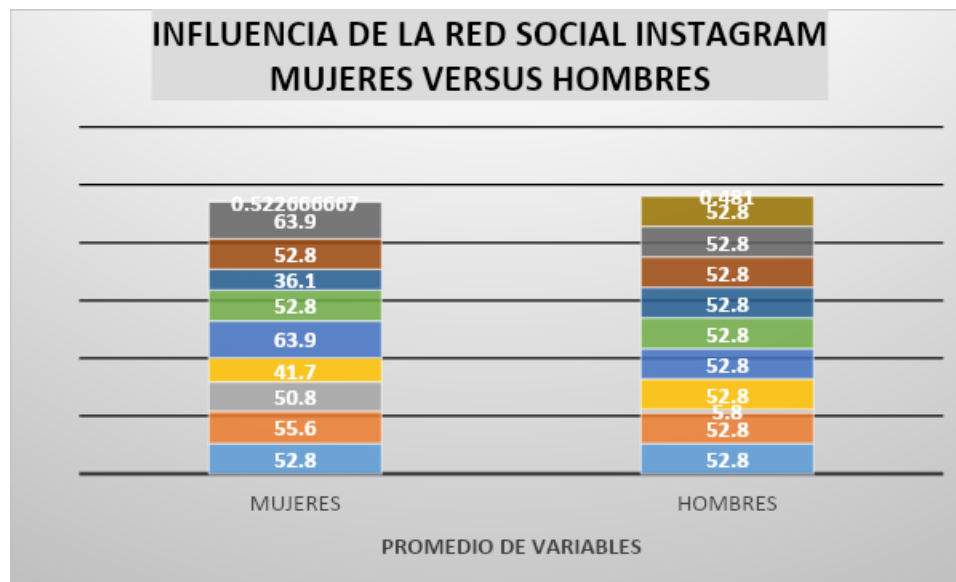
De otro lado La mayoría de las imágenes en Instagram están editadas de alguna manera para lucir lo mejor posible. En este caso estos jóvenes son conscientes de esto y no se comparan excesivamente con las imágenes editadas, lo cual es menos probable que se vean afectados negativamente.

Además, La autoimagen corporal está estrechamente vinculada con la autoestima personal. Esto quiere decir que los jóvenes tienen una autoestima fuerte y una imagen corporal positiva, lo cual es menos probable que Instagram tenga un impacto negativo en ellos. (Vélez, 2019).

La influencia de Instagram en la evaluación de la imagen corporal de los jóvenes, según estos resultados puede tener efectos positivos en algunos aspectos. La plataforma puede promover la autoexpresión, la creatividad y la aceptación de la diversidad corporal al permitir que los jóvenes compartan sus propias imágenes y conecten con otros. Además, a través de cuentas que promueven la positividad corporal, se pueden contrarrestar estándares de belleza poco realistas.

Finalmente, Algunas cuentas en Instagram se centran en promover dicha positividad corporal y la aceptación de uno mismo. Lo cual refleja según la encuesta que los jóvenes siguen estas cuentas, lo cual es más probable que experimenten una influencia positiva en su autoimagen.

Figura 4. Influencia de la Red Social Instagram Mujeres Versus Hombres



Fuente: Las Autoras

En un colegio particular en Buga, se ha encontrado que las mujeres tienen una influencia de 0.52 y los hombres de 0.43. Estos números son relativamente bajos, con una leve diferencia.

Una posible razón para este fenómeno podría ser la educación y la conciencia. Los estudiantes de este colegio pueden haber sido educados sobre los posibles daños de las redes

sociales en la imagen corporal. Este conocimiento podría estar ayudándoles a usar Instagram de una manera más segura.

Otra posibilidad es que los estudiantes estén usando Instagram de una manera que promueva una imagen corporal positiva. Podrían estar siguiendo cuentas que promuevan la aceptación del cuerpo y evitando las que difundan ideales de belleza poco realistas.

El apoyo familiar y comunitario también puede jugar un papel importante. Un fuerte apoyo de este tipo puede ayudar a los adolescentes a mantener una imagen corporal positiva, a pesar de las influencias de las redes sociales.

Figura 5. Imagen Corporal de los Adolescentes



Fuente: Las Autoras

El 90 % de los adolescentes encuestados respondió que el 0,02 es el promedio de influencia que poseen frente a la imagen corporal, lo cual da a entender que un factor crucial

podría ser la elección de contenido que los usuarios hacen en Instagram. Puesto que estos jóvenes siguen principalmente cuentas que fomentan la positividad corporal, la aceptación personal o que representan una belleza realista, es lógico que experimenten una influencia negativa mínima en su imagen corporal. Esto indica que las personas tienen la capacidad de seleccionar el tipo de contenido que consumen en la plataforma.

Esos adolescentes son críticos y conscientes, que las imágenes en Instagram representan una versión idealizada de la realidad, lo que indica que sea menos probable que se vean afectados negativamente por las imágenes que ven.

Instagram puede impulsar el movimiento “body positive”, que está vinculado a una percepción saludable del propio cuerpo. Este movimiento promueve el bienestar en los ámbitos psicológico, social y emocional, alienta hábitos saludables y mejoras en el cuidado personal. Además, sirve como un escudo contra la insatisfacción con el cuerpo. Este es un efecto beneficioso que puede surgir de un uso consciente y saludable de Instagram. Se tiene entonces respecto al análisis de la encuesta que no existe una relación entre la autoimagen y la imagen corporal generada por la red social Instagram.

Sin embargo, es crucial recordar que cada persona puede tener una experiencia distinta y personal con las redes sociales. Por lo tanto, siempre es fundamental promover un uso equilibrado y consciente de estas plataformas.

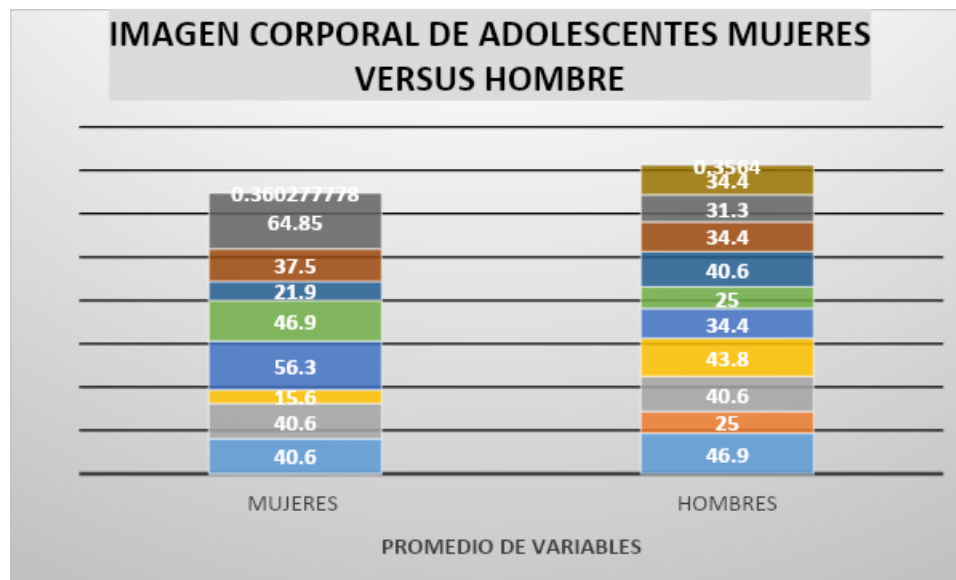
Según la psiquiatra Teia Plana, que coordina la Unidad de Trastornos de la Conducta Alimentaria del Hospital Clínic, no hay un aumento en la incidencia de anorexia debido a Instagram, ya que estas enfermedades tienen múltiples causas. (Jasanada, 2021)

Al igual que con la anorexia, la influencia de Instagram en la bulimia es multifactorial. A pesar de que Instagram puede promover ideales de belleza inalcanzables, lo que podría llevar a comportamientos bulímicos en algunas personas, no se puede atribuir directamente a Instagram un incremento en los casos de bulimia. (Jasanada, 2021)

Respecto al trastorno por atracón, este es un trastorno alimentario serio en el que el individuo consume grandes cantidades de comida de manera frecuente y siente que ha perdido el control durante estos episodios. Sin embargo, no existe una conexión específica entre Instagram y el trastorno por atracón.

Finalmente, estos adolescentes utilizan la plataforma de manera limitada y no la consideran como su única fuente de validación o autoevaluación, para lo cual es menos probable que experimenten una influencia negativa.

Figura 6. Imagen Corporal de los Adolescentes Mujeres Versus Hombres



Fuente: Las Autoras

Un porcentaje relativamente bajo, como 0,36 para las mujeres y 0,35 para los hombres, indica que la plataforma no tiene un impacto negativo considerable en la autoimagen corporal en el colegio de Buga. Esto podría atribuirse a una serie de factores, como una cultura escolar positiva, la promoción de la diversidad corporal, o una educación efectiva sobre la importancia de la autoaceptación.

Si el colegio promueve la aceptación, la diversidad y el respeto, los estudiantes pueden sentir menos presión para cumplir con estándares de belleza poco realistas, pero si además implementa programas educativos que resaltan la importancia de la autoaceptación y la diversidad corporal, los estudiantes podrían estar mejor preparados para resistir influencias negativas externas.

Si los estudiantes son conscientes de los peligros de las comparaciones constantes en las redes sociales y comprenden la naturaleza editada de las imágenes, podrían ser menos propensos a verse afectados negativamente. Además, La intervención de los padres y maestros, al fomentar conversaciones sobre el bienestar y la salud mental, puede contribuir a un ambiente más positivo.

De otro lado, si hay modelos a seguir en el colegio que promueven la autoaceptación y la salud mental, esto puede contrarrestar las influencias negativas de las redes sociales y permite que se destaque el valor de las habilidades y los logros en lugar de centrarse solo en la apariencia física, los estudiantes pueden desarrollar una autoimagen más fuerte y basada en méritos.

Discusión

De acuerdo con Krauskopf (2011), la adolescencia es una fase de transición marcada por cambios físicos y psicológicos significativos. Durante este período, los adolescentes están explorando y definiendo su identidad, incluyendo su percepción de su propio cuerpo. Si Instagram tiene una influencia limitada en este aspecto, podría indicar que los adolescentes están formando su imagen corporal basándose más en sus propias experiencias y menos en las imágenes y normas de belleza presentadas en las redes sociales.

La teoría del desarrollo de la personalidad de Erikson (1968) sugiere que la adolescencia es una etapa crucial para la formación de la identidad.

Además, el hecho de que Instagram tenga una influencia limitada también podría indicar que los adolescentes están utilizando la plataforma de manera consciente y crítica. Esto coincide con el punto de Krauskopf (2011) sobre la necesidad de adaptarse a los cambios corporales emergentes y encontrar nuevas orientaciones de comportamiento durante la adolescencia. Los adolescentes pueden estar utilizando Instagram para explorar diferentes representaciones del cuerpo y buscar apoyo y comprensión, en lugar de permitir que las imágenes en la plataforma moldeen su autoimagen.

El avance de la ciencias sociales y humanas y el desarrollo de la tecnología, han conducido a la creación de varias aplicaciones de interacción social, como Instagram. A pesar de que estas plataformas han sido ampliamente adoptadas por los adolescentes, los resultados del ejercicio investigativo recogidos en la encuesta, sugieren que Instagram tiene una influencia mínima en la imagen corporal de los adolescentes lo que indicaría que, a pesar de la prevalencia

y el uso frecuente de estas plataformas, los adolescentes de la muestra están formando su imagen corporal basándose más en sus propias experiencias y menos en las imágenes y estándares de belleza presentados en las redes sociales.

Fardouly y Vartanian (2015) mencionan que existe una correlación positiva entre el acceso a las redes sociales y la insatisfacción corporal. Sin embargo, si Instagram tiene una influencia limitada en esta área y en esta población explorada, podría sugerir que los adolescentes están resistiendo esta tendencia y están formando una imagen corporal más saludable a pesar de la exposición a imágenes idealizadas en las redes sociales.

En la sociedad contemporánea, el cuerpo y la apariencia física se han convertido en un objeto de consumo, lo que puede llevar a situaciones de obsesión por el aspecto físico. No obstante, si Instagram tiene una influencia limitada en la imagen corporal de los adolescentes, esto podría sugerir que los adolescentes están reacios además a esta tendencia a pesar de la presión social para ajustarse a ciertos estándares de belleza.

De otro lado, el trastorno de la imagen corporal, definido por Rosen y Cols (1990) como una preocupación exagerada hacia algún defecto imaginario o extremado de la apariencia física, puede ser un problema grave. Si Instagram tiene una influencia limitada en la imagen corporal de los adolescentes, esto podría indicar que los adolescentes están utilizando la plataforma de manera más crítica y consciente. Esto está en línea con el punto sobre la necesidad de adaptarse a los cambios corporales emergentes y encontrar nuevas orientaciones de comportamiento durante la adolescencia.

Hilde Bruch (1965) fue la primera en sugerir la existencia de varios trastornos de la imagen corporal. a continuación, se presenta la discusión de los trastornos mencionados y el impacto de Instagram según los resultados obtenidos:

Anorexia: Este trastorno se caracteriza por una distorsión del concepto corporal y una percepción alterada de los estímulos interoceptivos, lo que lleva a una sensación de pérdida de control. Según Thompson (1990), el trastorno de la imagen en estas pacientes se refiere a cuán inexactamente estiman sus dimensiones corporales y las actitudes, lo que resulta en insatisfacción con su propio cuerpo. Instagram puede desempeñar un papel crucial en el desarrollo de la anorexia, ya que puede promover ideales de belleza inalcanzables. Sin embargo, dados los resultados obtenidos en la encuesta no se asocia de manera positiva este factor a la imagen corporal de los adolescentes, lo que permite concluir que hasta el momento no se han visto afectados por este tipo de trastorno en su alimentación y por ende en su salud.

Bulimia: Este trastorno implica una secuencia en la que una baja autoestima conduce a una preocupación excesiva por el peso, lo que resulta en dietas restrictivas, desequilibrio metabólico y episodios de atracón. Estos episodios provocan conductas compensatorias, como el vómito autoinducido, que finalmente contribuyen al déficit en autoestima. Sin embargo, dados los resultados obtenidos Instagram puede influir positivamente, pues no promueve estándares de belleza inalcanzables y no permite comparaciones dañinas.

Trastorno por atracón: Según Baile (2014), este trastorno se caracteriza por un estilo de alimentación dominado por atracones compulsivos, donde la característica principal es la pérdida de control sobre lo que se come. Aunque no se encontró aspectos negativos según los resultados

de la encuesta sobre la relación entre Instagram y el trastorno por atracón, es posible que los factores mencionados anteriormente puedan influir en algunos casos.

No obstante, algunos estudios indican que existe una inquietud sobre cómo Instagram puede fomentar ideales de belleza inalcanzables, generando inseguridades y comparaciones dañinas. Los jóvenes suelen estar expuestos a imágenes editadas y filtros que pueden alterar su percepción de la realidad. Por lo tanto, es crucial promover la educación sobre la manipulación de imágenes y fomentar la aceptación personal.

Respecto a la pregunta de investigación ¿Cómo influye la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga?, se logra determinar, aunque Instagram tiene el potencial de influir en la imagen corporal durante una etapa crítica del desarrollo personal, según algunos estudios; los resultados de la encuesta sugieren que los adolescentes pueden estar navegando por esta plataforma de manera efectiva y saludable.

De hecho, Algunos jóvenes usan Instagram como un medio para expresarse y fomentar la positividad corporal. Las cuentas que promueven la aceptación de la diversidad corporal pueden tener un impacto beneficioso, es por esto que El tipo de perfiles que los adolescentes siguen en Instagram juega un papel crucial, pues aquellos que siguen cuentas que promueven una imagen corporal saludable pueden experimentar menos consecuencias negativas.

En conclusión, la red social Instagram influye positivamente en la imagen corporal de los adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga, pues tiene el potencial de

empoderar y fomentar la aceptación. La educación sobre el uso consciente de las redes sociales y la promoción de la positividad corporal son fundamentales para minimizar los efectos adversos y maximizar los beneficios.

De otro lado se puede concluir que estos adolescentes tienen una imagen más sólida y una autoestima saludable, lo cual indica que pueden ser menos susceptibles a la influencia negativa de las redes sociales, ya que tienen una base emocional más sólida.

Conclusiones

- Las plataformas de medios sociales, como Instagram, pueden afectar la percepción que los adolescentes tienen de su propio cuerpo. No obstante, en el contexto específico de los adolescentes de una escuela en Guadalajara de Buga, se ha observado que esta influencia es limitada.
- A pesar de esta influencia limitada, es crucial recordar que el uso de las redes sociales puede llevar a la insatisfacción con el propio cuerpo, la comparación social, la preocupación por la apariencia y la baja autoestima entre los adolescentes.
- La influencia de las redes sociales en la autoestima y la percepción del cuerpo puede ser afectada por la retroalimentación recibida en las imágenes compartidas y el tiempo dedicado a estas plataformas.
- Cada adolescente es un individuo único y puede ser afectado de manera distinta por las redes sociales. Es fundamental fomentar un uso consciente y saludable de estas plataformas entre los jóvenes.
- El uso de las redes sociales puede conducir a comportamientos de comparación social y potencialmente a desórdenes alimenticios.

Recomendaciones

- Aunque la investigación se realizó en un colegio específico en Guadalajara de Buga, sería beneficioso extender la muestra a otros colegios o ciudades para obtener una perspectiva más amplia.
- Instagram es solo una de las muchas redes sociales que los adolescentes utilizan. Se podría considerar incluir otras plataformas como Facebook, Snapchat, TikTok, etc., para obtener una comprensión más completa del impacto de las redes sociales en la imagen corporal.
- Un estudio a largo plazo podría ofrecer información valiosa sobre cómo la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes cambia a medida que crecen y se desarrollan.
- Es crucial trabajar en la prevención de riesgos potenciales a los que los adolescentes están expuestos y promover un uso responsable de las redes sociales. Esto podría implicar la implementación de talleres o programas educativos que enseñen a los adolescentes a utilizar las redes sociales de manera crítica y consciente.
- Además de examinar la influencia directa de Instagram, sería útil investigar factores que pueden moderar esta relación, como el apoyo social, la autoestima y las habilidades de afrontamiento.

Referencias

- Acosta, S., Ramírez, A., Saldarriaga, Y., Uribe, J. & Ruiz, M. (2022). Vista de Uso de redes sociales y autoimagen en adolescentes de Instituciones Educativas en Antioquia, Colombia. *Revista Senderos Pedagógicos* n.º 13. Enero – diciembre 2022, pp. 23 - 41. ISSN: 2145-8243, E-ISSN: 2590-8456. Medellín, Colombia
<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/senderos/article/view/1123/1448>
- Almanza, K.; García, S. y Zabala, D. (2021). *Relación entre el nivel de riesgo de adicción a redes sociales (Facebook e Instagram) y los autoesquemas (autoimagen, concepto y autoestima) de 30 adolescentes entre 17 y 20 años de edad de la Universidad de Antioquia (Seccional Bajo Cauca)*
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/20249/1/AlmanzaKatherin_2021_RiesgodeAdicci%C3%B3n_Redessociales_Autoesquemas.pdf
- Brea, A. (2019). *Corporalidad online-offline, revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes*. <https://core.ac.uk/download/pdf/189883744.pdf>
- Brea, A. (2019). *Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes*. Universidad Autónoma de Barcelona. Master en Danza movimiento terapia
<https://core.ac.uk/download/pdf/189883744.pdf>
- Briceño, R., Ferrada, C., Franco, F. y Fuenzalida, M. (2022). *Satisfacción corporal en jóvenes entre 20-24 años que estén cursando educación superior en la Comuna de Santiago, región metropolitana, año 2022*. *Revista Confluencia*, 5(1), 58-62.

<https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/6511/5%281%29%2C%2058-62.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castro, K. (2022). *La comparación social, imagen corporal y autopresentación de jóvenes universitarios que utilizan Instagram, Quito. Revista Profundidad Psicológica*, 2, 1-9.
https://www.congresosenelpacifico.com/uploads/5/8/4/0/58409697/karina_castro_paper.pdf

Ciro, L. (2004). La teoría y su función en los tres modelos de investigación. Universidad Autónoma de Manizales Año 13, Número 20, enero - junio 2006.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6121274.pdf>

De la Torre, Carolina (2001). *Las identidades. Una mirada desde la psicología*. La Habana, Cuba: Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinillo.
http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191016040645/Las_identidades.pdf

Díaz, M. (2020). *Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias*. Pontificia Universidad Javeriana Facultad De Comunicación Y Lenguaje Comunicación Social Bogotá, D.C.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52787/Tg%20Diaz%2c%20Manuela%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz, M. (2020). *Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias*. Pontificia Universidad Javeriana Facultad De Comunicación Y Lenguaje Comunicación Social Bogotá, D.C

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52787/Tg%20Diaz%2C%20Ma%20nuela%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fernández, L. (2022). *Influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo del TCA y el uso de Instagram*. Grado en psicología Facultad de Ciencias Biomédicas y Salud Universidad Europea de Madrid

<https://titula.universidadeuropea.com/bitstream/handle/20.500.12880/1342/laurafernandezo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gómez, A., Hurtado, M. & Narváez, M. (2016). Relación entre el uso de las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en mujeres estudiantes de psicología de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt en 2016. Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt y Universidad Autónoma de Bucaramanga-Extensión Armenia Facultad De Psicología X Semestre Proyecto de Grado Armenia – Quindío

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/11527/2016_Tesis_Alejandra_Gomez_Cubillos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ladera, I. (2016). La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima. Universidad Pontifica ICAI ICADE. Madrid.

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/13133/TFM000397.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lara, S. (2021). *Instagram y autoestima: un estudio transversal para evaluar las relaciones de diferentes tipos de uso de Instagram con la autoestima y la imagen corporal*. Universidad

de los Andes.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/53333/24280.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, P. y Ovalle, A. (2022). *Impacto de las tendencias de Instagram*. Universidad del Rosario. Escuela de Administración. Bogota, D.C.

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/34308/OvalleSperber-Andres-2022.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Marte, R. & Ruiz, Y. (2021). Influencia de los medios de comunicación sobre la imagen corporal que reciben los adolescentes que cursan en el colegio experimental preuniversitario Dr. Luis Alfredo duvergé mejía, en el periodo febrero-abril, 2021. Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. República Dominicana.

<https://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/4399/Influencia%20de%20los%20medios%20de%20comunicaci%3bn%20sobre%20la%20imagen-%20Rosa%20E.%20Marte%20Cabral%20y%20Yasmile%20A.%20Ruiz%20Disla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Menéndez Martínez Natalia. (2023) ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen corporal?

[¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen corporal? \(medicoplus.com\)](https://www.medicoplus.com/que-como-influyen-las-redes-sociales-en-la-imagen-corporal/)

Monedero Borja(2016) ¿Se comportan igual hombres y mujeres en las redes sociales?.

<https://www.larazon.es/economia/economia-digital/se-comportan-igual-hombres-y-mujeres-en-las-redes-sociales-CI13285722/>

Murillo, A. (Influencia de las redes sociales en el autoconcepto físico en adolescentes 2021 – 2022. Universidad de Antioquia Facultad de Ciencias Sociales y Humanas Psicología Medellín, Antioquia, Colombia

https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/32816/21/MurilloAna_2022_InfluenciaRedessocialesAutoconceptoAdolescentes.pdf

Nasio, J. (2008). Mi cuerpo y sus imágenes. Editorial Paidós.

<https://catedraedipica.files.wordpress.com/2010/02/mi-cuerpo-y-sus-imagenes-juan-da-vid-nasio.pdf>

Paredes, K.E. (2021). El panóptico de las redes sociales y su influencia en la imagen de los consumidores-consumidos, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16025/1/T-UCSG-PRE-FIL-CPC-340.pdf>

Parillo, P. y Troncoso, M. (2019). *Influencia de la red social Instagram en la percepción de la imagen corporal en adolescentes*. Universidad Católica San Pablo Facultad De Ciencias Económico Empresariales Y Humanas Escuela Profesional De Psicología.

http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16518/4/PARILLO_PEREZ_PAM_RED.pdf

Rodríguez, D. (2015). Artículo de revisión: generalidades de la imagen corporal/ review article: overview of the body image. Revista de la Facultad de Medicina, Universidad Nacional de Colombia, 63(2), 279–287. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v63n2.49387>

Romo, M. (2020). Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. Universidad de Cadiz.

<https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/23419/Romo%20del%20Omo%2c%20M.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Suarez Grimalt, L. (2022) *Cánones de belleza en la era posmoderna: Instagram y su impacto negativo en la autopercepción corporal de las mujeres jóvenes y su concepción de la belleza* [Trabajo de grado, Universidad Da Coruña].

<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/31256>

Toledo Jofré, M. (2012). Sobre la construcción identitaria. *Atenea* (Concepción), (506), 43-56.

<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622012000200004>

Vélez María. (2019) ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen corporal?, [¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen corporal? - La Mente es Maravillosa](#)

Vergara, L. (2020). Imagen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en etapa de adolescencia temprana. Universidad De Chile Facultad De Ciencias Sociales. Santiago de Chile.

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/176181/Imagen%20corporal%20y%20redes%20sociales%20en%20j%c3%b3venes%20de%20sexo%20femenino%20en%20etapa%20de%20adolescencia%20temprana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

ANEXO A. Cuestionario Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes

La agrupación de las preguntas de acuerdo a las variables seleccionadas para explorar la influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de los adolescentes es la siguiente:

Variable	Preguntas	Número de preguntas
Influencia de la red social Instagram	5-6-7-8-9-10-11-12-13	9
Imagen corporal de los adolescentes	14-15-16-17-18-19-20-21	8
Utilización de la red social Instagram	1-2-3-4	4

NOMBRE COMPLETO: _____

CURSO: _____ EDAD: _____

SEXO: HOMBRE MUJER

Variables: Utilización de la red social Instagram

Para la calificación de estas variables se seleccionaron las siguientes preguntas:

1. ¿Hace cuánto tienes tú cuenta en Instagram?

Categoría	Puntuación
-----------	------------

Menos de un mes	20
Entre un mes y seis meses	40
Entre seis meses y un año	60
Entre un año y cinco años	80
Más de cinco años	100

2. ¿Cuánto tiempo pasa conectado a la red social Instagram durante el día?

Categoría	Puntuación
5- 10 minutos	25
10-30 minutos	50
30-60 minutos	75
Más de 60 minutos	100

3. ¿Cuándo realizas alguna actividad (comer, hacer ejercicio, estudiar, etc.) al mismo tiempo estás en Instagram?

Categoría	Puntuación
Nunca	25
Pocas veces	50
Varias veces	75
Siempre	100

4. ¿Cuándo fue la última vez que publicaste fotos o historias en Instagram?

Categoría	Puntuación
------------------	-------------------

Un par de horas	100
Una semana	80
Entre 1 y 2 semanas	60
Mas de un mes	40
No público en Instagram	20

Calificación para la variable del “la utilización de la red social Instagram” se deben sumar las puntuaciones y luego dividirla entre 4 (cuatro) porque son la cantidad de preguntas con puntajes) este es el promedio redondear este promedio (si el promedio dio 30.6 al redondear será 31).

Valoración utilización Instagram	Promedio
Poco uso	0 -33
Mediano Uso	34-66
Mucho Uso	67-100

□ **Variable: Influencia de la red social Instagram**

5. ¿Sueles seguir a influencers o celebridades en Instagram?

Categoría	Puntuación
Sí, muchas veces	100
A veces	75
Rara vez	50
No, nunca	25

6. ¿Has comparado tu cuerpo con el de otras personas en Instagram?

Categoría	Puntuación
Sí, con frecuencia	100
A veces lo hago	75
Rara vez	50
No, nunca lo hago	25

7. ¿Tiene sentido que tu autoestima disminuya después de ver imágenes en Instagram?

Categoría	Puntuación
Sí, a menudo	100
A veces	75
Rara vez	50
No, nunca	25

8. ¿Has tomado medidas para cambiar tu apariencia física debido a la influencia de Instagram?

Categoría	Puntuación
Sí, en varias ocasiones	100
A veces lo he hecho	75
Rara vez	50
No, nunca lo he hecho	25

9. ¿Has dejado de seguir a alguien en Instagram debido a la presión que sentías por su apariencia física o estilo de vida?

Categoría	Puntuación
Sí, varias veces	100
A veces lo he hecho	75
Rara vez	50
No, nunca lo he hecho	25

10. ¿Crees que la exposición a imágenes de cuerpos delgados y retocados en Instagram puede contribuir al desarrollo de trastornos alimentarios como la bulimia y la anorexia?

Categoría	Puntuación
Sí, definitivamente	100
En cierta medida	75
No estoy seguro/a	50
No, no creo que esté relacionado	25

11. ¿Consideras que las imágenes de cuerpos "perfectos" en Instagram pueden generar una presión adicional para las personas que sufren de bulimia o anorexia?

Categoría	Puntuación
Sí, definitivamente	100
En cierta medida	75
No estoy seguro/a	50
No, no creo que sea un factor relevante	25

12. ¿Crees que las personas que padecen bulimia o anorexia son más susceptibles a sentirse presionadas por las imágenes de Instagram que representan cuerpos "perfectos"?

Categoría	Puntuación
Sí, son más susceptibles	100
En cierta medida	75
No estoy seguro/a	50
No, no creo que sea relevante	25

13. ¿Consideras que Instagram debería tener medidas más estrictas para evitar la promoción de imágenes que promuevan la bulimia o la anorexia?

Categoría	Puntuación
Sí, definitivamente	100
En cierta medida	75
No estoy seguro/a	50
No, no creo que sea necesario	25

Calificación para la variable del “influencia de la red social Instagram” se debe realizar la suma de todos los puntajes de las preguntas y luego dividirlo en el total de preguntas que mide el rasgo (cantidad de preguntas es 9).

Influencia de la red social Instagram	Promedio
Poca influencia	0 -33
Mediana Influencia	34-66
Mucha influencia	67-100

□ **Variable: Imagen corporal de los adolescentes**

14. ¿Piensas que tu perfil de Instagram refleja quién eres realmente?

Categoría	Puntuación
Si	100
No	0

15. ¿Sueles utilizar aplicaciones o filtros para retocar las fotografías antes de subirlas a Instagram?

Categoría	Puntuación
Si	100
No	0

16. ¿Alguna vez has visto una foto tuya que hubieras preferido no subir?

Categoría	Puntuación
Si	100
No	0

17. ¿Alguna vez te has visto molesta/triste por algún comentario que te hicieron en Instagram?

Categoría	Puntuación
Si	100
No	0

18. ¿Crees que las imágenes que ves en Instagram afectan tu percepción de tu propia imagen corporal?

Categoría	Puntuación
Sí, siempre	100
A veces	75
Rara vez	50
No, nunca	25

19. ¿Te sientes presionado/a para tener un cuerpo "perfecto" debido a las imágenes que ves en Instagram?

Categoría	Puntuación
Sí, constantemente	100
A veces me siento así	75
Rara vez	50
No me siento presionado/a	25

20. ¿Crees que Instagram debería tener una mayor responsabilidad en la promoción de una imagen corporal positiva?

Categoría	Puntuación
Sí, definitivamente	100
En cierta medida	75
No estoy seguro/a	50
No, no creo que sea su responsabilidad	25

21. ¿Tiene sentido la necesidad de editar o retocar tus fotos antes de publicarlas en Instagram para cumplir con ciertos estándares de belleza?

Categoría	Puntuación
Sí, con frecuencia	100
A veces lo he hecho	75
Rara vez	50
No, nunca lo he hecho	25

Calificación para la variable de “imagen corporal” se debe realizar la suma de todos los puntajes de las preguntas y luego dividirlo en el total de preguntas que mide la variable (cantidad de preguntas es 8).

Influencia de la red social Instagram	Promedio
Poca influencia	0 -33
Mediana Influencia	34-66
Mucha influencia	67-100

ANEXO B Consentimiento informado

Formato de consentimiento informado para la participación en investigación

El presente documento tiene como objetivo informar que en el transcurso del mes de septiembre del año 2023 se desarrollara en los grados 11° de la Institución Educativa Académico, una investigación como proyecto de trabajo de grado de la universidad Antonio Nariño, sede Buga. Para ello se realizará una serie de actividades investigativas enmarcada en la **influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes**, cuya intención investigativa, es analizar la manera en que influye la red social Instagram en la imagen corporal de los adolescentes que se encuentran matriculados en los grados superiores de la institución.

Se informa que:

- La participación en esta investigación es libre y voluntaria y puede retirarse en el momento que lo desee.
- La información obtenida en la investigación será presentada en un trabajo de grado, dónde se manejará el anonimato de los (las) estudiantes.

De esta manera, solicitamos su consentimiento para hacer uso de la información, teniendo en cuenta que solo será para fines académicos.

Declaro que he sido informado sobre los propósitos, objetivos, que se llevarán a cabo en esta investigación, autorizo a **Natalia Ramírez Santa** y a **María Fernanda Hurtado Peláez** estudiantes de Psicología de la Universidad de Antonio Nariño sede Buga, a hacer uso de la información recopilada durante la investigación. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad de manera libre y espontánea. Atendiendo a la normatividad vigente sobre consentimientos informados y de forma consciente y voluntaria:

() DOY (DAMOS) EL CONSENTIMIENTO

() NO DOY (DAMOS) EL
CONSENTIMIENTO

Nombre del participante: _____

Edad: _____

Grado: _____

Firma Acudiente (s): _____

CC. _____