



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

TEMA:

**Influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen
corporal en los adolescentes.**

AUTORA:

Sánchez Alvarado, Emily Michelle

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA CLÍNICA**

TUTORA:

Moreno Naranjo, Andrea Alejandra

Guayaquil, Ecuador

2 de septiembre del 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Sánchez Alvarado, Emily Michelle**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Psicología Clínica**.

TUTORA:

Moreno Naranjo, Andrea Alejandra

DIRECTORA DE LA CARRERA:

Estacio Campoverde, Mariana de Lourdes

Guayaquil, a los 2 días del mes de septiembre del año 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Sánchez Alvarado, Emily Michelle

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Influencia de las Redes Sociales en la Percepción de la Imagen Corporal en los Adolescentes** previo a la obtención del título de **Licenciada en Psicología Clínica**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 2 días del mes de septiembre del año 2025

Sánchez Alvarado, Emily Michelle



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

AUTORIZACIÓN

Yo, Sánchez Alvarado, Emily Michelle

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Influencia de las Redes Sociales en la Percepción de la Imagen Corporal en los Adolescentes, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 2 días del mes de septiembre del año 2025

LA AUTORA:

Sánchez Alvarado, Emily Michelle



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

INFORME DE COMPILATIO

 INFORME DE ANÁLISIS magister		
Emily.Sanchez		
0% Textos sospechosos		< 1% Similitudes (ignorado) 0% similitudes entre comillas 0% entre las fuentes mencionadas 2% Idiomas no reconocidos (ignorado)
Nombre del documento: Emily.Sanchez.docx ID del documento: 62ad6da2953e926cf8ac7b6b6aa12d3b39e2608 Tamaño del documento original: 3,3 MB	Depositante: Andrea Alejandra Moreno Naranjo Fecha de depósito: 27/8/2025 Tipo de carga: interfaz fecha de fin de análisis: 27/8/2025	Número de palabras: 29.064 Número de caracteres: 186.689

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

Influencia de las Redes Sociales en la Percepción de la Imagen Corporal en los Adolescentes

AUTORA:

Sánchez Alvarado, Emily Michelle

INFORME ELABORADO POR:

Moreno Naranjo, Andrea Alejandra

Guayaquil, a los 2 días del mes de septiembre del año 2025

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco de manera profunda a Dios, fuente de vida y fortaleza, por haberme permitido llegar hasta aquí con salud, claridad y esperanza. Sin su guía, este camino habría sido imposible de recorrer. Le agradezco por haberme dado sabiduría para poder llegar hasta este momento.

También quisiera agradecer a cada uno de los docentes y tutores, quienes, con su paciencia, conocimiento y orientación, hicieron de este proceso un espacio de aprendizaje constante. Cada consejo, observación y palabra de ánimo ha dejado huellas en mi formación personal y académica, lo que me ha permitido crecer, avanzar y aprender.

Le agradezco a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por haberme abierto sus puertas y permitirme ser parte de sus instalaciones, teniendo la oportunidad de estudiar y formarme como Psicóloga Clínica, con profesionales de alto nivel.

Les agradezco a mis amigos y compañeros, que con su compañía y apoyo hicieron de este trayecto una experiencia más ligera, enriquecedora y emocionante. Sus palabras de aliento y su presencia en los momentos de cansancio me recordaron que los logros se disfrutan más cuando se comparten.

Pero, sobre todo, quiero agradecer a mi familia, porque con su amor, paciencia y confianza me sostuvieron en cada paso que he dado, sin su apoyo no hubiera sido posible llegar hasta este momento. La compañía, el aliento, los abrazos en los momentos en los que no sabía cómo avanzar, me llenaron de fortaleza y me dieron los ánimos que necesitaba para seguir adelante. A ellos les debo no solamente este logro académico, sino también la persona en la que me estoy convirtiendo. Este logro es tan suyo como mío.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a mi familia, quienes han sido un pilar fundamental en cada etapa de mi vida. A mis padres, que con su amor incondicional, sus sacrificios y sus palabras de aliento me enseñaron que la educación es un camino de transformación y esperanza. A ellos les debo la fuerza, la constancia, la energía y los valores que me han sostenido en los momentos más difíciles de este recorrido.

Dedico también este esfuerzo a todos los adolescentes que, en silencio, luchan día a día contra la presión que traen los estereotipos y la exigencia de encajar en moldes ajenos en la actualidad, creando inseguridades y baja autoestima. Espero que este trabajo pueda servir como un aporte para visibilizar sus realidades y recordarles que la verdadera belleza se encuentra en la autenticidad y en la capacidad de ser uno mismo.

Finalmente, me lo dedico a mí, a esa yo que nunca dejó de crecer, de creer, de aprender, incluso cuando las dificultades parecían insuperables, el camino largo lleno de obstáculos. Este logro es un testimonio de que cada esfuerzo, cada desvelo y cada renuncia tienen sentido cuando se persigue un propósito con el corazón. Tengo la convicción de que todo lo está a nuestro alcance, solamente depende de cuánto estemos dispuestos a dar para poder llegar a la meta. Estoy terminando una carrera universitaria, sin embargo, este es solamente el inicio de un largo camino como profesional.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

PSIC. CL. TATIANA TORRES MGS.
DELEGADA DE DIRECCIÓN DE CARRERA

PSIC. CL. MARCIA COLMONT M, MGS
DOCENTE ESPECIALIZADO DEL ÁREA

PSIC. CL. MARÍA JOSÉ ZOLLER, MGS.
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

CALIFICACIÓN

NOTA: _____

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN _____	<i>IX</i>
ABSTRACT _____	<i>X</i>
INTRODUCCIÓN _____	2
Planteamiento del problema _____	5
Objetivos _____	6
Justificación _____	6
ANTECEDENTES _____	9
CAPÍTULO #1 _____	15
Las redes sociales _____	15
¿Qué son las redes sociales? _____	15
TikTok _____	16
Tipo de contenido publicado _____	18
Contenido de superación personal _____	19
Contenido educativo _____	20
Contenido sobre estilo de vida _____	20
CAPÍTULO # 2 _____	25
Adolescencia, Psicoanálisis y Cuerpo _____	25
Transformaciones biológicas del cuerpo en el paso de la niñez a la adolescencia _____	25
Vulnerabilidad emocional y psíquica en la adolescencia _____	26
La adolescencia como etapa heterogénea: división en subetapas _____	27
Psicoanálisis y cuerpo adolescente _____	31
La función de la mirada del Otro en la construcción de la imagen corporal _____	34
El cuerpo como objeto del deseo del Otro _____	35
Redes sociales y cuerpo: la mirada virtual _____	36
Trastornos relacionados con la imagen corporal _____	38
CAPÍTULO # 3 _____	40
Autoimagen y validación social en la adolescencia digital _____	40
El cuerpo adolescente y las redes sociales _____	40
El impacto de las redes sociales en la imagen corporal _____	43
La mirada del Otro y la construcción del yo en el entorno digital _____	45
Influencers, filtros y algoritmos: ¿quién define la belleza? _____	46
Autoimagen, autoestima y validación externa en la adolescencia digital _____	47
Redes sociales, género y cuerpo: estereotipos y presiones diferenciadas _____	50
La imagen corporal en la adolescencia: entre el deseo y la frustración _____	51
Insatisfacción e imagen corporal _____	52
Efectos psicológicos a largo plazo de la exposición a contenido idealizado _____	55
METODOLOGÍA _____	57
Enfoque _____	57
Paradigma _____	57
Método _____	57
Técnicas de recolección de información _____	57
Población y muestra _____	57
Instrumentos de medición _____	58

RESULTADOS	60
Tabulación de datos	60
Resultados de los datos	67
Análisis de resultados	68
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	75
REFERENCIAS	78
GLOSARIO	82
ANEXOS	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	60
Consentimiento de participación	60
Gráfico 2	60
Edad de los participantes	60
Gráfico 3	61
Género de los participantes	61
Gráfico 4	61
Horas de uso de las redes sociales	61
Gráfico 5	62
Frecuencia del uso de TikTok	62
Gráfico 6	62
Contenido que ven los adolescentes en TikTok con más frecuencia	62
Gráfico 7	63
Comparación con los creadores de contenido	63
Gráfico 8	63
El cuerpo después de usar las redes sociales	63
Gráfico 9	64
Cambios que han intentado hacer en el cuerpo o los hábitos	64
Gráfico 10	64
Contenido que publican en las redes sociales	64
Gráfico 11	65
Likes o comentarios positivos que reciben cuando publicas algo	65
Gráfico 12	65
Influencia en la percepción o la valoración del cuerpo	65
Gráfico 13	66
Insatisfacción corporal	66
Gráfico 14	66
Partes del cuerpo que los hace sentir insatisfechos	66
Gráfico 15	67
Creadores de contenido que admiran los adolescentes	67
Gráfico 16	86
Excel de los resultados de la encuesta	86
Gráfico 17	87
Página donde se evidencia la realización de la encuesta	87

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la influencia del uso de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en adolescentes de entre 14 y 17 años. Se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño de tipo descriptivo y transversal. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario autoaplicado en un formato digital, el cual estuvo compuesto por un total de 14 preguntas, donde 13 fueron preguntas cerradas y la última pregunta fue abierta de carácter exploratorio. Los resultados que se obtuvieron muestran que la mayoría de los adolescentes hacen uso de las redes sociales diariamente, siendo TikTok e Instagram las plataformas más frecuentes. Se identificó que un porcentaje importante de los encuestados presenta insatisfacción con alguna parte de su cuerpo, así como una marcada dependencia de la validación externa por medio de likes, comentarios y seguidores. Asimismo, el análisis cualitativo reveló la presencia de sentimientos de presión social, inseguridad y deseo de modificar la apariencia corporal para ajustarse a los modelos idealizados que son difundidos por medio de las plataformas digitales. Se concluyó que las redes sociales sí tienen un impacto directo en la construcción de la autoimagen del adolescente, reforzando los estereotipos de belleza y generando riesgos para la autoestima. Estos resultados permitieron dimensionar el alcance que tienen las plataformas digitales en los adolescentes y abren la posibilidad de implementar programas educativos y preventivos que contribuyan a un uso más crítico, reflexivo y saludable de los medios digitales.

Palabras claves: REDES SOCIALES; IMAGEN CORPORAL; ADOLESCENCIA; AUTOESTIMA; VALIDACIÓN EXTERNA; INSATISFACCIÓN CORPORAL

ABSTRACT

The present study aims to analyze the influence of social media use on body image perception in adolescents between 14 and 17 years old. It was developed under a mixed-methods approach, with a descriptive and cross-sectional design. For data collection, a self-administered digital questionnaire was used, consisting of a total of 14 questions, where 13 were closed-ended and the last one was an open-ended exploratory question. The results obtained show that the majority of adolescents use social media daily, with TikTok and Instagram being the most frequently used platforms. It was identified that a significant percentage of respondents experience dissatisfaction with some part of their body, as well as a marked dependence on external validation through likes, comments, and followers. Likewise, the qualitative analysis revealed the presence of feelings of social pressure, insecurity, and a desire to modify physical appearance to conform to the idealized standards promoted through digital platforms. It is concluded that social media does have a direct impact on the construction of adolescent self-image, reinforcing beauty stereotypes and generating risks to self-esteem. These results allowed for an understanding of the reach that digital platforms have among adolescents and open the possibility of implementing educational and preventive programs that contribute to a more critical, reflective, and healthy use of digital media.

Keywords: SOCIAL MEDIA; BODY IMAGE; ADOLESCENCE; SELF-ESTEEM; EXTERNAL VALIDATION; BODY DISSATISFACTION

INTRODUCCIÓN

La adolescencia, comprendida como una etapa de transición entre la niñez y la adultez, se caracteriza por profundos cambios físicos, emocionales y sociales. En este proceso, la construcción de la imagen corporal ocupa un lugar muy importante, puesto a que el adolescente busca consolidar una identidad que sea reconocida y validada por su entorno. La influencia de los pares, la mirada del Otro y las referencias sociales se vuelven determinantes en la forma en la que cada adolescente percibe y valora su propio cuerpo.

En este contexto, las redes sociales emergen como espacios privilegiados donde se intensifican estas dinámicas. Las plataformas digitales como TikTok e Instagram no solamente funcionan como canales de entretenimiento, sino que también cumplen la función de ser escenarios en los que los adolescentes se proyectan, se comparan y construyen su subjetividad. La lógica de los “me gusta”, los comentarios y los seguidores genera un nuevo modo de validación externa, en el que la autoestima se encuentra cada vez más condicionada por la respuesta de una audiencia masificada y anónima.

El presente estudio tiene como objetivo analizar cómo el contenido sobre los ideales de belleza publicado en la red social TikTok influye en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes de 14 a 17 años. El estudio parte de la premisa de que la exposición a los modelos corporales estandarizados y al sistema de aprobación simbólica que caracteriza a las plataformas digitales incide de gran manera en la construcción del yo. Los resultados que se obtuvieron ofrecen un panorama claro acerca de la magnitud de este fenómeno y aportan insumos para la reflexión académica, social y educativa.

El dominio institucional de la UCSG que guarda correspondencia la investigación es el Dominio 5: Educación, comunicación, arte y subjetividad, que responde a la necesidad de comprender cómo las redes sociales afectan la construcción de la identidad y la imagen corporal de los adolescentes. Este dominio se centra en el estudio de los procesos de subjetividad e identidad, esenciales para entender cómo los adolescentes internalizan los ideales estéticos promovidos en las redes sociales.

Este dominio permitirá que la investigación explore cómo las interacciones con las redes sociales influyen en la percepción corporal de los adolescentes, considerando los aspectos culturales, sociales y comunicacionales.

El concepto de subjetividad en este dominio “es la producción sistemática y permanente de significados que convierte a los sujetos en únicos e irrepetibles, a partir de su interrelación con el conocimiento, la historia y las formas de organización con que se enfrenta la realidad” (párr. 1). Esta definición es clave para entender cómo los adolescentes construyen su imagen corporal a través de la influencia de las redes sociales, en un proceso continuo de interacción y adaptación a los ideales visuales.

Con respecto al objetivo del Plan de Creación de Oportunidades de la Secretaría Nacional de Planificación que guarda correspondencia con la investigación es “Proteger a las familias, garantizar sus derechos y servicios, erradicar la pobreza y promover la inclusión social” (Secretaría Nacional de Planificación, 2021).

La investigación sobre el impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes está relacionada de forma directa con la promoción de la inclusión social. El análisis de cómo los estándares de belleza impuestos por las redes sociales afectan a los adolescentes, puede proporcionar información que sea clave para erradicar la exclusión social que experimentan aquellos que no se ajustan a los estándares. Al abordar estos temas, la investigación contribuye a crear un ambiente que sea más inclusivo, donde se promueva una percepción positiva del cuerpo, independientemente de las presiones digitales. El bienestar psicológico de los adolescentes es esencial para la cohesión social, y al proporcionar un análisis de cómo las redes sociales influyen en su autoestima, se pueden desarrollar estrategias para mejorar su integración y aceptación en la sociedad.

El objetivo del Plan de Desarrollo sostenible que guarda correspondencia con la investigación es “Salud y Bienestar”. La investigación sobre el impacto de las redes sociales en la imagen corporal y autoestima de los adolescentes está estrechamente vinculada al objetivo de “Salud y bienestar”, ya que uno de los principales efectos negativos que se busca analizar son los trastornos emocionales y psicológicos que pueden surgir por la exposición constante a ideales de belleza inalcanzables. Estos trastornos pueden afectar la salud

mental de los adolescentes, generando ansiedad, insatisfacción corporal, y en casos más graves, desórdenes alimenticios. La presente investigación contribuirá a identificar las estrategias que fomenten un entorno digital que sea más saludable y que proteja el bienestar integral de los adolescentes.

Desde el punto de vista personal, la investigación resulta esencial para poder entender cómo las redes sociales afectan a los adolescentes, siendo una etapa importante en el desarrollo de la identidad. Como joven, he sido testigo de cómo las redes sociales impactan la autoestima de mis compañeros, observando cómo las comparaciones constantes pueden ser generadores de inseguridades. Teóricamente, la investigación es relevante porque existe una creciente necesidad de comprender los mecanismos a través de los cuales los adolescentes construyen su imagen corporal en la era digital. A pesar de la abundante literatura sobre el tema, aún son limitados los estudios que aborden cómo las redes sociales afectan a esta población específica. Profesionalmente, esta investigación aporta herramientas útiles a psicólogos, sociólogos y educadores para generar programas de intervención y apoyo en instituciones educativas. Finalmente, en el ámbito social, es necesario abordar el impacto de las redes sociales sobre la autoestima de los adolescentes, ya que este fenómeno afecta el bienestar de una parte significativa de la población juvenil.

Esta investigación es necesaria para contribuir al bienestar de los adolescentes y la relación que tienen con la imagen corporal en el contexto actual de las redes sociales. A nivel social, ayudará a crear conciencia entre los padres, los educadores y las autoridades sobre los riesgos que existen y que enfrentan los adolescentes al exponerse de manera constante a las imágenes editadas y los estándares de belleza poco realistas, permitiendo tomar medidas preventivas y correctivas.

Culturalmente, ofrece una oportunidad para reflexionar sobre los ideales de belleza impuestos por los medios digitales, desafiando normas que pueden llegar a ser dañinas. Teóricamente, contribuirá a la comprensión del impacto que las redes sociales tienen sobre la autoestima, área que sigue siendo un tema abierto de discusión en la psicología social y la comunicación. Profesionalmente, los resultados de esta investigación pueden ser utilizados

por expertos en salud mental y educación para desarrollar enfoques más saludables de las redes sociales en la vida de los adolescentes.

Planteamiento del problema

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en uno de los principales medios de interacción entre los adolescentes, configurando nuevas formas de socialización y de construcción identitaria. Plataformas como TikTok e Instagram, que privilegian el componente visual, se han posicionado como espacios en los que los adolescentes no solamente consumen contenido, sino que también exponen su propia imagen y esperan obtener reconocimiento por medio de las interacciones digitales que se dan en dichas plataformas. Sin embargo, esta dinámica implica importantes riesgos para el desarrollo subjetivo. La constante exposición a ideales de belleza, como cuerpos idealizados o estilos de vida que son aparentemente perfectos, genera comparaciones inevitables, insatisfacción con la propia imagen y dependencia de la validación externa, especialmente de los otros usuarios en redes sociales.

La adolescencia es una etapa importante en la construcción del yo, en la que el cuerpo adquiere un papel primordial como soporte de identidad y medio de relación con el mundo. Cuando la percepción de dicho cuerpo se ve filtrada por los modelos irreales o estandarizados que circulan en las redes sociales, se generan tensiones entre la autoimagen real y los ideales impuestos por los medios. Esto se traduce en malestar, baja autoestima e incluso en conductas de riesgo relacionadas con la modificación corporal. Ante esta situación, aparece la necesidad de investigar cómo el uso de las redes sociales influye en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes, con el fin de comprender cómo se da esta influencia y plantear estrategias de prevención y de acompañamiento que puedan favorecer un desarrollo más equilibrado en la etapa de la adolescencia de la era digital.

Pregunta general

¿De qué manera el contenido sobre los ideales de belleza publicado en la red social TikTok influye en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes de 14 a 17 años?

Preguntas específicas

- ¿Cómo funcionan las redes sociales y qué tipo de contenido difunden, especialmente en relación con los ideales de belleza?
- ¿Cómo se construye la imagen corporal del adolescente entre 14 y 17 años desde la perspectiva del psicoanálisis?
- ¿Qué efectos tiene el contenido sobre los ideales de belleza difundido en TikTok en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes?

Objetivos

Objetivo general

Analizar cómo el contenido sobre los ideales de belleza publicado en la red social TikTok influye en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes de 14 a 17 años.

Objetivos específicos

- Describir el funcionamiento de las redes sociales y su contenido.
- Caracterizar al adolescente y la construcción de su imagen corporal desde un enfoque psicoanalítico.
- Determinar los efectos del contenido de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes.

Justificación

La pertinencia de esta investigación se sostiene en tres dimensiones fundamentales: social, académica y personal.

Desde el punto de vista social, el estudio resulta relevante porque los adolescentes son una población altamente expuesta a los efectos de las redes sociales. Al encontrarse en un momento vital de búsqueda de identidad y consolidación de la autoestima, cualquier influencia externa puede tener repercusiones profundas y duraderas. Conocer cómo las redes sociales inciden en la percepción del cuerpo permite diseñar estrategias de prevención y acompañamiento desde la familia, la escuela y la comunidad, con el objetivo de fomentar una relación más sana con la propia imagen y con el entorno digital.

En el plano académico, la investigación aporta evidencia empírica a un campo de estudio que se encuentra en expansión. La relación que existe entre las redes sociales y la imagen corporal es un tema de interés que está creciendo en disciplinas como la psicología, la educación y la comunicación. Este trabajo también contribuye con datos que no solamente describen una

realidad, sino que también abren la posibilidad de desarrollar investigaciones que se realicen a futuro y que exploren en mayor profundidad las consecuencias psicosociales de la exposición digital.

Finalmente, en el plano personal, el estudio responde a la inquietud de contribuir al bienestar de los adolescentes, brindando herramientas y reflexiones que permitan enfrentar un fenómeno que, aunque común y cotidiano, puede derivar en malestar subjetivo y conductas de riesgo. Al aportar elementos de análisis y comprensión, la investigación busca también motivar a la sociedad a promover un uso crítico, consciente y saludable de las redes sociales.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto y se enmarcó en el paradigma positivista - interpretativo, donde se combinó el análisis de las estadísticas de los datos de las preguntas cerradas y la interpretación de una pregunta abierta de carácter exploratoria, para poder comprender las percepciones que tienen los adolescentes sobre la imagen corporal. Se utilizó un método descriptivo de corte transversal, aplicando una encuesta digital, por medio de Google Forms, garantizando la confidencialidad y el consentimiento voluntario para la participación de los encuestados. Además, se consultaron fuentes primarias y secundarias confiables para la revisión bibliográfica. La población estuvo compuesta por adolescentes de entre 14 y 17 años.

Entre las limitaciones encontradas durante la realización del trabajo de investigación, se destacan la dificultad de acceder a ciertos participantes debido a las restricciones de tiempo y la disponibilidad de los mismos, motivo por el cual se decidió recurrir a la aplicación de una encuesta digital, y el hecho de que la mayoría de los participantes prefirió mantenerse en anonimato, lo que dificultó obtener información más detallada.

El presente trabajo de investigación está compuesto por tres capítulos, en los cuales se abordan temas como las redes sociales, la adolescencia, la percepción corporal y la mirada del Otro social. La importancia de tratar estos temas radica en que permite comprender cómo estos factores interactúan y afectan en la construcción de la imagen corporal en los adolescentes.

En el capítulo 1 se define qué son las redes sociales y sus tipos principales: horizontales, verticales, multimedia y de mensajería. Se explica cómo TikTok, una red multimedia basada en un algoritmo de inteligencia artificial,

personaliza el contenido para los usuarios. También se describen los principales tipos de contenido en TikTok y su impacto en la identidad y bienestar emocional de los adolescentes, especialmente en relación con la búsqueda de aceptación, la comparación social y los estándares de belleza.

En el capítulo 2, se aborda el proceso de transformación biológica que atraviesa el cuerpo en el paso de la niñez a la adolescencia, destacando los cambios físicos, hormonales y psíquicos propios de la pubertad. Estos cambios no solo modifican la imagen corporal, sino que impactan en la construcción de la identidad y en la manera en que el adolescente se percibe a sí mismo frente a la mirada del Otro, marcando así una etapa clave en la constitución subjetiva.

En el capítulo 3 se analiza cómo las redes sociales impactan en la construcción de la imagen corporal en la adolescencia, funcionando como un espejo digital que refuerza ideales de belleza inalcanzables. A través de conceptos como la teoría de la cosificación, el estadio del espejo y el deseo en el psicoanálisis se expone cómo la mirada del Otro virtual condiciona la percepción del cuerpo, generando insatisfacción, dependencia de la validación externa y conflictos con la identidad. Las plataformas digitales, mediante filtros, algoritmos e influencers, amplifican estereotipos de género y estéticos que afectan profundamente la autoestima y el bienestar emocional de los adolescentes.

ANTECEDENTES

“La importancia de antecedente radica en que nos sirve como referencia para guiarnos en el tema a tratar, nos ayuda a estabilizar la investigación por medio de bases con argumentos sólidos” (Moreno, 2017).

A nivel nacional, algunos estudios han abordado la relación que existe entre el uso de las redes sociales y la influencia que estas tienen en la imagen y la percepción corporal de los adolescentes. Si bien existen múltiples estudios en el contexto nacional, hay tres estudios que han sido seleccionados para este proyecto. Estos estudios proporcionan un panorama claro sobre cómo las plataformas digitales impactan en la autoestima de los adolescentes y en la percepción que tienen ellos de sí mismos.

Espinoza (2024), en un estudio realizado en Quito, Ecuador, titulado Relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 15 a 17 años de un colegio en la ciudad de Quito, tuvo como objetivo general establecer una relación clara entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes. En este estudio se mostró que el uso intensivo de las redes sociales puede impactar de manera negativa la autoestima de los adolescentes, ya que la constante exposición a los estándares idealizados de belleza y de vida, junto con la búsqueda de la validación por medio de likes y de comentarios, contribuye a una percepción más negativa de sí mismos.

González (2024), en su revisión sistemática titulada Autoestima y uso de redes sociales en adolescentes: Revisión Sistemática, realizada en Loja, tuvo como objetivo determinar la evidencia científica sobre la relación entre la autoestima y el uso de redes sociales en los adolescentes. Los resultados del estudio mostraron que el uso excesivo de las redes sociales estaba asociado como una disminución en la autoestima, un aumento en la inseguridad, frustración, tristeza, problemas de percepción personal, falta de autoconfianza y dependencia emocional, además de una tendencia hacia la insatisfacción corporal y el impulso de delgadez, lo cual incrementa el riesgo de desarrollar trastornos emocionales como ansiedad y depresión. Este estudio señala la relevancia de desarrollar una guía psicoeducativa de estrategias para una autoestima saludable, que tiene como objetivo fomentar a los adolescentes el uso consciente de las redes sociales y promover el desarrollo de una

autoestima positiva, proporcionando información educativa sobre los efectos que tienen las redes sociales en la autoestima.

Soria & Villegas (2024), en su estudio titulado Adicción de las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes, realizado en Ambato, tuvo como objetivo determinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la autoestima en adolescentes de la Unidad Educativa "San Luis Gonzaga". Los resultados de este estudio indicaron que existe una correlación negativa entre la obsesión por estar conectado a las redes sociales y la autoestima, mientras que, por otro lado, los factores de modificación del estado de ánimo y el uso excesivo de las redes sociales mostraron una correlación positiva con la autoestima. Los hallazgos de este estudio resaltan que la población más vulnerable para desarrollar adicción a las redes sociales son los adolescentes durante la transición entre la niñez y la vida adulta, ya que las estadísticas que fueron presentadas revelan que 167 de los 406 adolescentes que formaron parte del estudio, tienen una autoestima baja. Finalmente, este estudio destaca la importancia de abordar la adicción de las redes sociales en este grupo etario, dada su relación con los problemas emocionales y psicológicos.

Los estudios revisados coinciden en que el uso excesivo de las redes sociales está asociado con una disminución de la autoestima en los adolescentes, esto es debido a la exposición a los ideales de belleza, la búsqueda de la validación externa y la adicción digital, lo que puede generar inseguridad, insatisfacción corporal y problemas emocionales como ansiedad y depresión. Aunque difieren en la metodología, Espinoza (2024) resalta la importancia que hay en la autoaceptación y la educación crítica, mientras que González (2024) propone guías psicoeducativas para el uso consciente de las redes sociales, y Soria & Villegas (2024) evidencian la vulnerabilidad de los adolescentes de 14 a 17 años con baja autoestima y que está vinculada a la adicción a las redes sociales. Finalmente, los estudios muestran que las redes sociales influyen de manera ambivalente: pueden favorecer la socialización, pero su uso en exceso impacta de manera negativa en la autopercepción y el bienestar de los adolescentes, lo que exige intervenciones educativas y familiares que favorezcan la resiliencia y la autoestima positiva.

En el ámbito sudamericano, el estudio de los efectos de las redes sociales sobre la imagen corporal de los adolescentes ha cobrado vital importancia en

los últimos años. Pese a la diversidad cultural y social de la región, los estudios muestran patrones similares en cuanto al impacto que tienen las redes sociales en los adolescentes en la actualidad. En este sentido, hay tres investigaciones de gran relevancia que abordan este fenómeno desde distintas perspectivas, contribuyendo de manera significativa a la comprensión de los efectos que las redes sociales tienen acerca de la autoestima y de la percepción corporal de los adolescentes de Sudamérica.

Andrés (2022), en su estudio titulado Impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, Lima - 2020, realizado en Perú, tuvo como objetivo recopilar información publicada sobre el impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes desde 2015 hasta la actualidad. Este estudio tuvo como resultado que, a mayor uso de las redes sociales, mayor es la insatisfacción corporal, lo que, a su vez, conlleva a una menor autoestima. También se observó una alta relación entre la insatisfacción corporal y los comportamientos dirigidos a la reducción de peso. No obstante, no se encontró una relación significativa entre la autoestima y el uso de las redes sociales. La relevancia de este estudio radica en la situación global actual, donde se fomenta un culto excesivo a la imagen corporal, lo que aumenta la posibilidad de que la insatisfacción percibida por los adolescentes se convierta en un problema patológico.

Duno & Acosta (2019), en su estudio titulado Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios, realizado en Venezuela, tuvieron como objetivo evaluar la percepción de la imagen corporal y su relación con el estrato socioeconómico, el estado nutricional, la actividad física, la condición física y la calidad de la dieta en los adolescentes estudiantes del primer año de las carreras de Odontología y Bioanálisis de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Carabobo durante el periodo académico 2016-2018. Los hallazgos de este estudio resaltaron la importancia de poder identificar las correlaciones entre la imagen corporal, el estado nutricional y la condición física, sugiriendo que se realizaran intervenciones preventivas en la etapa universitaria para que puedan promover los hábitos saludables y una percepción positiva del cuerpo, lo que podría prevenir los trastornos de conducta alimentaria y mejorar el bienestar general de los adolescentes.

Panzitta et al. (2022-2023), en su estudio titulado Influencia del uso de las redes sociales sobre la conformidad de la imagen corporal, realizado en Argentina, tuvo como objetivo evaluar la influencia del uso de redes sociales sobre la conformidad con la imagen corporal y el propio cuerpo, en el contexto del aislamiento social preventivo debido a la pandemia de COVID-19. Los resultados de este estudio mostraron que el 34% de los encuestados expresó insatisfacción con su cuerpo, el 66% sintió culpa por excederse con la comida y el 68,1% experimentó miedo al aumento de peso en algún momento. El análisis multivariado indicó que, a medida que aumentaba la edad, disminuía la percepción de que las redes sociales influían negativamente en la imagen corporal, aunque incrementaba el deseo de seguir dietas para perder peso. Este estudio revela que el aumento en el uso de las redes sociales durante la pandemia se reflejó en un mayor grado de insatisfacción corporal.

Los estudios analizados evidencian que las redes sociales influyen de manera significativa en la construcción de la imagen corporal en adolescentes y jóvenes, aunque con efectos diversos. Mientras Andrés (2022) observa una disminución de la insatisfacción corporal sin mejoras en la autoestima, Duno & Acosta (2019) señalan la relación de la percepción corporal con factores como la nutrición, la condición física y los hábitos de vida. Por otra parte, Panzitta et al. (2022-2023) muestran que, durante la época de la pandemia, los sentimientos de insatisfacción, culpa y miedo a aumentar de peso se intensificaron. Finalmente, los hallazgos reflejaron que los efectos de las redes sociales no son homogéneos, pero tienden a generar riesgos que están asociados con la baja autoestima y los hábitos pocos saludables, lo que destaca la necesidad de implementar estrategias educativas y psicosociales que promuevan la aceptación corporal y el bienestar integral.

En el ámbito internacional, la influencia de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes también ha sido objeto de numerosos estudios. En esta revisión, se han seleccionado tres investigaciones claves que han aportado información valiosa acerca de cómo las plataformas digitales afectan la autoimagen de los adolescentes en diversos contextos globales. Estos estudios que provienen de diferentes partes del mundo ofrecen una visión integral del impacto de las redes sociales en la construcción de la identidad

corporal y de la autoestima, lo que permite una comprensión más profunda de este fenómeno a nivel mundial.

Camacho et al. (2023), en su estudio titulado *Relación entre el uso de Instagram y la Imagen Corporal de los Adolescentes*, realizado en España, tuvo como objetivo describir comportamientos relacionados con la autoimagen corporal de los adolescentes, estudiar la influencia del sexo y la edad en la autoimagen corporal y establecer relaciones entre el uso problemático de redes sociales y la (auto)imagen corporal. Los resultados que obtuvieron revelaron que el 44,2 % de los adolescentes pensaba frecuentemente acerca de su cuerpo a lo largo del día. Además, se mostró que el 50,5 % afirmaba que le daba mucha importancia a la apariencia corporal. Los resultados mostraron que dos de cada diez adolescentes invertían entre cinco y seis horas al día en Instagram, y un 5 % más de seis horas. Estos hallazgos indican que el uso de redes sociales es una de las principales actividades de ocio entre los estudiantes de Secundaria en España, lo que pone de manifiesto su influencia significativa en la satisfacción con la imagen corporal de los adolescentes.

Iglesias (2024), en su estudio titulado *La imagen corporal a través de las redes sociales*, realizado en España, tuvo como objetivo investigar el uso de las redes sociales entre adolescentes para valorar las posibles consecuencias negativas de la influencia de estas plataformas en su imagen corporal. Los resultados que se reflejaron en este estudio mostraron que, de 84 estudiantes, 47 utilizaban las redes sociales a diario y que 34 de ellos no, principalmente debido a su edad. La mayoría de los adolescentes había comparado su apariencia física con la de influencers y creía que estos promovían estándares de belleza que eran irreales. Aunque muchos de ellos rechazaban seguir estos estándares, una parte de los estudiantes sentía presión por cumplir con ellos. Esto señala la importancia de promover una imagen corporal saludable y crítica entre los adolescentes. Esta investigación ha señalado la problemática que existe actualmente y que afecta significativamente a los adolescentes, revelando puntos clave que requieren atención urgente y estratégica en el contexto de la imagen corporal y la influencia de los personajes públicos en las redes sociales.

Casanova et al. (2024), en su revisión integrativa titulada Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes: una revisión integrativa, realizada en España, tuvo como objetivo analizar la evidencia científica disponible sobre la influencia de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes. Los resultados de este estudio mostraron que existe una relación entre el uso excesivo de las redes sociales y una baja valoración de la imagen corporal entre los adolescentes. Los hallazgos indicaron que la adicción a las redes sociales está relacionada con los constructos psicológicos relevantes para la comparación social, tanto de forma positiva, como en el caso del bienestar, como negativa, en el caso del estrés.

Los estudios de Camacho et al. (2023), Iglesias (2024) y Casanova et al. (2024) evidencian que el uso intensivo de redes sociales, especialmente Instagram, influye de manera significativa en la imagen corporal adolescente. Se observa una fuerte tendencia a la comparación social con modelos idealizados, lo que genera preocupación por la apariencia, presión para cumplir estándares de belleza y baja autoestima. Aunque algunos adolescentes muestran resistencia a dichos ideales, persiste el riesgo de insatisfacción corporal y estrés. En conjunto, los hallazgos resaltan la necesidad de promover una mirada crítica hacia los contenidos digitales y fomentar la aceptación de la diversidad corporal para prevenir consecuencias negativas en la salud mental juvenil.

En conjunto, los estudios revisados muestran que el uso intensivo de las redes sociales influye de forma decisiva en la construcción de la imagen corporal y la autoestima adolescente. Aunque sus efectos no son homogéneos, predominan los riesgos asociados a la comparación con modelos idealizados, la presión por cumplir estándares de belleza y la búsqueda de validación externa, lo que puede derivar en insatisfacción corporal, baja autoestima y malestar emocional. No obstante, también se reconoce su papel como espacio de socialización, lo que refleja su carácter ambivalente. Estos hallazgos subrayan la necesidad de intervenciones educativas, familiares y comunitarias que promuevan un uso crítico de las redes, fomenten la aceptación de la diversidad corporal y fortalezcan la autoestima positiva en los adolescentes.

CAPÍTULO 1

Las redes sociales

¿Qué son las redes sociales?

“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” (Celaya, 2008).

Las redes sociales son plataformas digitales que les permiten a las personas crear, intercambiar, consumir, y compartir contenido, intereses, información, e ideas con otras personas que se encuentran en cualquier parte del mundo a través de usuarios digitales. Las redes sociales están caracterizadas por facilitar la comunicación instantánea y la interacción entre grupos de personas.

A partir de la creación de las redes sociales, especialmente de las de mensajería, sin importar la distancia entre las personas, poder contactarse con ellas, se volvió más fácil. A través de estas redes sociales, las personas pueden comunicarse unas con otras sin importar dónde se encuentren.

Existen distintos tipos de redes sociales y cada una de ellas tiene características específicas para su uso.

- **Redes horizontales:** Son aquellas plataformas de uso general que están abiertas a todo tipo de usuarios y temáticas. Dentro de este grupo, están incluidas las redes sociales conocidas como Facebook e Instagram, aquí los usuarios pueden interactuar y participar sin importar sus intereses específicos. Permiten la interacción social libre y publicación de contenido variado. Por lo general, los usuarios comparten fragmentos de su vida, viajes, familia, intereses musicales, hobbies, entre otros. En este tipo de redes, los usuarios pueden darles su toque personal a sus perfiles.
- **Redes verticales:** Este tipo de redes están dirigidas a un grupo específico de personas o temáticas, a diferencia de las redes horizontales, las redes verticales tienen un enfoque más segmentado, y por lo general, tienen un uso más profesional o especializado. En este grupo de redes, entra LinkedIn, la cual es una conocida red social diseñada para poder realizar

conexiones laborales, compartir logros profesionales, conseguir un empleo o contratar personas para un puesto en específico de trabajo.

- **Redes multimedia:** Este tipo de redes se basan en la creación y distribución de contenido audiovisual, tales como videos, imágenes o transmisiones en vivo. Hoy en día, este tipo de redes han ganado mucha popularidad entre el público de todas las edades, especialmente entre los adolescentes y los jóvenes. Un ejemplo de este tipo de redes multimedia es TikTok, donde los usuarios al crear una cuenta pueden publicar, ver y compartir videos y contenido de todo tipo. Por medio de estas plataformas, los creadores de contenido pueden alcanzar grandes audiencias e incluso pueden llegar a monetizar su contenido.
- **Redes de mensajería:** Aunque no están consideradas redes sociales como tal, la función principal que cumplen las plataformas como WhatsApp o Telegram es la comunicación privada, aunque también se ha incorporado la opción de poder crear canales o comunidades para fomentar la comunicación e intercambio de ideas o contenido con otras personas. Y, aunque no sean consideradas redes sociales, cuentan con elementos sociales que fomentan la interacción entre usuarios, como los estados que se pueden compartir, la creación de grupos, entre otras.

Las redes sociales han cambiado la manera en la que las personas se relacionan y se comunican entre sí, permitiéndoles compartir cierto tipo de información, intereses, ideas y contenido sin importar la distancia. Ya sea por medio de las redes horizontales, verticales, multimedia o de mensajería, estas plataformas han facilitado la interacción entre los usuarios de distintas partes del mundo, adaptándose a las diferentes formas de comunicación.

Dentro de estas redes sociales, hay una que ha estado ganando mucha popularidad en los últimos años, especialmente entre los adolescentes, por su formato visual, creativo y dinámico: TikTok, esta red social multimedia ha transformado la manera en la que los usuarios consumen y comparten el contenido audiovisual.

TikTok

“El contenido multimedia es una pieza informativa visual o sonora que se utiliza para comunicar un mensaje de forma que genera mayor impacto en el

recuerdo e interpretación del mensaje, por parte de la persona que lo recibe” (Ramírez, 2025).

El contenido multimedia se utiliza como un recurso para poder transmitir de manera visual y auditiva un mensaje que favorezca una mayor comprensión por parte del receptor. Por medio de este tipo de redes, se comparte contenido que tenga los siguientes elementos: audio, video e imágenes, no obstante, también puede incluir textos. En la actualidad dichas redes son muy populares entre los usuarios, especialmente entre los adolescentes, un ejemplo de ellas es TikTok.

“TikTok es propiedad de la empresa china ByteDance, que en septiembre de 2016 estrenó una aplicación llamada Douyin, y que significa -sacudir la música- en chino” (Pesantes, 2024).

Zhang Yiming es el fundador de la empresa ByteDance, la cual es la empresa matriz que se encargó de la creación de la plataforma digital de multimedia TikTok. Yiming nació en China en 1983 y hoy en día es considerado el hombre más rico de esta ciudad y se encuentra en el puesto #39 de la lista de los hombres más ricos del mundo.

En el 2017, ByteDance compró otra plataforma digital llamada Musical.ly, logrando fusionar ambas plataformas, lanzando TikTok oficialmente. En 2025, esta aplicación ha logrado destronar por poco a Facebook y es ahora la plataforma más utilizada. Aunque antes ya era una aplicación utilizada, en el 2020, la plataforma alcanzó casi un millón de descargas.

Debido a la pandemia ocurrida en el 2020, los usuarios comenzaron a utilizar mucho más la aplicación, los creadores de contenido comenzaron a aumentar y las personas que los seguían también.

TikTok funciona con un sistema de Inteligencia Artificial llamado algoritmo:

El algoritmo de TikTok es un sistema avanzado de inteligencia artificial que personaliza la experiencia del usuario en la plataforma. Funciona seleccionando y mostrando videos en la página «Para ti» de cada usuario, creando un feed único y personalizado basado en sus interacciones y preferencias. (Martín, 2025)

El algoritmo se va generando poco a poco a partir de las interacciones que tienen los usuarios en sus perfiles de la plataforma. La función del algoritmo al personalizar la experiencia del usuario en la plataforma es recopilar la

mayor cantidad de información posible acerca de los intereses del usuario por medio de likes, comentarios, tiempo de visualización, etc., para poder mostrarle el contenido que abarque dicho interés, de esta forma, el algoritmo garantiza que el usuario permanezca más tiempo dentro de la plataforma. Esto no solamente hace que el consumo del contenido aumente, sino que influye en la percepción del mundo del usuario, especialmente en los adolescentes. Entonces ahí la importancia de analizar qué tipo de contenido circula con más frecuencia dentro de TikTok.

Tipo de contenido publicado

TikTok es una plataforma digital donde se publica una gran variedad de contenido, los cuales responden a diferentes tipos de intereses y formatos, y abarcan desde el entretenimiento hasta la educación. Entre el tipo de contenido más popular, se encuentra el contenido de entretenimiento, contenido motivacional, contenido educativo y, de manera especialmente significativa, el contenido de estilo de vida.

Si bien cada tipo de contenido cumple con una función específica dentro de la plataforma es importante rescatar que su consumo, especialmente en la adolescencia, puede tener una fuerte influencia en la construcción de su identidad y de la percepción corporal.

Contenido de comedia

El contenido de comedia tiene como finalidad principal el entretenimiento del usuario. Este tipo de contenido incluye imitaciones, bromas, sketches humorísticos, sincronizaciones labiales con audios virales y retos populares. Por lo general, este tipo de videos son cortos, dinámicos y de fácil consumo. Aunque su impacto suele ser percibido como positivo, por promover la risa y la sincronización, también pueden contribuir al reforzar los estereotipos sociales físicos o de género, dependiendo de cuál sea el tipo de humor que se esté utilizando y se esté presentando durante el video. En la adolescencia, este tipo de contenido puede influir indirectamente sobre las formas de relacionarse e interpretar la realidad.

Además, el contenido de comedia en redes sociales suele emplear recursos como la exageración, el sarcasmo o la ironía, que, si bien buscan generar un efecto cómico, pueden trivializar ciertos temas sensibles o normalizar actitudes discriminatorias. En el caso de los adolescentes, que se

encuentran en una etapa de construcción de su identidad y de búsqueda de aceptación social, este tipo de humor puede influir en la manera en que perciben su propio cuerpo, su personalidad o la forma en que deben interactuar con los demás para ser “aceptados”.

Por otra parte, el consumo frecuente de este tipo de contenido puede convertirse en un espacio de evasión de las responsabilidades o las preocupaciones cotidianas, ofreciendo gratificación instantánea por medio de la risa. Sin embargo, también puede fomentar el desarrollo de las habilidades creativas e incluso pueden servir como una vía de expresión personal, cuando los adolescentes crean sus propios contenidos humorísticos para compartir con su entorno. Es por eso que el impacto del contenido de comedia depende en gran medida del tipo de mensaje que transmita y del sentido crítico con el que sea consumido.

Contenido de superación personal

En TikTok también se pueden encontrar videos donde se transmiten mensajes que están orientados a la superación personal, a la automotivación y al bienestar emocional, este tipo de contenido puede darse a conocer como el contenido motivacional y reflexivo. Estos videos suelen venir acompañados de frases inspiradoras, relatos personales o reflexiones sobre situaciones difíciles. Aunque pueden brindar apoyo emocional e incentivar el autocuidado, en ciertos casos promueven una visión reduccionista del bienestar, asociada a la meritocracia y la autoexigencia constante. En algunos adolescentes, esto puede generar sentimientos de culpa o frustración al no alcanzar los objetivos o la actitud “positiva” que se plantea como ideal.

Es por esto por lo que muchos de estos videos simplifican los problemas complejos al proponer soluciones rápidas, fáciles o generalizadas, sin considerar los contextos personales, sociales o económicos que pueden influenciar en el bienestar. Esto puede llevar a que los adolescentes internalicen la idea de que el éxito o el equilibrio emocional dependen únicamente del esfuerzo individual, dejando de lado los factores externos que también intervienen en el desarrollo y el crecimiento personal y profesional del adolescente.

Por otro lado, cuando el contenido de superación personal está bien fundamentado, puede ofrecer recursos valiosos para manejar el estrés,

fortalecer la autoestima o aprender estrategias de afrontamiento ante la adversidad. En este sentido, TikTok se convierte en un espacio donde los adolescentes pueden acceder a mensajes positivos que fomentan la resiliencia, siempre y cuando exista un sentido crítico que les permita diferenciar entre mensajes constructivos y discursos que pueden resultar contraproducentes.

Contenido educativo

El contenido educativo es otro formato que también ha ganado relevancia en la plataforma. Por medio de videos cortos, se abordan temas académicos, recomendaciones de estudio, habilidades prácticas, conceptos científicos, temas de salud mental y otros saberes aplicables a la vida cotidiana. Si bien este tipo de contenido puede representar una herramienta accesible de aprendizaje informal, no siempre es confiable, ni está garantizada la veracidad o la profundidad de la información que se comparte. Por este motivo, si no es acompañado de un pensamiento crítico, puede llevar a la desinformación o a interpretaciones erróneas.

Además, el contenido educativo en TikTok suele adaptarse a un formato dinámico y visualmente atractivo, lo que facilita la comprensión de conceptos, que pueden ser complejos, en unos pocos segundos. Esto puede resultar ser muy útil para poder despertar el interés de los adolescentes por distintas áreas del conocimiento y motivarlos a investigar más por su cuenta. No obstante, la brevedad de los videos también puede implicar una simplificación que, en ocasiones, pueden omitir matices importantes o generar una visión superficial de los temas que se están tratando.

Por otro lado, el algoritmo de la plataforma prioriza la popularidad y el entretenimiento sobre la rigurosidad académica, por lo que los creadores de contenido no siempre poseen una formación especializada en los temas expuestos. Es por esto por lo que se vuelve fundamentalmente importante que los adolescentes desarrollen las habilidades de análisis crítico y que aprendan a contrastar la información con fuentes que sean confiables.

Contenido sobre estilo de vida

El contenido de estilo de vida, también conocido como lifestyle, se ha consolidado como uno de los más consumidos por los usuarios adolescentes. Dentro de este formato, los usuarios muestran sus rutinas diarias, sus

experiencias personales, hábitos de estudio, prácticas de autocuidado, alimentación, ejercicio físico, viajes, procesos de organización personal o espacios íntimos. Algunos ejemplos característicos de este tipo de contenido son los vídeos de “Get ready with me” (GRWM), blogs de entrenamiento, recetas saludables o días documentados bajo una estética idealizada.

A diferencia de otros tipos de contenido, el estilo de vida presenta un alto grado de producción visual. Los creadores de contenido utilizan recursos como música, iluminación, planos escogidos de manera cuidadosa, edición atractiva, transiciones, narrativas que idealizan las experiencias mostradas, entre otros. Esto convierte al contenido en una representación estética de la vida cotidiana, la cual es más cercana a la ficción que a la realidad.

Dentro de estas publicaciones, la plataforma actúa como un escenario en el que se construyen y se proyectan modelos aspiracionales de cómo debería ser una vida exitosa, organizada, saludable y socialmente aceptada. Estos referentes no solamente están vinculados con el estilo de vida, sino también con el cuerpo, el rendimiento y la apariencia personal. En este contexto, los adolescentes se enfrentan a una serie de referentes normativos, entre los cuales se encuentran:

- La exposición constante de cuerpos hegemónicos.
- El uso excesivo de filtros, ediciones y retoques digitales para modificar la imagen corporal.
- La promoción de rutinas que refuerzan la productividad como valor central.
- La validación emocional que está mediada por reacciones digitales, tales como likes, visualizaciones, comentarios, seguidores, etc.
- La comparación constante con los creadores de contenido o los pares que aparentan tener la vida “perfecta”.

En este sentido, la identificación es un mecanismo central en la manera en la que los adolescentes se vinculan con el contenido que consumen en las plataformas como TikTok.

Laplanche & Pontlis (2004) definen la identificación como un “proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste.

La personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones” (pg. 184).

Esto implica que los adolescentes no solamente observan modelos de belleza o de estilo de vida en las redes sociales, sino que incorporan partes de estos modelos dentro de su propia identidad. Se identifican con influencers, cuerpos hegemónicos o estéticas específicas, y empiezan a vestirse, actuar e incluso pensar de formas que reflejan esa apropiación. El problema aparece cuando esas identificaciones se sostienen sobre ideales inalcanzables o extremadamente normativos. En lugar de promover la singularidad, este tipo de modelos tiende a homogeneizar los deseos y los comportamientos, generando una presión por pertenecer a un molde que en muchas ocasiones es falso, filtrado o editado.

Estas representaciones construyen nuevas formas de presentación del yo, donde la imagen corporal y el estilo de vida se convierten en elementos clave de la identidad digital. En el caso de los adolescentes, esta construcción se ve influenciada de gran manera por la necesidad de ser aceptados socialmente, lo que puede generar inseguridades, baja autoestima, frustración, insatisfacción corporal y en algunos casos, trastornos alimenticios como la anorexia y la bulimia o comportamientos compulsivos relacionados con el cuerpo y la productividad.

En este sentido, TikTok no funciona solamente como una plataforma de entretenimiento o expresión personal, sino también como un espacio que modela subjetividades y establece ciertos estándares que afecta de manera directa al bienestar emocional, social y corporal de los adolescentes.

Entonces, se podría decir que el uso excesivo de esta plataforma genera un impacto en la vida cotidiana de los usuarios, especialmente de los adolescentes. Si bien TikTok ofrece oportunidades para expandir la creatividad, la expresión personal, el acceso a cierta información variada, también ha dado lugar a una serie de consecuencias. Estas repercusiones no solamente se limitan a lo digital, sino que también trascienden a lo social, a lo emocional y lo subjetivo, afectando la forma en la que los adolescentes se perciben a sí mismos, se relacionan con los demás y construyen su identidad.

Consecuencias del uso de TikTok

Hoy en día, para los adolescentes, TikTok es más que una red social, se ha convertido en un espacio donde buscan pertenecer, expresarse y sentirse vistos. No obstante, detrás de todo el contenido que se puede ver publicado en dicha plataforma, pueden traer consecuencias que en muchas ocasiones pasan desapercibidas. La necesidad de encajar y de seguir los estereotipos para encontrar la aprobación de los demás, puede hacer que los adolescentes se sientan inseguros con su cuerpo, dependientes de los “me gusta” y con miedo a no ser suficientes. Lo que más adelante puede afectar su autopercepción, la forma de relacionarse con los demás y cómo se construyen como personas.

Principalmente, la problemática del uso de las redes sociales en la adolescencia es la interiorización de los estándares de belleza irreales y excluyentes que se crean en las plataformas digitales. Esta situación produce insatisfacción corporal, rechazo a la imagen propia, y en muchas ocasiones, problemas de salud mental como ansiedad, depresión o trastornos alimenticios. Asimismo, se generan situaciones como el ciberacoso y el body shaming, que afectan la estabilidad emocional de los adolescentes. La normalización de la sobreexplotación, la edición excesiva y la constante necesidad de aprobación dificultan la construcción de una identidad sólida, autónoma y auténtica.

Las redes sociales influyen de gran manera significativa en cómo los adolescentes construyen su imagen corporal, ya que están expuestos de manera constante a los modelos de belleza bien marcados, retocados y, en muchas de las veces, inalcanzables, lo que genera comparaciones, inseguridades y una presión por querer parecerse a esos cuerpos que han idealizado. Además de influir en la imagen corporal, el uso constante de las redes sociales también puede tener efectos en los distintos aspectos de la vida del adolescente. La presión por querer encajar dentro de los estándares que se muestran en estas plataformas no solo les afecta en la autoestima, sino que también pueden traer consecuencias a nivel social, familiar y corporal.

A nivel social, la búsqueda de aprobación por medio de like y de comentarios positivos pueden generar dependencia emocional y miedo a ser

rechazado por el Otro. Hoy en día, los adolescentes buscan validación externa (likes, seguidores, comentarios) para confirmar su valor corporal.

“El yo está constituido como un otro, y el otro como un alter ego” (Laplanche & Pontalis, 2004, pg. 147). Es decir, en la actualidad, muchos adolescentes dependen de la mirada del Otro para sentirse bien consigo mismos, postean fotos, bailes o videos esperando recibir me gustas, comentarios bonitos e incluso nuevos seguidores que les confirmen que valen, que son atractivos o que están bien como están. Es como si necesitaran que ese Otro les devuelva una imagen positiva de para poder crearla. En el fondo, están buscando una forma para validarse por medio de esa mirada externa (amigos, desconocidos e incluso famosos). El psicoanálisis menciona que el yo, no se forma de manera aislada, sino que se construye en relación con los otros; necesitamos vernos reflejados en ellos para saber quiénes somos. Pero cuando esa mirada está atravesada por filtros, exigencias estéticas y competencia constante, puede volverse muy dañina; en lugar de fortalecer la autoestima, hace que los adolescentes vivan pendientes de la aprobación ajena y se desconecten de lo que realmente sienten o piensan de sí mismos.

A nivel familiar, puede aparecer el aislamiento en el ámbito familiar y distancia emocional con aquellos miembros de la familia que no comparten dicha lógica digital. A nivel corporal, esto puede desencadenar en trastornos alimenticios, rutinas extremas de ejercicio e incluso rechazo al propio cuerpo. Lo que repercute en el bienestar emocional del adolescente y en la relación que tiene consigo mismo y con los demás.

Las redes sociales han modificado de manera profunda las formas en las que los adolescentes se vinculan con su cuerpo. Por medio de plataformas como TikTok, se exponen imágenes idealizadas del cuerpo que promueven estándares de belleza hegemónicos. El contenido que se publica en estas plataformas fomenta la vigilancia constante del propio cuerpo y del cuerpo ajeno también, la comparación entre pares y la validación externa como un criterio en el valor personal.

CAPÍTULO 2

Adolescencia, Psicoanálisis y Cuerpo

Transformaciones biológicas del cuerpo en el paso de la niñez a la adolescencia

Con el paso de la niñez a la adolescencia, llegan diversos cambios a nivel biológico que se presentan en el cuerpo, esto marca un antes y un después en la constitución subjetiva. Este proceso es conocido como pubertad, lo que implica una serie de cambios, que implican cambios hormonales, físicos y psíquicos, los cuales preparan al sujeto para poder enfrentarse a la vida adulta. Se trata de una etapa en la cual el cuerpo del infante comienza a desarrollarse y a adquirir características propias del cuerpo sexuado, dando lugar a una transición fundamental tanto desde el punto de vista fisiológico como desde la vivencia subjetiva del cuerpo.

La pubertad desencadena una actividad hormonal intensa que impulsa el desarrollo de los caracteres sexuales secundarios. Entre estos cambios visibles, están los más comunes que son el crecimiento del vello corporal y facial, el aumento de la masa muscular en los hombres, la redistribución del tejido graso y el desarrollo mamario en las mujeres. También se presentan cambios en la voz, en la piel y en el olor corporal, esto como resultado de la maduración de las glándulas sudoríparas. Estos cambios evidencian la emergencia de un cuerpo que ya no responde al molde de un cuerpo infantil, sino que empieza a configurarse como un cuerpo adulto.

De forma general, la pubertad se presenta en las niñas entre los 8 y los 13 años, mientras que en los varones suele comenzar entre los 9 y los 15 años. Durante esta etapa, el cuerpo cambia de forma: en los niños, los hombros se ensanchan, aumenta la musculatura y la voz adquiere un tono más grave, aunque inicialmente puede presentar quiebres e inestabilidad. En las niñas, el cuerpo adopta una forma más definida y curvilínea, se ensanchan las caderas y aparece el desarrollo mamario. Uno de los signos más importantes de la madurez sexual en las mujeres es la menarquia o primera menstruación, que indica el comienzo del ciclo reproductivo.

Estas transformaciones no sólo tienen consecuencias en el plano físico, sino también en el modo en que el sujeto se percibe a sí mismo y se relaciona

con los demás. El cuerpo, al volverse visible y diferente, se convierte en un objeto de la mirada externa, lo que genera nuevas interrogantes en torno a la identidad, el deseo y la pertenencia social. Es por ello por lo que la pubertad puede considerarse como una etapa crítica en la que la estructuración de la imagen corporal y en el proceso de la construcción subjetiva característico de la adolescencia. En este sentido:

La imagen corporal engloba las percepciones, pensamientos, actitudes y sentimientos del ser humano sobre su cuerpo, la manera en que estima su tamaño, evalúa su atractivo, las emociones asociadas con su forma y apariencia, así como las conductas dirigidas a su manejo (Santos-Morocho, 2022, p. 10).

Vulnerabilidad emocional y psíquica en la adolescencia

Cuando el cuerpo infantil inicia su transformación hacia el cuerpo adolescente, se desencadenan múltiples procesos simultáneos que afectan no solo la estructura física, sino también la experiencia emocional y psíquica del sujeto. Este cuerpo en tránsito pierde la familiaridad que había tenido durante la niñez, para convertirse en un cuerpo que exige nuevas formas de reconocimiento, tanto por parte del propio adolescente como de su entorno social. La aparición de las características sexuales secundarias, como el vello corporal, el cambio en la voz, el desarrollo mamario y redistribución de la masa corporal, implica una reorganización tanto interna como externa que puede resultar un tanto desconcertante para el adolescente.

Esta etapa es especialmente sensible y vulnerable, esto es porque el sujeto se enfrenta a un cuerpo que ya no es un niño, pero que todavía no está plenamente constituido como el de un adulto. En este intersticio, el cuerpo puede ser una fuente de incertidumbre y de conflicto, al aparecer nuevos deseos, miedos y expectativas sociales que están relacionadas con la sexualidad y la imagen personal. La mirada del Otro se vuelve especialmente importante, ya que el adolescente empieza a buscar reconocimiento y aceptación, pero también empieza a temer ser juzgado y la posibilidad de ser marginado.

Además, estos cambios biológicos, suceden en un contexto donde las capacidades cognitivas y emocionales aún se encuentran en desarrollo, lo que puede dificultar la integración armoniosa de estas transformaciones en la

propia identidad. La vulnerabilidad se manifiesta en la fluctuación emocional, la sensibilidad ante las críticas y las burlas y la tensión entre la necesidad de la autonomía y la dependencia familiar. Por ello, esta etapa requiere un acompañamiento comprensivo que permita al adolescente construir una relación positiva y sostenida con su cuerpo, facilitando así un desarrollo subjetivo saludable.

La adolescencia como etapa heterogénea: división en subetapas

La adolescencia se caracteriza por ser un momento vital en el que se suceden gran número de cambios que afectan a todos los aspectos fundamentales de una persona. Las transformaciones tienen tanta importancia que algunos autores hablan de este periodo como un segundo nacimiento. De hecho, a lo largo de estos años, se modifica nuestra estructura corporal, nuestros pensamientos, nuestra identidad y las relaciones que mantenemos con la familia y la sociedad. (Moreno, 2007, pg. 13)

La adolescencia no constituye una etapa homogénea, sino que puede dividirse en los distintos momentos que se diferencian tanto por los cambios biológicos como por los desarrollos psicológicos, emocionales y sociales que los acompañan. Esta división permite comprender con una mayor precisión los cambios que se dan en los adolescentes en el paso de la niñez a la adolescencia y a la adultez de manera progresiva. En términos generales, se reconocen tres subetapas, que se encuentran constituidas por: la adolescencia temprana, la adolescencia media y la adolescencia tardía.

Cada una de estas subetapas están caracterizadas por un ritmo particular de maduración corporal, una evolución en las capacidades cognitivas, una reorganización de los vínculos familiares y sociales, y por una construcción de la identidad personal que se hace cada vez más compleja.

Adolescencia temprana (10 a 13 años): Durante la etapa inicial de la adolescencia, el cuerpo comienza a experimentar un crecimiento acelerado, esta etapa viene acompañada de los primeros signos de la pubertad. Aparece el vello en las axilas y en la región genital, se desarrolla el busto en las niñas y aumenta el tamaño de los testículos en los niños. Por lo general este tipo de cambios aparecen primero en las niñas que en los niños, incluso pueden comenzar entre los 8 años las niñas y 9 años los niños. La menarca suele

darse cerca de los 12 años, más o menos después de dos o tres años después del inicio del desarrollo mamario. En el lado de lo cognitivo y lo emocional, predomina un pensamiento más rígido: tienden a ver el mundo en términos absolutos, todo es bueno o malo, maravilloso o terrible. Además, poseen un cierto egocentrismo, que se manifiesta en la preocupación intensa por sí mismos y la sensación de estar constantemente bajo la evaluación de los demás. Asimismo, surge una mayor necesidad de privacidad y un impulso de diferenciarse de la familia, lo que puede traducirse en pruebas de límites o reacciones intensas ante las normas parentales.

Adolescencia media (14 a 17 años): Durante estos años continúan consolidándose los cambios físicos iniciados en la pubertad. En los varones, suele producirse el “estirón”, la voz se torna más grave y puede aparecer acné, mientras que en las mujeres el desarrollo corporal se estabiliza y los ciclos menstruales se vuelven regulares. Se incrementa el interés por las relaciones afectivas y sexuales. En lo relacional, los adolescentes medianos suelen desafiar más a sus padres en su búsqueda de autonomía, disminuyendo el tiempo compartido con la familia y privilegiando los vínculos con los pares. La imagen corporal cobra gran relevancia y la presión del grupo alcanza niveles elevados. Neurológicamente, aunque el cerebro sigue madurando, los lóbulos frontales (responsables de planificar, anticipar consecuencias y controlar impulsos) no están completamente desarrollados. Es decir que, si bien tienen la capacidad para pensar de manera más abstracta y captar el conjunto de una situación, puedan ceder a decisiones impulsivas bajo el peso de emociones intensas, priorizando gratificaciones inmediatas sobre la reflexión de los riesgos.

Adolescencia tardía (18 a 21 años o más): Al final de la adolescencia, el desarrollo físico ya se ha completado, el adolescente alcanza su estatura máxima definitiva, el autocontrol y la capacidad de sopesar riesgos y beneficios mejora, reflejándose en sus decisiones, siendo más responsables y conscientes. En esta etapa suelen tener un sentido más claro de quiénes son, tienen valores y metas personales definidas, se enfocan con mayor seriedad en el futuro y establecen relaciones más estables, tanto con sus parejas como con sus amistades. A nivel familiar, empiezan a profundizar su independencia tanto en lo emocional como en la física, aunque es frecuente

que emerja un vínculo más equilibrado con los padres, quienes pasan a ser interlocutores y consejeros, más que figuras exclusivamente autoritarias.

Intereses y dinámicas sociales según las etapas de la adolescencia

Durante la adolescencia, los intereses de los jóvenes se transforman de manera notable, y estas transformaciones están estrechamente ligadas a los procesos de construcción de identidad, diferenciación del entorno familiar y búsqueda de pertenencia. Los contenidos que consumen, ya sea por medios digitales, en los libros, en las películas o por medio de la música o actividades extracurriculares, varían según la edad, el contexto sociocultural y el momento particular del desarrollo psíquico en el que se encuentren en ese momento.

En las primeras fases de la adolescencia, aproximadamente entre los 10 y los 13 años, los intereses suelen centrarse en el reconocimiento de los cambios corporales, el fortalecimiento de las amistades, el desarrollo de las habilidades personales y una creciente curiosidad por el mundo adulto. Los contenidos preferidos en este rango de edad suelen estar vinculados a series animadas o juveniles, a los videojuegos, a la música popular, a los deportes, a la comedia ligera, a la ciencia ficción o a la fantasía. Además, existe una fuerte atracción hacia las temáticas que reflejen la vida escolar, las amistades y los vínculos familiares, ya que, estos elementos funcionan como espejos identificatorios que ayudan al adolescente a comprender el entorno inmediato en el que está viviendo y sus propios procesos emocionales.

A medida que avanza la adolescencia media, aproximadamente desde los 14 hasta los 17 años, los intereses suelen volverse más complejos y un poco más profundos. En esta época, los adolescentes empiezan a explorar temas existenciales, tales como la identidad sexual, las relaciones amorosas, la justicia social, los ideales políticos o culturales y las expresiones artísticas, que, de alguna manera, reflejen sus emociones internas. Durante esta fase, la música también cobra una importancia especial, ya que se convierte en un canal de expresión afectiva y de pertenencia a ciertos grupos. Además, los contenidos relacionados con el desarrollo personal, el emprendimiento, la filosofía o incluso el humor crítico ganan espacio en esta etapa. El adolescente busca identificarse con personajes o discursos que le permitan elaborar preguntas propias y distanciarse de las figuras de autoridad tradicionales, como padres o docentes.

En la adolescencia tardía, que va desde los 18 hasta los 21 años, se observa una mayor apertura hacia contenidos más específicos y sofisticados, relacionados con proyectos de vida, vocación, carrera profesional, relaciones profundas y búsqueda de autonomía. En esta etapa se consolida el pensamiento abstracto, y, por tanto, se incrementa el interés por temas más teóricos, debates ideológicos, historia, arte, cine independiente, política o espiritualidad. También existe un retorno a intereses más íntimos y auténticos, donde los adolescentes priorizan contenidos que les permitan reflexionar sobre su identidad y futuro.

Es importante destacar que, si bien los medios digitales y las redes sociales son espacios predominantes para el consumo de contenido, los intereses adolescentes se manifiestan también en prácticas cotidianas como leer, escribir, participar en grupos juveniles, realizar actividades físicas, artísticas o sociales, y mantener vínculos afectivos significativos. La elección de contenidos no depende únicamente de la moda o del entorno en el que se encuentran, sino que responde a una necesidad subjetiva de simbolización, identificación y construcción del yo. Es por esto por lo que, comprender cuáles son los intereses de los adolescentes implica reconocer el dinamismo de esta etapa, así como la diversidad de los caminos a través de los cuales cada sujeto busca su propia voz, su imagen y su lugar en el mundo.

Entonces, los adolescentes pasan por una gran cantidad de cambios en los que su cuerpo experimenta múltiples transformaciones biológicas que marcan su desarrollo hacia la vida adulta. Sin embargo, la adolescencia no es sólo una cuestión corporal o física; implica también profundas modificaciones en la esfera psicológica, emocional y social. La constitución del cuerpo en esta etapa es importante para la formación de la identidad y la construcción subjetiva del adolescente, pues el cuerpo se convierte en un eje central alrededor del cual se articulan las experiencias del deseo, la imagen propia y la relación con el Otro. En este sentido, comprender la adolescencia exige considerar no sólo los cambios visibles del cuerpo, sino también cómo estos afectan la manera en la que el sujeto se reconoce y se posiciona a sí mismo en el mundo.

Psicoanálisis y cuerpo adolescente

La adolescencia es una etapa crucial e importante en la estructuración subjetiva, donde el cuerpo adquiere una relevancia inédita. No es solamente un cuerpo biológico que cambia por efecto de la pubertad, sino que se trata de un cuerpo que también es simbólico e imaginario, el cual está marcado por el deseo del Otro y por las significaciones que el sujeto le otorga. Desde la perspectiva psicoanalítica, la adolescencia se entiende como un tiempo de reactivación de los conflictos edípicos y de renegociación del lugar del sujeto frente a los ideales, en relación con el cuerpo.

La adolescencia es un momento importante de la transformación en la constitución subjetiva del individuo, donde el Otro social ocupa su puesto. Durante la infancia, el sujeto internaliza modelos parentales que funcionan como referentes ideales. Sin embargo, en la adolescencia, esa figura idealizada de los pares se desplaza hacia un Otro más amplio, que incluye pares, cultura y especialmente redes sociales.

Este ideal del yo constituye una base sobre la cual el sujeto organiza su autoestima y sentido de identidad. Pero, al entrar a la adolescencia, el adolescente empieza a distanciarse de este ideal parental, enfrentándose a la necesidad de buscar identificaciones nuevas que respondan a su singularidad y al entorno social que lo rodea. El deseo del adolescente no se configura de una manera autónoma, sino que se encuentra orientado hacia aquello que el Otro puede validar y desear, por lo tanto, la motivación que tienen los adolescentes por cumplir con los estándares de la actualidad emana del intento constante por ser reconocidos y aceptados por este Otro que tiene una función de un espejo social. Sin embargo, los estándares que impone ese Otro suelen llegar a ser inalcanzables, difusos y, en ocasiones, hasta contradictorios, lo que termina generando una sensación de falta y angustia profunda en el adolescente.

Esto implica que el adolescente no desea de manera independiente, más bien, su deseo está orientado hacia aquello que el Otro, ya sea un grupo social, la comunidad, otros usuarios de internet, entre otros, valida y desea. Por lo tanto, la motivación para cumplir con los estándares actuales viene del intento constante por ser reconocidos y aceptados por este Otro que funciona como un espejo social. No obstante, esta búsqueda se enfrenta a un problema

estructural: los estándares que impone el Otro son, en muchos de los casos, inalcanzables, difusos y contradictorios, lo que genera en el adolescente una sensación de falta y angustia profunda.

Esto indica que, cuando el ideal primario desaparece o se transforma, el sujeto recurre a otras identificaciones que pueden ser múltiples y a veces inestables, lo que puede generar frustración y un sentimiento de insuficiencia. En el contexto actual, las redes sociales funcionan como un espejo externo que multiplica estas identificaciones y reflejos. El adolescente forma su imagen a partir de la exposición constante a modelos idealizados, pero también a través de la evaluación pública y cuantificable (likes, seguidores). Este fenómeno amplifica la presión por ajustarse a estándares externos y contribuye a la sensación de no llegar nunca a la imagen idealizada que se propone.

“Para el psicoanálisis el cuerpo se distingue radicalmente del organismo. Se trata del cuerpo como construcción, pero no tiene nada que ver con un desarrollo madurativo ni evolutivo, sino con una construcción a partir de la incidencia del significante” (Carpinelli, 2022). Desde el psicoanálisis, especialmente lacaniano, el cuerpo no solamente es una entidad biológica, sino también una construcción simbólica. Se va construyendo a través de la mirada del Otro, y hoy en día, esta mirada está profundamente mediada por las redes sociales y el contenido que se publica en dichas plataformas.

En la adolescencia, esta relación entre cuerpo e imagen se complejiza. El ideal del yo cobra fuerza a partir de los ideales del Otro (familia, pares, sociedad) que el sujeto internaliza, y la distancia entre el yo real y ese ideal puede volverse fuente de sufrimiento. Según Lacan, el adolescente confronta la pregunta por el deseo del Otro: ¿qué quiere el Otro de mí?, ¿qué lugar ocupo en su deseo? Esta pregunta se corporiza, es decir, se hace cuerpo, pues el adolescente la inscribe y la experimenta en su propia imagen y en la manera de habitar su cuerpo. El cuerpo se convierte en el escenario donde se juegan estas demandas y expectativas, asumiendo un peso simbólico que trasciende lo meramente biológico. En este contexto se suelen identificar los fenómenos narcisistas, entendidos como la forma en que el sujeto se relaciona con su propia imagen, buscándola, admirándola o rechazándola según se aproxime o no a los ideales internalizados. Este repliegue sobre la propia

imagen, propio del narcisismo, puede llevar al adolescente a compararse constantemente con estereotipos y modelos impuestos. generando inseguridades o rechazo al propio cuerpo cuando se perciben distantes de esos ideales.

En la adolescencia, el cuerpo también es un escenario del deseo y de la mirada del Otro. Según la perspectiva lacaniana, el deseo no surge aislado, sino en el campo del deseo del Otro. Esto implica que el adolescente está fuertemente determinado por cómo cree ser visto y deseado por los demás, lo que puede potenciar la angustia ante la diferencia, la fealdad imaginaria o la expectativa de seducir.

La adolescencia está caracterizada entonces, no solamente por los cambios físicos, sino por una profunda reestructuración psíquica, en la que el cuerpo se vuelve un elemento clave para la construcción de la identidad y la subjetividad. En este proceso, el cuerpo es tanto un soporte material como un campo simbólico donde se inscriben las experiencias de deseo, angustia y reconocimiento. La presión social y cultural, en particular a través de la imagen que se difunde en los medios y redes sociales, intensifica esta dimensión simbólica del cuerpo generando en el adolescente una doble tensión entre el deseo de pertenecer y la experiencia de exclusión o insuficiencia.

El vínculo con la imagen corporal durante la adolescencia es especialmente sensible debido a que el sujeto se enfrenta a una nueva forma de mirarse a sí mismo, donde la mirada del Otro actúa como un espejo en el que puede devolver tanto admiración como rechazo. Esta dialéctica entre reconocimiento y falta puede dar lugar a fenómenos narcisistas, pero también a patologías relacionadas con la imagen corporal, como la anorexia, la bulimia o la dismorfia corporal, que reflejan las dificultades para integrar la imagen propia en un contexto social exigente y contradictorio.

Neurológicamente, la adolescencia es un período de intensa plasticidad cerebral, especialmente en el desarrollo de áreas vinculadas con el control de impulsos, la regulación emocional y la toma de decisiones. Esta inmadurez relativa contribuye a que el adolescente tenga dificultades para manejar las emociones fuertes y la presión social, lo que puede aumentar su vulnerabilidad frente a la ansiedad, la depresión y otros trastornos psíquicos.

Por último, el acompañamiento afectivo y psicoemocional en esta etapa resulta fundamental para que el adolescente pueda construir una relación sana y positiva con su cuerpo y su identidad. La comprensión de la dimensión simbólica del cuerpo y de las presiones sociales que atraviesa el adolescente permite diseñar intervenciones educativas, familiares y clínicas que promuevan la autoestima, la autonomía y la resiliencia.

La función de la mirada del Otro en la construcción de la imagen corporal

Según Lacan, la construcción del yo empieza desde el estadio del espejo, el cual es el momento en el que el niño se reconoce a sí mismo en su propia imagen y empieza a formarse una identidad que parte desde esa imagen unificada. Esta identificación con la imagen especular es un proceso importante y crucial para la constitución del cuerpo como propio, no obstante, este siempre está medido por la mirada del Otro, la cual funciona como un referente externo que está encargado de validar o de cuestionar dicha imagen. Durante la etapa de la adolescencia, este proceso se reactiva y se vuelve mucho más complejo, ya que el cuerpo del sujeto empieza a experimentar cambios significativos que alteran la imagen que tenía de sí mismo durante la infancia. El adolescente vuelve a enfrentarse a su propia imagen corporal, la cual ha cambiado y puede llegar a ser algo desconcertante, a través del filtro de la mirada del Otro. La búsqueda de reconocimiento y validación externa se intensifica, pues el adolescente necesita confirmar su identidad y pertenencia social a través de esa mirada que refleja aceptación o rechazo.

El reconocimiento social se convierte así en un espejo externo crucial donde el adolescente busca afirmación y sentido de sí mismo. En esta etapa, el grupo de pares adquiere una importancia central, pues los adolescentes se comparan constantemente con sus iguales y ajustan su imagen y comportamientos para encajar en las normas y expectativas del grupo. Esta presión social puede tener efectos duales: por un lado, puede favorecer la integración y la construcción de una imagen corporal positiva cuando el adolescente se siente aceptado; por otro, puede generar sentimientos de inseguridad, ansiedad y exclusión cuando la imagen corporal real no coincide con los estándares idealizados que el grupo impone. La mirada del Otro se convierte en una instancia que puede ya sea sostener o desestabilizar la construcción subjetiva del cuerpo.

En el contexto actual, las redes sociales cumplen un papel importante en el que actúan como espejos mediadores que amplifican la función de la mirada del Otro. Las plataformas digitales tales como Instagram, TikTok o Facebook no solamente permiten una exposición constante de la imagen corporal, sino que también instauran mecanismos de evaluación pública por medio de likes, de seguidores y de comentarios, que cuantifican y visibilizan el grado de aceptación por parte del Otro. Estos espacios virtuales, ofrecen la posibilidad de reconocimiento, también plantean desafíos inéditos para la construcción de la imagen corporal del adolescente. La constante comparación con los modelos idealizados, que muchas veces son inalcanzables y están digitalmente retocados, aumenta la vulnerabilidad emocional, potenciando el narcisismo por la búsqueda de aprobación, pero también incrementa la inseguridad y el rechazo hacia el cuerpo cuando no está ajustado dentro de esos ideales. Así, la mirada del Otro mediada por las redes sociales intensifica las tensiones internas propias de la adolescencia, generando un escenario en el que el cuerpo se convierte en un campo simbólico de deseos, ansiedades y conflictos identitarios.

En este sentido, la función de la mirada del Otro en la construcción de la imagen corporal durante la adolescencia es un proceso complejo y multifacético, en el que el adolescente se encuentra en constante negociación con su propia imagen, las expectativas sociales y las demandas de su entorno. La imagen corporal no solo es una cuestión física, sino que está profundamente inscrita en el campo simbólico y relacional, donde el reconocimiento, la aceptación o el rechazo del Otro juegan un papel central en la formación de la identidad y la subjetividad del adolescente.

El cuerpo como objeto del deseo del Otro

Durante la adolescencia, el cuerpo se transforma radicalmente y con ello, cambia la manera en la que el sujeto se vincula con él.

Deja de ser simplemente un cuerpo vivido y pasa a convertirse en un cuerpo mirado, deseado o rechazado por el Otro. El adolescente ya no se percibe solamente desde su interioridad, sino que comienza a cuestionarse a sí mismo con preguntas como: “¿qué esperan los demás de mí?, ¿cómo me ven los otros?, ¿será que soy aceptado, deseado y valorado?” Esta interrogación no es algo superficial, sino que toca el núcleo mismo del deseo y la constitución

subjetiva. En términos lacanianos, el cuerpo entra en la escena del deseo del Otro. El adolescente se ve forzado a posicionarse frente a ese deseo, o bien lo encarna, lo resiste, lo rechaza, o se adapta a él. Este Otro no es sólo el grupo familiar o los adultos que tienen un lugar significativo en la vida de los adolescentes, sino también los pares, las instituciones, los medios de comunicación y la cultura en general. A través de ellos, se transmiten ideales de feminidad, masculinidad, belleza, éxito o rendimiento que operan como coordenadas simbólicas desde las cuales el sujeto intenta orientarse.

Por eso, el cuerpo se vuelve superficie de inscripción de esos ideales. Se transforma en un objeto a mostrar, a adornar o a esconder, un territorio sobre el cual el adolescente despliega estrategias para ser amado o reconocido. El maquillaje, la moda, las posturas corporales, los gestos, incluso las modificaciones corporales como piercings o tatuajes pueden leerse como formas de responder a la demanda del Otro. A veces este proceso se vive con angustia, sobre todo cuando el sujeto siente que no alcanza, que no encaja, o que su cuerpo “falla” frente a la expectativa. En otros casos, puede vivirse como afirmación, como una forma de subjetivación, de apropiación de su lugar en el deseo del Otro.

En esta etapa, el cuerpo adolescente deja de ser solo propio y pasa a estar expuesto al deseo del Otro. El sujeto se pregunta qué quiere el Otro de él, cómo debe mostrarse o esconderse para ser aceptado. Este Otro puede ser el grupo de pares, la cultura, la familia o los medios de comunicación. Así, el cuerpo se transforma en una superficie ofrecida al Otro: se maquilla, se adorna, se modifica para responder a una expectativa. Este proceso puede ser vivido con angustia o como una forma de afirmación subjetiva, pero siempre implica una transformación del cuerpo en objeto de deseo y juicio.

Redes sociales y cuerpo: la mirada virtual

Diariamente, utilizamos las redes sociales para subir imágenes, ver las fotografías y publicaciones de otras personas, conocidas o famosas, e interactuar con ellas. A través de estas plataformas recibimos un bombardeo constante de información relacionada con el aspecto físico. Información que viene acompañada de una retroalimentación que nos “indica” qué es lo aceptado o atractivo en la sociedad. Esta retroalimentación se esconde detrás de los “likes” y comentarios que

recibimos en cada foto que subimos y que puede llevarnos a compararnos con los demás (Vélez, 2019).

Las redes sociales han establecido una nueva manera de mirar al Otro y de ser mirado. En las redes sociales, el cuerpo se transforma convirtiéndose en una imagen pública y medible, que es determinada por la cantidad de likes o comentarios que reciben en las publicaciones que hacen o en el número de seguidores que obtienen en sus cuentas. La imagen corporal se construye en función del ideal que es dictado por los algoritmos y las tendencias que nacen día a día. Esta exposición genera nuevas formas de presión, debido a que se espera que todos tengan una imagen que sea perfecta y deseable. La identidad se vuelve performativa y se pone en juego en cada publicación, intensificando el vínculo entre el cuerpo, el deseo del Otro y el ideal del yo.

En este escenario, las redes sociales están funcionando como un medio que promete colmar el deseo de ser reconocidos y aceptados, pero lo hace de forma momentánea, es decir, dicha satisfacción por ser aceptados y reconocidos se desvanece una vez que las notificaciones dejan de llegar. Cada comentario, cada me gusta y cada seguidor nuevo, actúan como pequeñas dosis de validación externa que refuerzan la conducta de mostrarse y ajustarse al ideal estético vigente. No obstante, esta satisfacción no dura mucho tiempo, ya que es solamente momentánea y pronto se ve reemplazada por la necesidad de generar un nuevo contenido que mantenga la atención de ese Otro social en ellos. De este modo, la lógica algorítmica no solamente dicta qué cuerpos son visibles, sino también el ritmo constante e insaciable de producción de una imagen que debe reinventarse para seguir siendo deseada.

Este ciclo perpetuo de exposición y búsqueda de aprobación alimenta una relación ambivalente con la propia imagen corporal: por un lado, otorga la ilusión de control sobre cómo se quiere ser percibido; por otro, somete a la persona a una dependencia emocional respecto a la respuesta del público. La promesa de las redes es seductora porque ofrece, al alcance de un clic, aquello que tanto anhela el sujeto: ser visto, ser validado y ser deseado. Pero, al igual que una imagen que se desliza en un feed interminable, esa sensación se desvanece rápidamente, dejando tras de sí el eco de una carencia que impulsa a repetir el ciclo.

Trastornos relacionados con la imagen corporal

Cuando la distancia entre el cuerpo real y el cuerpo idealizado en las redes sociales se convierte en algo insostenible, pueden aparecer ciertas manifestaciones sintomáticas en el plano corporal. Dichas manifestaciones, no deben ser reducidas a un simple problema de autoestima o de apariencia, sino que deben ser comprendidas como síntomas que expresan un conflicto estructural entre el deseo, el goce y la imagen.

“La percepción errónea de la imagen corporal es común en la población general y también es un componente central de varias enfermedades graves, como el trastorno dismórfico corporal, la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa” (Seyed, Ranjit, 2023).

La dismorfia corporal, por ejemplo, implica una distorsión en la percepción del cuerpo, donde el sujeto se ve de forma deformada o defectuosa, incluso cuando no hay una alteración objetiva visible. En este caso, el problema no es el cuerpo en sí, sino la forma en que está investido libidinal y simbólicamente. Desde el psicoanálisis, se comprende que hay un desencuentro estructural con la imagen y con el lugar que esta ocupa en el deseo del Otro.

Por su parte, los trastornos de la conducta alimentaria (como la anorexia o la bulimia) también revelan una relación conflictiva con el cuerpo. En la anorexia, por ejemplo, el sujeto se niega a comer como forma de controlar su cuerpo, de afirmar un dominio sobre él, incluso hasta el punto de su desaparición. Lacan señala que, en estos casos, el cuerpo no es vivido como soporte del deseo, sino como un objeto que debe ser regulado, purificado o negado. Es una forma extrema de respuesta al malestar que provoca el ingreso del sujeto en la lógica del deseo del Otro.

“Una imagen corporal negativa se caracteriza por una insatisfacción con el cuerpo o con partes del mismo, preocupación por la apariencia y conductas como mirarse frecuentemente al espejo, pesarse o evitar situaciones públicas” (Seyed & Ranjit, 2023).

En otros casos, la autoagresión o el cutting pueden aparecer como intentos de dar cuenta de una tensión que no encuentra palabras. El dolor físico se convierte en una vía para localizar el malestar psíquico, para “hacer hablar” un cuerpo que no encuentra otra manera de decir. Estas conductas, aunque

autodestructivas, son también formas de subjetivación, de inscripción de una marca allí donde el lenguaje falla.

La tensión constante entre el cuerpo real y el ideal puede derivar en patologías como la dismorfia corporal, los trastornos alimentarios o la autoagresión. El cuerpo puede llegar a volverse un objeto odiado, rechazado o controlado con extrema rigidez. Las prácticas como el cutting, las dietas extremas, o las modificaciones corporales como las operaciones estéticas, son intentos de gestionar un malestar que no encuentra otra vía de expresión. Estas acciones pueden leerse como síntomas, es decir, como soluciones subjetivas frente al conflicto entre el deseo, la imagen y la significación. Desde el psicoanálisis, se comprende que estas conductas expresan un intento de apropiarse del cuerpo, y de hacerlo hablar cuando las palabras no alcanzan.

CAPÍTULO 3

Autoimagen y validación social en la adolescencia digital

El cuerpo adolescente y las redes sociales

Desde edades tempranas, especialmente en las mujeres, su cuerpo es observado, comentado y evaluado por los demás, de ello habla la teoría de la cosificación que se refiere a valorar a una persona como un objeto, atendiendo a su cuerpo y fijándose en su atractivo físico y sexual, en lugar de otras características de la persona. (Jiménez, 2021)

La teoría de la cosificación expone cómo, desde edades tempranas, y con mayor intensidad en las mujeres, el cuerpo es objeto de observación, comentario y evaluación, privilegiando su atractivo físico sobre otras cualidades. Esta dinámica fomenta una autoevaluación constante mediada por la mirada ajena, lo que lleva a que la valoración personal dependa de estándares impuestos socialmente. En la actualidad, las redes sociales intensifican este proceso al convertirse en un escenario permanente de exposición y comparación con cuerpos idealizados, generando un impacto profundo en la percepción y valoración del propio cuerpo, así como en la configuración de la identidad.

El contenido publicado en las redes sociales funciona como un nuevo “espejo” en el que los adolescentes se ven a sí mismos, pero también son vistos por los demás. Se produce una identificación con los cuerpos idealizados, y con el estereotipo de belleza creado por la sociedad dentro de las redes sociales, que muchas veces generan una escisión entre el cuerpo real y el cuerpo deseado, afectando la construcción subjetiva y la imagen del yo. Las redes sociales funcionan como un espejo virtual, donde el adolescente se identifica con imágenes idealizadas. Desde el psicoanálisis, esto se conoce como “Estadio del espejo”, la cual es una fase fundamental en la constitución del yo.

La fase del espejo constituiría la matriz y el esbozo de lo que será el yo. [...]

El niño percibe, en la imagen del semejante o en su propia imagen especular, una forma (Gestalt) en la cual anticipa [...] una unidad corporal que objetivamente le falta: se identifica con esta imagen. Esta experiencia primordial se encuentra en la base del carácter imaginario del yo,

constituido en principio como 'yo ideal' y 'matriz de las identificaciones secundarias'. (Laplanche & Pontalis, 2004, pg. 147)

Dentro de los planteamientos teóricos del psicoanálisis, el estadio del espejo nos dice que el yo se constituye a partir de una imagen externa, que el niño reconoce como propia, aunque aún no se corresponda con su experiencia corporal real. Esta identificación anticipada con una unidad imaginaria da lugar al "yo ideal", que será la base de futuras identificaciones.

Entonces, si comparamos el concepto del estadio del espejo con la influencia de las redes sociales en la construcción corporal de los adolescentes, podríamos decir que estas plataformas cumplen con la función de ese espejo primordial: proyectan imágenes idealizadas con las que los adolescentes tienden a identificarse, reforzando una imagen del yo basada en la apariencia y en la aprobación del otro. Así, las redes sociales no solamente actúan como un reflejo, sino que también moldean la forma en que los adolescentes se ven, se desean y se valoran.

Los cuerpos "perfectos" que se ven en TikTok se convierten en un tipo de modelo al que muchos adolescentes sienten que deberían parecerse. A medida que vamos creciendo, vamos formando una idea de cómo deberíamos ser de grandes, influenciados por lo que vemos en casa y en la escuela, y ahora, en internet. Esa imagen ideal que cada uno construye de sí mismo, y que no siempre tiene que ver con lo que realmente somos o podemos ser, nos lleva a compararnos constantemente. El problema es que, cuando ese ideal está basado en estándares irreales, como en cuerpos operados o vidas que aparentan felicidad siempre, se genera una sensación constante de inferioridad, y de no estar a la altura de lo que busca la sociedad hoy en día. Esa distancia entre lo que uno es y lo que "debería de ser" según las redes sociales, puede llegar a causar frustración, inseguridad y malestar emocional.

Las redes sociales inciden en la forma en la que los adolescentes perciben su cuerpo y el deseo de querer cambiarlo para poder coincidir con los ideales visuales dominantes, produciendo de esa manera una insatisfacción corporal, sensación de desajuste con el propio cuerpo, la necesidad de encajar en los moldes estéticos y una dependencia de reconocimiento externo para la construcción de la autoestima.

Desde la perspectiva psicoanalítica, esta dinámica tiene una relación con la falta estructural del sujeto, que se sostiene en el deseo del Otro. En este contexto, los adolescentes no buscan tener un cuerpo que sea solamente saludable o que sea funcional, sino que buscan tener el cuerpo deseado por otros, el cuerpo que reciba la mirada y los halagos del Otro.

Las plataformas digitales ejercen una fuerte influencia sobre la forma en la que los adolescentes construyen la percepción de su cuerpo. En este contexto, se promueve la constante vigilancia corporal, donde los adolescentes aprenden a observarse desde una mirada externa, como si su cuerpo fuera un objeto que está destinado a ser juzgado. Esta exposición constante a las plataformas digitales genera una relación distorsionada con la imagen propia, donde el deseo se encuentra en condición de lo que el Otro (la sociedad, los seguidores, los influencers, los creadores de contenido) valora como deseable: un cuerpo perfecto y una estética hegemónica, dificultando de esta forma la aceptación corporal y, en consecuencia, experimentando sentimientos de frustración, vergüenza, e incluso rechazo al propio cuerpo.

Desde la perspectiva psicoanalítica, el deseo puede entenderse como una manifestación estructural de la falta y del ideal inalcanzable que articula la subjetividad. Este fenómeno se puede entender como la manifestación de la lógica de la falta y del ideal inalcanzable, que constituye el núcleo del deseo, el cual es un deseo que nunca se satisface de manera plena y deja al sujeto atrapado en la búsqueda de validación, ya que este es un deseo que se encuentra orientado por los ideales ajenos.

El deseo de tener “el cuerpo ideal” nunca se colma, lo que genera frustración e insatisfacción. Desde el psicoanálisis, el deseo es una moción psíquica que surge de una falta estructural, ligada a las primeras experiencias de satisfacción del sujeto.

El deseo inconsciente tiende a realizarse restableciendo [...] los signos ligados a las primeras experiencias de satisfacción [...] se produce [...] una moción psíquica dirigida a recargar la imagen mnémica de dicha percepción [...]: tal moción es la que nosotros llamamos deseo. (Laplanche & Pontalis, 2004, pg. 96)

En este sentido, el deseo no apunta únicamente a un objeto en sí (tener un cuerpo ideal), sino al tipo de satisfacción imaginaria que creemos que ese

cuerpo puede traernos, como aceptación, felicidad o reconocimiento. En las redes sociales, especialmente en TikTok, se promueven constantemente imágenes de cuerpos “perfectos” y vidas plenas, que funcionan como representaciones de ese deseo de completud.

No obstante, al tratarse de estándares que en muchas ocasiones son inalcanzables, editados o ficticios, el deseo nunca se colma, sino que genera un circuito de búsqueda permanente, donde la promesa de felicidad está siempre un paso más allá. Al desear coincidir con esos modelos, los adolescentes se enfrentan a una sensación de falta, insuficiencia e insatisfacción, lo que puede desembocar en frustración, baja autoestima y trastornos relacionados con la imagen corporal.

De esta manera, el deseo deja de ser el motor de subjetividad para transformarse en una trampa estructural: el adolescente desea lo que el Otro valora, lo que “debería ser”, y al no lograrlo, se experimenta a sí mismo como un ser incompleto o fallido. El cuerpo deja de ser vivido como propio para convertirse en un proyecto que debe ser corregido, moldeado y mejorado.

“El deseo del hombre es el deseo del Otro” (Lacan, 1964), con esto Lacan quiere señalar que el deseo no es autónomo, es decir, que se constituye en relación con lo que el Otro desea, espera o simboliza. En este contexto, el sujeto no desea un objeto específico en sí, sino que busca el reconocimiento que supone el deseo del Otro. Esta estructura genera constante tensión, ya que el objeto de deseo no es algo que pueda ser poseído de manera plena.

El impacto de las redes sociales en la imagen corporal

El impacto que tienen las redes sociales hoy en día en la imagen corporal de los adolescentes se ha convertido en un tema central de estudio, esto es debido a sus importantes consecuencias emocionales y psicológicas. Diversas investigaciones han demostrado que el uso intensivo de plataformas como TikTok, Instagram, Snapchat y otras redes sociales visuales contribuye a aumentar la insatisfacción corporal y problemas asociados en los jóvenes.

Durante la investigación realizada para este trabajo, en el año 2025, se encontró una encuesta realizada por la Royal Society of Public Health en Gran Bretaña reveló que redes sociales como Snapchat, Facebook, Twitter e Instagram incrementan sentimientos de depresión, ansiedad, mala imagen corporal y soledad en jóvenes de entre 14 y 24 años. Estos efectos negativos

se encuentran relacionados con la exposición constante a contenidos que idealizan ciertos estándares de belleza, lo que puede llevar a la constante comparación social y a la autocrítica.

Además, el tiempo que le dedican los adolescentes a estar conectados a estas plataformas digitales es considerablemente alto. Según un estudio hecho por la Universidad de Ciencias Aplicadas de Cataluña (UOC), junto con la Universidad Pompeu Fabra (UPF) realizado el año en el 2024, uno de cada cinco jóvenes españoles pasa más de dos horas diarias en TikTok, lo que supera por mucho el límite recomendado para evitar riesgos en la salud mental. Este uso prolongado amplifica la posibilidad de poder enfrentarse a las imágenes y a los mensajes que refuerzan los ideales poco realistas acerca del cuerpo y de la apariencia.

Un factor clave que potencia esta problemática es el uso generalizado de filtros y retoques digitales en las fotos y videos que se publican. Según un estudio realizado por Dove en el año 2025, el 23% de las niñas y adolescentes que tienen entre 10 y 17 años reporta que no se ven lo suficientemente bien sin editar sus fotos, y el 69% de ellas, intenta modificar y esconder al menos una parte de su cuerpo al tomarse fotos para las redes sociales. Esta práctica refleja una presión constante por ajustarse a imágenes idealizadas, lo que genera un desajuste entre la autoimagen real y la proyectada, alimentando un círculo vicioso de insatisfacción y ansiedad corporal.

La relación entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal tiene además implicaciones clínicas. Diversos estudios han encontrado que la baja valoración de la imagen corporal derivada del consumo desmedido de estas plataformas constituye un factor de riesgo significativo para el desarrollo de trastornos alimenticios y otros problemas de salud mental en la adolescencia.

En conjunto, estas estadísticas y los hallazgos evidencian cómo la omnipresencia de las redes sociales visuales, junto con la cultura de una constante comparación y la manipulación digital de las imágenes que se publican y se ven en las redes sociales, generan en los adolescentes una experiencia subjetiva de frustración y de deseo insatisfecho. Esto señala la importancia de promover intervenciones educativas y preventivas que fomenten tanto el pensamiento crítico como la resiliencia emocional y una

valoración del cuerpo más auténtica y menos dependiente de los estándares impuestos por estas plataformas digitales.

La mirada del Otro y la construcción del yo en el entorno digital

La construcción del yo en la era digital se ve intensamente afectada por la función del Otro, que en ese contexto se encarna en una mirada constante, difusa y masificada que proviene de estas plataformas digitales. Lacan define al Otro como una instancia simbólica desde la cual la estructura del lenguaje, el deseo y la ley, no se trata de un individuo en concreto, sino del lugar desde el que el sujeto es hablado y deseado. En el entorno digital, el Otro se manifiesta en forma de seguidores, algoritmos, comentarios y “likes”, que moldean lo que se considera deseable, bello o aceptable. Así, el deseo del sujeto queda subordinado al deseo que percibe en esa mirada del Otro digital.

Este fenómeno es particularmente relevante en la adolescencia, momento en que el yo aún está en proceso de estructuración y consolidación. Lacan ubica en el estadio del espejo la primera identificación del sujeto con una imagen unificada de sí mismo, pero advierte que esta imagen es ajena, externa y genera una forma de alienación. En la actualidad, esa imagen reflejada se ha trasladado a las pantallas. Las selfies, los filtros y las publicaciones crean un yo digital que busca ser visto y validado de alguna forma. La imagen corporal ya no solamente se experimenta de manera interna, sino que pasa a ser mostrada, compartida y evaluada por un Otro de manera constante. El yo, en lugar de establecerse de una manera sólida, se convierte en una construcción que es frágil y dependiente de la aprobación externa, lo que puede generar una desconexión entre el cuerpo vivido y el cuerpo expuesto.

Según Lacan, el yo no es una entidad auténtica ni coherente, sino que se trata de una ficción imaginaria que se sostiene a través de las identificaciones con las imágenes externas. Hoy en día, los adolescentes construyen su autoimagen en función de los ideales que perciben como validados por el Otro virtual. La validación se convierte en el eje estructurante del yo, lo que puede llevar a una pérdida de consistencia subjetiva.

La mirada del Otro digital no sólo da forma al deseo, sino que funciona como una especie de vigilancia simbólica. Esta alineación digital refuerza la

dependencia del sujeto a una mirada externa que no cesa, y que, lejos de poder afianzar a su identidad, puede desdibujarla y fragmentarla mucho más.

Influencers, filtros y algoritmos: ¿quién define la belleza?

En la era digital, donde los filtros, los retoques y las aplicaciones como FaceApp o Facetune distorsionan la imagen corporal, promoviendo los estándares de belleza inalcanzables y homogéneos que muchos adolescentes asumen como ideales. Estas aplicaciones permiten modificar rasgos faciales, suavizar la piel o adelgazar los cuerpos, lo que crea una brecha cada vez mayor entre el cuerpo real y el cuerpo digital, generando un impacto negativo en la autoestima y en la percepción corporal, que, a su vez, genera insatisfacción y distorsión de la imagen del yo.

Actualmente, en la era digital actual, los algoritmos ejercen una influencia directa en la forma en la que los cuerpos son exhibidos, evaluados y valorados. La visibilidad está determinada por normas que favorecen ciertos tipos de contenido, especialmente aquellos que muestran cuerpos alineados con el ideal estético predominante.

“Los influencers son la corporeidad de las normas de las distintas empresas tecnológicas. Son los siervos de los algoritmos” (Plaza, 2021). Esta afirmación revela cómo la presión por ajustarse a los estándares impuestos por el medio no sólo afecta la producción de contenido, sino también la percepción subjetiva del cuerpo y el deseo de validación externa.

Los algoritmos no son neutrales, sino que priorizan el contenido que responde a ciertos cánones estéticos. Un estudio realizado por la Red Europea de Periodismo de Datos y AlgorithmWatch reveló que, aunque solo una quinta parte de las imágenes en Instagram muestran a personas en traje de baño o en ropa interior, estas publicaciones son más frecuentes, especialmente en las mujeres quienes tienen un 54% más de probabilidades de aparecer en estas imágenes. Este sesgo algorítmico lleva un mensaje claro a las adolescentes: “desnúdate o falla” (Pérez, 2020), fomentando una presión constante para mostrar el cuerpo de una manera específica.

Los influencers son vistos como los nuevos modelos de identificación para los adolescentes. Aunque se presentan como figuras auténticas, sus publicaciones y sus estilos de vida están cuidadosamente editados y estudiados para generar deseo e identificación. Esta autenticidad “estudiada”

alimenta los ideales muchas veces inalcanzables y fomenta la insatisfacción corporal, ya que los adolescentes tienden a compararse con esos modelos artificiales y a depender de la validación externa.

La relación con estas plataformas varía según la red social. Por ejemplo, Instagram genera una presión estética considerable, donde los jóvenes planifican cuidadosamente qué publicar y cuándo, buscando maximizar “me gusta” y validación social. En contraste, TikTok ofrece una imagen de espontaneidad y naturalidad, aunque con una “autenticidad entre comillas”, pues los videos suelen grabarse y editarse varias veces antes de publicarse. Esta diferencia responde a las funciones y audiencias de cada plataforma digital, por ejemplo, Instagram se encuentra más ligada a una mirada que es más crítica y socialmente diversa, mientras que TikTok se presenta como un espacio más relajado y menos fiscalizador, lo que puede influir en la forma en la que los usuarios construyen su identidad.

La presión por cumplir con un ideal corporal impuesto por algoritmos y reforzado por influencers impacta la autoestima, y puede provocar inseguridades y ansiedad. Algunos adolescentes tratan de contrarrestar esta presión creando cuentas privadas, eliminando seguidores o haciendo uso solamente de plataformas con menores exigencias estéticas, pero muchos siguen atrapados persiguiendo una validación externa constante.

Los filtros, los algoritmos y los influencers configuran un ecosistema digital donde la belleza se redefine de manera constante según los cánones inalcanzables, imponiendo una presión estética que impacta de manera profunda en la construcción de la autoimagen y de la identidad de los adolescentes.

Autoimagen, autoestima y validación externa en la adolescencia digital

El uso de las redes sociales es generalizado y crece rápidamente en todo el mundo, especialmente entre adolescentes y jóvenes, sobre todo mujeres, un grupo demográfico en el que la insatisfacción corporal es particularmente frecuente.

La teoría de la comparación social plantea que las personas evalúan su progreso y situación mediante comparaciones con los otros, especialmente en la ausencia de estándares que sean objetivos. En este contexto, la insatisfacción corporal puede darse cuando los adolescentes comparan

repetidamente su apariencia con la de las otras personas, aumentando de esta forma sus niveles de malestar. Las plataformas sociales ofrecen un medio constante para este tipo de comparaciones, pues se suben millones de imágenes y de perfiles que facilitan la comparación social relacionada con la apariencia.

Las investigaciones han demostrado que la exposición prolongada a imágenes idealizadas ya sea en medios tradicionales o digitales, se asocia con una mayor insatisfacción corporal y estados de ánimo negativos. Las redes sociales, han desplazado en popularidad a los medios impresos, convirtiéndose en el principal espacio donde los adolescentes consumen contenido relacionado con la imagen y la identidad.

La pequeña ventaja de las redes sociales sobre los medios impresos surgió después de años de constantes descensos en la circulación de periódicos y modestos aumentos en la proporción de estadounidenses que usan las redes sociales, según una encuesta del Pew Research Center realizada a principios de este año. (Shearer, 2018)

Las plataformas digitales brindan la posibilidad a los usuarios de crear y mostrar versiones idealizadas de sí mismos a través de la edición de fotos y el control meticuloso de su autopresentación, lo que genera presión para mantener una imagen perfecta. Esta dinámica, sumada a la constante observación de los perfiles de otros, intensifica la comparación social, lo que puede afectar negativamente la autoevaluación y el bienestar general.

Estudios correlacionales muestran que quienes usan redes sociales con mayor frecuencia presentan más preocupaciones sobre su imagen corporal y que un mal uso de las mismas, se asocia con un aumento de la insatisfacción corporal y conductas relacionadas.

Además de afectar la imagen corporal, el excesivo uso de las redes sociales también está vinculado a los síntomas clínicos que están asociados con los trastornos del estado de ánimo y de personalidad, entre los que se encuentran la depresión, los trastornos bipolares, los trastornos narcisistas, histriónicos y paranoides. Los factores como la ansiedad tecnológica aumentan la vulnerabilidad a este tipo de trastornos, sugiriendo que la sobrecarga digital y la fragmentación atencional contribuyen al malestar psicológico.

La ansiedad como consecuencia del abuso de la tecnología es un tema que ha cobrado relevancia en los últimos años [...]. A pesar de los avances que la tecnología ha traído [...], también ha planteado nuevos desafíos para nuestra salud mental. Uno de los efectos más preocupantes es el incremento de la ansiedad, que muchos investigadores vinculan directamente con el uso excesivo de dispositivos móviles, redes sociales y otros medios digitales. (Adamed TV, 2024)

La exposición a las imágenes de los pares que reflejan los ideales de belleza o apariencia favorece comparaciones más frecuentes y cercanas, lo que puede resultar en una mayor insatisfacción corporal. En las redes sociales, las comparaciones no solamente se centran en el cuerpo, sino que también en aspectos faciales, en la piel y en el cabello, que son componentes importantes de la autoimagen y de la atracción.

Un aspecto importante es que no todas las personas son afectadas de una misma manera por su exposición a las redes sociales, hay quienes tienen una mayor tendencia a compararse con otros respecto a su apariencia, y son ellos quienes suelen experimentar un mayor impacto negativo. Esta variable actúa como un factor moderador de la relación entre el consumo de contenido digital y la insatisfacción corporal o el malestar emocional.

En la adolescencia digital, la construcción del ideal del yo está estrechamente ligada a la dinámica de la autoimagen y a la autoestima, configurándose en un contexto donde la validación externa, por medio de likes, comentarios, visualizaciones y seguidores, adquiere un papel central. Esta dependencia de la aprobación del Otro virtual genera una autoestima frágil, y promueve la búsqueda constante de validación generando sentimientos de inseguridad y ansiedad cuando esta falta.

Este escenario favorece un desajuste entre la autoimagen real del adolescente y de la imagen que desea proyectar, reforzando la insatisfacción y afectando de manera negativa a la salud mental. La comparación social en las plataformas digitales incrementa la percepción de la insuficiencia corporal y puede potenciar trastornos relacionados con la imagen corporal, como la dismorfia o trastornos alimenticios como anorexia o bulimia.

Asimismo, la relación con la validación externa puede conducir a ciertas conductas compulsivas de publicación y revisión constante de contenido,

perpetuando un ciclo de dependencia emocional hacia la aprobación del Otro digital.

Redes sociales, género y cuerpo: estereotipos y presiones diferenciadas

Las redes sociales actúan como un medio en el cual se reproducen y se amplifican los estereotipos de género en relación con la apariencia física, ejerciendo presiones específicas y diferenciadas sobre las adolescentes y los adolescentes.

Por un lado, las adolescentes suelen enfrentarse a una presión intensa para ajustarse a los estándares de belleza que están basados en la delgadez, la juventud y en una apariencia pulida y perfecta. La comparación social entre las adolescentes suele enfocarse en el aspecto físico como el rostro, la piel y la figura, lo que favorece la internalización de estándares e ideales corporales inalcanzables.

Por otra parte, los adolescentes en cambio experimentan presiones relacionadas con la musculatura, la fuerza física y la imagen corporal que denote cierto poder y viralidad. La cultura de un cuerpo fuerte puede llevar a conductas como el sobreentrenamiento, el uso de suplementos o sustancias para aumentar la masa muscular y una preocupación constante por la apariencia física de una masculinidad hegemónica.

La hipersexualización del cuerpo femenino es uno de los fenómenos que se hace más evidente en las redes sociales, donde cierto tipo de contenido en conjunto con la presión por la acumulación de likes y seguidores incentivan la exposición del cuerpo de manera sexualizada. Esta hipersexualización también contribuye a que las chicas internalicen la idea de que su valor social depende de la aceptación de su cuerpo según los parámetros eróticos o visuales, dejando de lado los otros aspectos de su identidad. La sobreexposición a estos mensajes puede potenciar trastornos alimenticios, baja autoestima y problemas de autopercepción corporal.

Para los chicos, la presión en redes sociales gira en torno a alcanzar un ideal corporal vinculado a la fuerza, la musculatura y una apariencia atlética, asociada con los estereotipos asociados al poder, a la confianza y al éxito con una determinada apariencia física. Las imágenes de los influencers, deportistas y modelos masculinos ejercen presión sobre los adolescentes

para imitar las características musculosas, lo que puede desencadenar en comportamientos peligrosos.

Estas expectativas, aunque están diferenciadas por género, tienen algo en común, el hecho de reducir el valor del sujeto a su apariencia, lo que genera insatisfacción cuando la realidad corporal no coincide con ese ideal y con las expectativas que esperan cumplir.

Estudios realizados recientemente evidencian que los adolescentes se enfrentan a una mayor presión emocional que es derivada del uso excesivo de las redes sociales. Según una encuesta que fue realizada por Pew Research Center (2025), el 45% de los adolescentes reconocen que pasan demasiado tiempo en las redes sociales, lo que representa un aumento con relación al 36% reportado en el 2022. Los adolescentes, en particular, informan experiencias más negativas, un 25% considera que las redes sociales afectan de manera negativa su salud mental, mientras que un 20% señala un impacto en su confianza y un 50% reconoce que interfieren con el sueño, esto en comparación con un 14%, 10% y 40% respectivamente en los adolescentes. A pesar de esto, la mayoría valora estos espacios como oportunidades para la conexión y la autoexpresión: el 74 % afirma sentirse más conectado con sus amistades y el 63 % encuentra en ellas un lugar para mostrar su creatividad. No obstante, estas plataformas también se han convertido en una fuente frecuente de información sobre salud mental para los adolescentes, con un 34 % que declara recurrir a ellas al menos ocasionalmente para este fin. Estas cifras revelan una doble dimensión del entorno digital: como espacio de construcción subjetiva, pero también de exposición constante a ideales difíciles de alcanzar, especialmente en una etapa tan vulnerable como la adolescencia.

Las redes sociales no son plataformas imparciales en cuanto al género, en cambio, refuerzan y amplifican estereotipos que obligan a cada grupo a ajustarse a ideales corporales específicos, a menudo irreales y perjudiciales.

La imagen corporal en la adolescencia: entre el deseo y la frustración

Durante la adolescencia, la imagen corporal se constituye como un espacio fundamental donde se entrelazan el deseo, la falta y el ideal del yo, elementos que dan forma a la subjetividad en esta fase importante de la vida. El deseo, visto como una fuerza constante e insaciable, se orienta hacia la búsqueda

continua de un cuerpo que cumpla con las expectativas del ideal del yo, una imagen perfeccionada e idealizada que el sujeto aspira a alcanzar para lograr obtener reconocimiento y validación, tanto a nivel interno como externo.

No obstante, esta aspiración se enfrenta a una imposibilidad estructural: el cuerpo perfecto, tal como lo propone el ideal del yo, nunca será capaz de satisfacer de manera completa el deseo. La falta inherente al sujeto, que se expresa en la insatisfacción y en la imposibilidad de alcanzar la plenitud, impide que la imagen corporal sea un reflejo total de la identidad. Esta distancia que hay entre el cuerpo real y el cuerpo idealizado, crea una tensión constante, en la que el cuerpo se transforma en un objeto tanto de deseo como de frustración.

Desde esta perspectiva, la imagen corporal no se trata simplemente de una cuestión estética, sino de un escenario donde se juega la construcción del yo, atravesada por las demandas del Otro, que durante la adolescencia se expresa con fuerza a través de la mirada social y las plataformas digitales, y la respuesta del sujeto frente a esas exigencias. La imposibilidad de alcanzar el ideal del yo a través del cuerpo se traduce en emociones intensas como la ansiedad, la inseguridad, la vergüenza y, a menudo, una sensación de vacío que puede devenir en trastornos de la autoestima y de la identidad.

Las consecuencias subjetivas de esta dinámica son significativas. La frustración causada por la discrepancia entre el deseo y la realidad del cuerpo puede generar comportamientos tales como trastornos alimenticios, un control excesivo del cuerpo o una búsqueda constante de validación externa, lo que a su vez, agrava el malestar y la vulnerabilidad emocional del sujeto.

La imagen corporal en la adolescencia se encuentra marcada constantemente por la tensión que existe entre el deseo inagotable de completud y la frustración de no poder alcanzar el ideal del yo a través del cuerpo. Entender esta dinámica es esencial para poder abordar los desafíos emocionales y subjetivos a los que se enfrentan los adolescentes en la era donde predomina lo digital y donde las presiones externas y las comparaciones sociales intensifican estas tensiones.

Insatisfacción e imagen corporal

La insatisfacción con la imagen corporal (BID) se refiere a las actitudes, percepciones o sentimientos negativos que una persona tiene sobre su

propio cuerpo. Si bien las causas de la insatisfacción corporal suelen variar, pueden afectar tanto a hombres como a mujeres, así como a niños y niñas. La insatisfacción corporal generalmente implica preocupaciones sobre el peso y la figura en mujeres y niñas, especialmente el deseo de estar más delgadas, mientras que en hombres y niños se presenta el deseo de estar musculosas. (Zenebe, et al., 2024)

La insatisfacción corporal, es entendida como un conjunto de percepciones y emociones negativas hacia el propio cuerpo, no es un fenómeno aislado ni exclusivamente individual, sino que se configura en la intersección entre las experiencias subjetivas y las presiones externas. Este malestar puede manifestarse a raíz de las comparaciones constantes con los ideales estéticos promovidos socialmente, por las experiencias de burlas, por los comentarios críticos, o por la internalización de estereotipos corporales difundidos por medio de las redes sociales.

Desde la perspectiva psicoanalítica, esta distancia que hay entre la imagen real y el ideal, se relaciona con la construcción del yo y con la influencia de la mirada del Otro que actúa como instancia reguladora y evaluadora. Durante la adolescencia, la cual es una etapa en la que la identidad y la autoimagen se encuentran en formación, la insatisfacción corporal puede tener efectos profundos en la autoestima y en el bienestar emocional, afectando incluso las relaciones sociales y la capacidad de poder aceptar el propio cuerpo como parte de la singularidad del sujeto.

En el contexto actual, las redes sociales potencian la insatisfacción corporal al exponer constantemente a los adolescentes a las imágenes retocadas o filtradas que fuerzan los cánones inalcanzables. Esta exposición no solo intensifica la comparación social, sino que también facilita la interiorización de estándares irreales, generando una sensación persistente de insuficiencia y desencadenando comportamientos como dietas restrictivas, sobre entrenamiento o evitación social.

“Las personas insatisfechas con su cuerpo suelen describir una discrepancia entre su percepción subjetiva de su cuerpo y su imagen corporal ideal” (Cooper, 2022). La insatisfacción corporal surge cuando existe una brecha entre la forma en la que una persona percibe su propio cuerpo y el ideal que ha internalizado. Esta discrepancia genera sentimientos de

descontento y de malestar, ya que el cuerpo real no coincide con las expectativas propias o con las influencias externas, como los estándares de belleza son promovidos por la sociedad. La percepción objetiva del cuerpo se ve afectada por factores tanto sociales como individuales, y cuando se enfrentan de manera constante con un ideal difícil de alcanzar o irreal, puede derivar en una evaluación negativa de uno mismo.

Este desajuste que hay entre la imagen percibida y la idealizada puede influir de manera directa en la autoestima y en las conductas diarias. Las personas insatisfechas pueden modificar la forma en la que se visten, la alimentación o su participación en las actividades sociales y recreativas en función de su malestar corporal. Aunque la insatisfacción por sí sola no constituye un trastorno clínico, sí representa un factor de riesgo que puede ser significativo, ya que la preocupación constante por la apariencia física corporal puede generar hábitos que llegan a ser perjudiciales y a afectar el bienestar emocional, especialmente en las etapas de desarrollo como la adolescencia.

La imagen corporal es la experiencia subjetiva que cada individuo tiene de su propio cuerpo. Es un constructo complejo que abarca nuestra percepción, sentimientos y pensamientos sobre nuestro cuerpo, así como nuestro comportamiento en reacción a dicha percepción, pensamientos y sentimientos [...]. Nuestra imagen corporal puede ser neutra, negativa, positiva o una combinación de ambas en un día, hora o situación determinados. (Cooper, 2022)

La imagen corporal influye de manera significativa en cómo cada individuo se relaciona consigo mismo y con los demás. Al abarcar percepciones, pensamientos, sentimientos y conductas, se convierte en un aspecto importante de la experiencia subjetiva, condicionando no solamente la autoestima, sino que también la manera en la que actúan en la vida diaria y en cómo se relacionan con los demás. La manera en la que la persona se percibe a sí misma puede afectar desde sus decisiones sobre su vestimenta hasta su participación en las actividades sociales, deportivas o recreativas, reflejando la profunda interconexión entre la percepción corporal y la experiencia emocional.

Asimismo, la imagen corporal es dinámica y puede variar según el contexto, el momento del día o el estado emocional del individuo. Esta flexibilidad

muestra que la relación con el propio cuerpo no es una relación rígida ni constante, sino que se transforma de acuerdo con la interacción de los factores externos e internos. Comprender la imagen corporal como un constructo complejo, permite reconocer que cada experiencia de satisfacción o malestar corporal es única y se encuentra influenciada por múltiples dimensiones, entre esas, la autopercepción, los sentimientos asociados y la forma en la que estas experiencias se traducen en conductas.

Efectos psicológicos a largo plazo de la exposición a contenido idealizado

Un estudio longitudinal que se realizó en el Reino Unido entre los años 2011 y 2018, con la participación de 17.000 adolescentes entre 10 y 21 años, evidenció que existen etapas del desarrollo en las que los adolescentes son más vulnerables a los efectos negativos del uso de las redes sociales. En particular, se observó que, en las mujeres de 11 a 13 años y a los 19 años, así como también en los hombres de 14 a 15 años y a los 19 años, un mayor tiempo estimado en las redes sociales, se relacionó con una disminución en la satisfacción de la vida. De forma inversa, un menor uso en estas edades se asoció con un incremento en los niveles de satisfacción un año después.

Estos hallazgos se vinculan con el hecho de que la exposición constante a imágenes corporales idealizadas en redes sociales no solo genera efectos inmediatos, como la insatisfacción corporal o la disminución temporal de la autoestima, sino que también puede dejar secuelas duraderas en la vida adulta. Dichas huellas se manifiestan en la forma en que el sujeto construye y mantiene su autoimagen, su autoestima y su relación con el propio cuerpo a lo largo del tiempo.

Desde una perspectiva psicoanalítica, estos efectos pueden ser comprendidos como el resultado de una fijación a un ideal del yo que ha sido configurado bajo la mirada de ese Otro digital. En otras palabras, el adolescente queda anclado a una imagen idealizada que, aunque puede verse como ficticia o inalcanzable, opera como un referente estable en su estructura psíquica. Esta fijación se puede proyectar hacia la adultez, lo que puede generar una sensación constante de insuficiencia y una tendencia a la autocrítica excesiva.

Clínicamente, este fenómeno se traduce en adultos jóvenes que continúan comparándose con imágenes idealizadas, a pesar de reconocer intelectualmente que muchas de ellas son retocadas o irreales. El cuerpo se vive entonces como un proyecto inconcluso, que requiere ser “corregido” o “mejorado” de manera continua, lo que alimenta un circuito de insatisfacción crónica. En casos como el trastorno dismórfico corporal, la persona puede mantener durante años la convicción de que ciertas partes de su cuerpo son defectuosas o inaceptables, impulsando conductas como la evitación social, las dietas extremas, el ejercicio compulsivo o la búsqueda de procedimientos estéticos repetidos. De manera similar, los trastornos alimenticios originados o reforzados durante la adolescencia pueden cronificarse, afectando no solo la salud física, sino también la vida laboral, académica y relacional en la adultez.

La persistencia de estos efectos se explica, en parte, porque el deseo del sujeto sigue orientado por el deseo del Otro, incluso cuando las condiciones externas cambian. La imagen idealizada que se instala en la adolescencia opera como una brújula imaginaria que dirige las decisiones y valoraciones sobre el propio cuerpo, manteniendo viva la tensión entre lo que se es y lo que se “debería ser”. Así, la exposición prolongada a contenido idealizado no sólo moldea la percepción corporal en el presente, sino que puede condicionar el modo en que el sujeto habita su cuerpo y construye su identidad a lo largo de toda su vida.

METODOLOGÍA

Enfoque

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto (cuantitativo–cualitativo), dado que combina el análisis estadístico de los datos recolectados a través de preguntas cerradas con la interpretación de una pregunta abierta de carácter exploratorio. Esto permitió no solo identificar tendencias generales, sino también profundizar en las percepciones subjetivas de los adolescentes respecto a la imagen corporal.

Paradigma

El estudio se enmarcó en el paradigma positivista–interpretativo. Desde el positivismo se buscó describir y cuantificar el impacto de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal, mientras que desde el interpretativismo se comprendieron las experiencias y significados expresados por los adolescentes en sus propias palabras.

Método

Se utilizó un método descriptivo de corte transversal, ya que la información se recolectó en un único momento temporal con el propósito de caracterizar la percepción de la imagen corporal en adolescentes de entre 14 y 17 años, sin manipular las variables de estudio.

Técnicas de recolección de información

La técnica principal empleada fue la encuesta digital autoaplicada, diseñada en formato mixto. El instrumento constó de preguntas cerradas de opción múltiple y una pregunta abierta de carácter exploratorio, lo que permitió obtener datos numéricos y cualitativos. La aplicación se realizó en línea, garantizando la confidencialidad y el consentimiento voluntario de los participantes. También se emplearon fuentes primarias y secundarias, seleccionando bibliografía de fuentes confiables con el fin de obtener datos relevantes para la revisión bibliográfica.

Población y muestra

La población objeto de estudio estuvo conformada por adolescentes entre 14 y 17 años. La muestra fue intencional, seleccionando adolescentes que cumplieran con los criterios de edad establecidos. La distribución de edades fue la siguiente:

- 14 años: 20 %
- 15 años: 26,7 %
- 16 años: 26,7 %
- 17 años: 26,7 %

Todos los participantes aceptaron voluntariamente responder el cuestionario, asegurando la validez ética de la investigación.

Instrumentos de medición

El siguiente cuestionario fue elaborado como instrumento de recolección de datos para la presente investigación, cuyo objetivo fue analizar el impacto del uso de redes sociales en la percepción de la imagen corporal en adolescentes entre 14 y 17 años. Se trató de un cuestionario autoaplicado de tipo mixto, este cuestionario estuvo compuesto en su mayoría por preguntas cerradas y de opción múltiple, y contó con una sola pregunta abierta que es de carácter exploratorio.

El cuestionario fue diseñado para su aplicación en un formato digital, para la realización del cuestionario se utilizó la herramienta de Google Forms, para facilitar la obtención de respuestas de manera organizada, y con el objetivo de garantizar el anonimato de los encuestados y la participación voluntaria de los mismos. El cuestionario inició con una pregunta de consentimiento informado, seguida por las preguntas que abarcan el tema que se está trabajando.

Este instrumento constituyó una herramienta clave para la obtención de datos relevantes de manera efectiva que permitan cumplir con los objetivos específicos del estudio y de esa manera poder comprender de una forma más profunda y clara las experiencias subjetivas de los adolescentes frente a los modelos corporales promovidos en las redes sociales, especialmente en TikTok.

Justificación del instrumento

Para esta investigación se elaboró un cuestionario tipo encuesta como instrumento de recolección de datos, dirigido a adolescentes entre 14 y 17 años. Este instrumento permitió poder explorar la relación que hay entre el uso de las redes sociales, principalmente TikTok, y la percepción de la imagen corporal durante la era de la adolescencia, una etapa que es particularmente sensible al juicio del entorno y a la construcción de la identidad.

La elección de la encuesta se fundamentó en su eficacia para recopilar información de carácter cuantitativo de manera ágil, accesible y confidencial. Además, se adaptó de manera adecuada a las características del público objetivo, que está familiarizado con los medios digitales y responde con mayor naturalidad en formatos digitales. El formato en línea garantizó el anonimato de las respuestas, lo cual es importante al tratarse de preguntas sensibles que abordan la autoimagen, la comparación social, la insatisfacción corporal y los intentos de modificar el cuerpo o los hábitos.

El instrumento fue diseñado en coherencia con los objetivos específicos del estudio y estuvo estructurado con 14 preguntas, la mayoría de las preguntas siendo de tipo cerrado y de opción múltiple, lo cual permitió una tabulación clara y el análisis estadístico de los resultados. También se incorporó una pregunta abierta (pregunta 14) para captar percepciones cualitativas respecto a figuras influyentes y modelos corporales en redes sociales. Entre las dimensiones consideradas en el cuestionario estuvieron:

- Uso de redes sociales: frecuencia diaria y plataformas más influyentes.
- Tipo de contenido visualizado y su impacto emocional.
- Comparación corporal con personas en redes sociales.
- Cambios en hábitos relacionados con el cuerpo (como dieta o ejercicio).
- Conductas de publicación y búsqueda de validación externa (importancia de los “likes” y comentarios).
- Autoevaluación del cuerpo e influencia percibida en la autoestima.

El instrumento fue construido cuidadosamente para cumplir con criterios éticos, técnicos y metodológicos, y se consideró adecuado para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación, proporcionando datos válidos y confiables para su análisis e interpretación.

RESULTADOS

Tabulación de datos

Pregunta 1 – ¿Aceptas participar voluntariamente en esta encuesta, entendiendo que tu identidad será anónima y los datos serán utilizados únicamente con fines académicos?

El 100 % de los encuestados aceptó participar voluntariamente en el estudio, garantizando así la validez ética del levantamiento de datos.

Gráfico 1

Consentimiento de participación

¿Aceptas participar voluntariamente en esta encuesta, entendiendo que tu identidad será anónima y los datos serán utilizados únicamente con fines académicos?

15 respuestas



Pregunta 2 – ¿Cuál es tu edad?

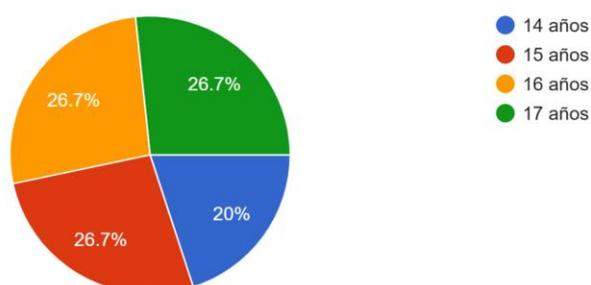
La distribución de edades fue equilibrada: 20 % con 14 años, 26,7 % con 15 años, 26,7 % con 16 años y 26,7 % con 17 años.

Gráfico 2

Edad de los participantes

¿Cuál es tu edad?

15 respuestas



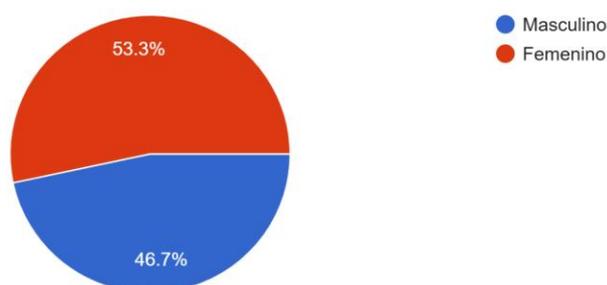
Pregunta 3 – ¿Cuál es tu género?

La distribución en cuanto al género de los encuestados arrojó un porcentaje equilibrado: el 53,3 % fue de género femenino y el 46,7 % fue de género masculino.

Gráfico 3

Género de los participantes

¿Cuál es tu género?
15 respuestas



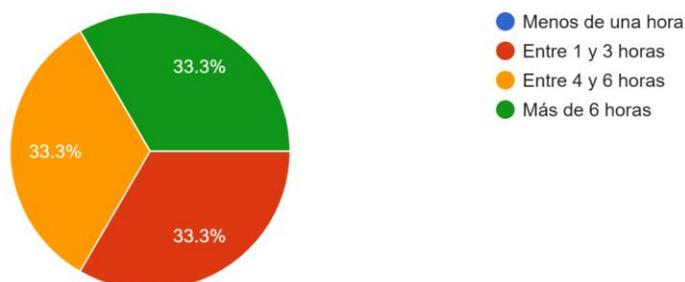
Pregunta 4 – ¿Cuántas horas al día usas redes sociales, en promedio?

El 0 % de los encuestados contestó que usa las redes menos de 1 hora, el 33,3 % entre 1 y 3 horas, 33,3 % entre 4 y 6 horas, y 33,3 % más de 6 horas al día.

Gráfico 4

Horas de uso de las redes sociales

¿Cuántas horas al día usas redes sociales, en promedio?
15 respuestas



Pregunta 5 – ¿Con qué frecuencia usas de TikTok?

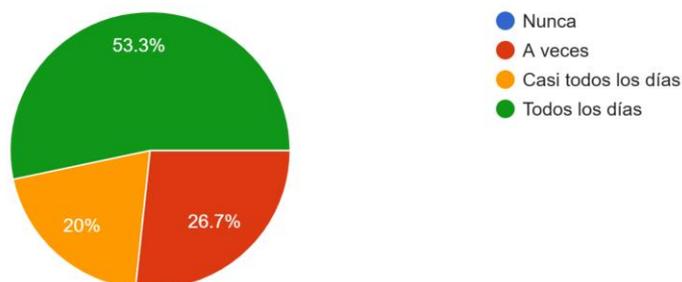
El 0 % de los encuestados contestó que nunca usa TikTok, el 26,7 % lo usa a veces, el 20 % lo usa casi todos los días, el 53,3 % lo utiliza todos los días.

Gráfico 5

Frecuencia del uso de TikTok

¿Con qué frecuencia usas TikTok?

15 respuestas



Pregunta 6 – ¿Qué tipo de contenido ves con más frecuencia en TikTok?

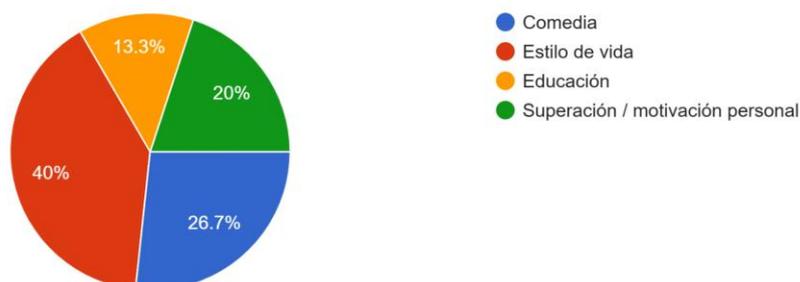
El 40 % contestó que consume sobre todo contenido de estilo de vida, 26,7 % comedia, 20 % superación personal y 13,3 % educación.

Gráfico 6

Contenido que ven los adolescentes en TikTok con más frecuencia

¿Qué tipo de contenido ves con más frecuencia en TikTok?

15 respuestas



Pregunta 7 – ¿Te has comparado alguna vez con personas que ves en redes sociales?

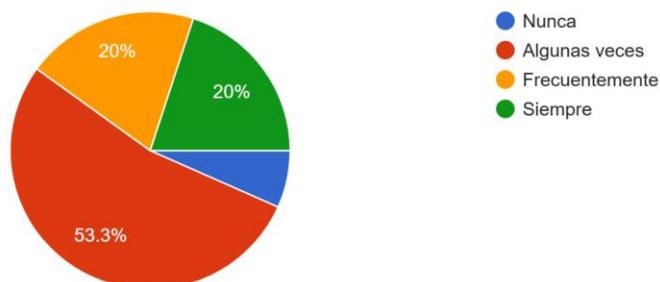
El 6,7 % contestó que nunca se compara, el 53,3 % se compara algunas veces, el 20 % se compara frecuentemente y el 20 % comentó que se compara siempre.

Gráfico 7

Comparación con los creadores de contenido

¿Te has comparado alguna vez con personas que ves en redes sociales?

15 respuestas



Pregunta 8 – ¿Cómo te sientes con tu cuerpo luego de usar redes sociales?

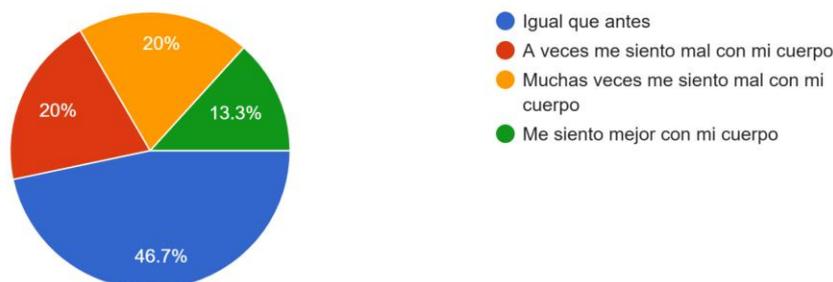
El 46,7 % contestó que se siente igual que antes, el 20 % se siente mal a veces, el 20 % se siente mal muchas veces y el 13,3 % se siente mejor.

Gráfico 8

El cuerpo después de usar las redes sociales

¿Cómo te sientes con tu cuerpo después de usar redes sociales?

15 respuestas



Pregunta 9 – ¿Has intentado cambiar algo en tu cuerpo o en tus hábitos (dieta, ejercicio, etc.) por lo que ves en redes sociales?

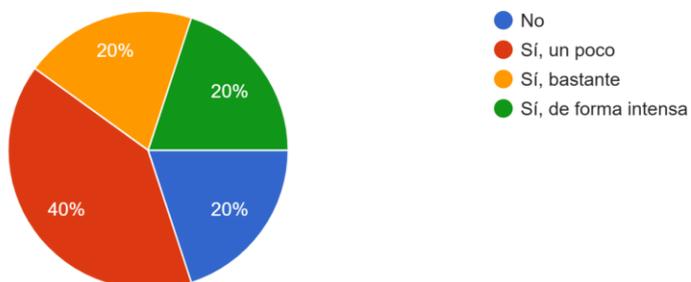
El 20 % no ha hecho cambios, el 40 % cambió un poco, el 20 % cambió bastante y el 20 % cambió de forma intensa.

Gráfico 9

Cambios que han intentado hacer en el cuerpo o los hábitos

¿Has intentado cambiar algo en tu cuerpo o en tus hábitos (dieta, ejercicio, etc.) por lo que ves en redes sociales?

15 respuestas



Pregunta 10 – ¿Publicas contenido relacionado con tu cuerpo, imagen, o estilo de vida en redes sociales?

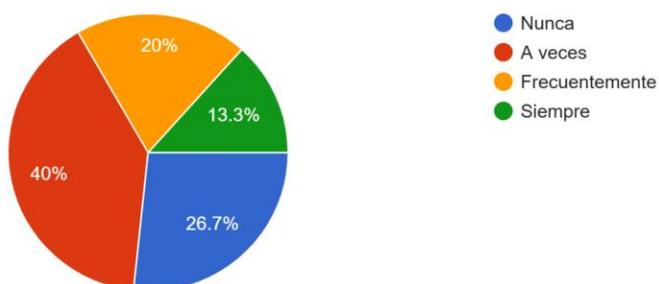
El 26,7 % contestó que nunca publica sobre su cuerpo o estilo de vida, el 40 % a veces, el 20 % frecuentemente y el 13,3 % siempre.

Gráfico 10

Contenido que publican en las redes sociales

¿Publicas contenido relacionado con tu cuerpo, imagen o estilo de vida en redes sociales?

15 respuestas



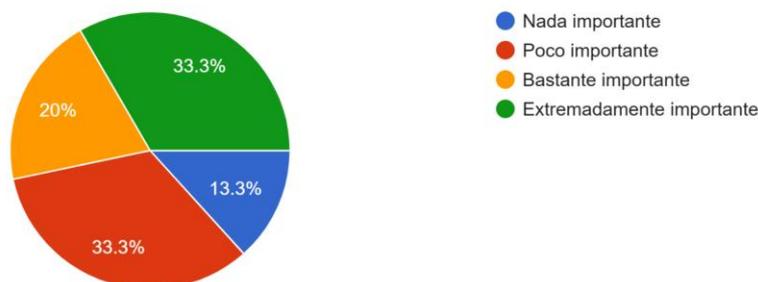
Pregunta 11 – ¿Qué tan importante es para ti recibir “likes” o comentarios positivos cuando publicas algo?

El 13,3 % contestó que considera que es nada importante recibir “likes” o comentarios a sus publicaciones, el 33,3 % considera poco importante obtenerlos, el 20 % bastante importante y el 33,3 % extremadamente importante.

Gráfico 11

Likes o comentarios positivos que reciben cuando publicas algo

¿Qué tan importante es para ti recibir “likes” o comentarios positivos cuando publicas algo?
15 respuestas



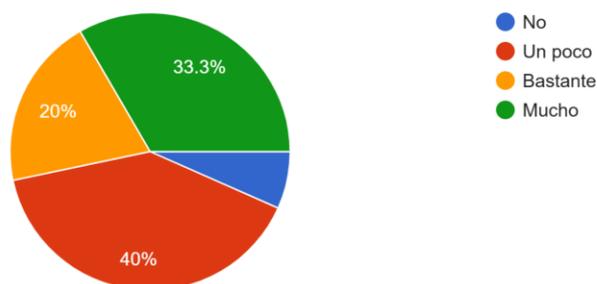
Pregunta 12 – ¿Sientes que las redes sociales han influido en cómo te percibes o valoras a ti mismo/a?

El 6,7 % contestó que no se siente influenciado por las redes sociales en su percepción, el 40 % se siente un poco influenciado, el 20 % se siente bastante influenciado, y el 33,3 % se siente muy influenciado.

Gráfico 12

Influencia en la percepción o la valoración del cuerpo

¿Sientes que las redes sociales han influido en cómo te percibes o valoras a ti mismo/a?
15 respuestas



Pregunta 13 – ¿Hay alguna parte de tu cuerpo con la que te sientas insatisfecha producto de lo que has visto en TikTok?

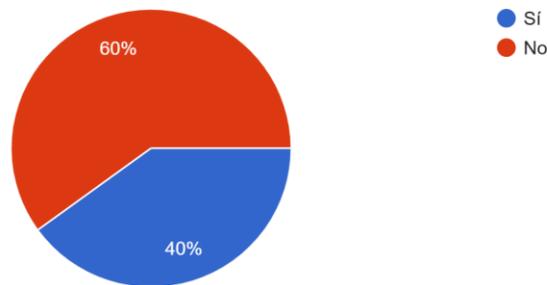
El 40 % contestó que se siente insatisfecho con alguna parte de su cuerpo (33,3 % rostro, 33,3 % abdomen y 33,3 % piernas) y el 60 % no presenta insatisfacción.

Gráfico 13

Insatisfacción corporal

¿Hay alguna parte de tu cuerpo con la que te sientas insatisfecha producto de lo que has visto en TikTok?

15 respuestas



Pregunta 14 – ¿Admiras a algún creador de contenido? ¿Cuál y por qué?

El 73,3 % contestó que sí admira a algún creador de contenido, mientras que el 26,7 % no.

Gráfico 14

Partes del cuerpo que los hace sentir insatisfechos

Si respondes "Sí", ¿qué parte de tu cuerpo?

6 respuestas

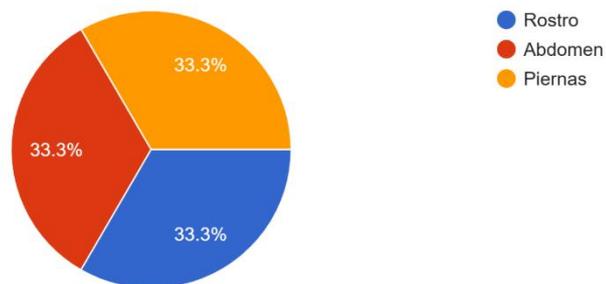
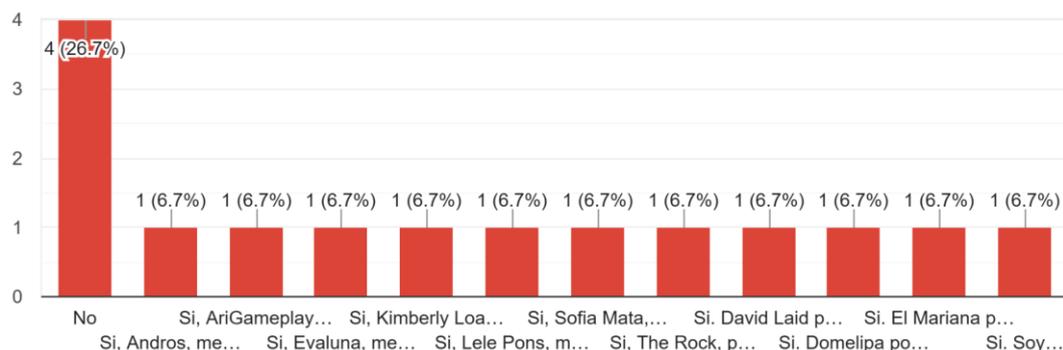


Gráfico 15

Creadores de contenido que admiran los adolescentes

¿Admiras a algún creador de contenido? ¿Cuál y por qué?

15 respuestas



Resultados de los datos

El 100 % de los participantes aceptó responder voluntariamente la encuesta, asegurando la validez ética del estudio. La distribución por edad fue equilibrada, con un 20 % de 14 años, 26,7 % de 15 años, 26,7 % de 16 años y 26,7 % de 17 años. En cuanto al género, el 53,3 % se identificó como femenino y el 46,7 % como masculino.

En el uso diario de las redes sociales, ninguno de los encuestados reportó menos de 1 hora. El 33,3 % respondió que utilizan las redes sociales entre 1 y 3 horas. El otro 33,3 % utiliza las redes sociales entre 4 y 6 horas. Finalmente, el último 33,3 % lo utiliza más de 6 horas. El uso de TikTok es generalizado: el 26,7 % lo usa a veces, el 20 % lo utiliza casi todos los días, mientras que el 53,3 % lo usa diariamente. El contenido más consumido por los encuestados dentro de esta plataforma es el contenido de estilo de vida, siendo un 40 %, seguido por el contenido de comedia con el 26,7 %, luego el contenido de superación personal con un 20 %, finalmente el contenido de educación con el 13,3 %.

En cuanto a la comparación social, solamente el 6,7 % de los encuestados comentó que no se compara nunca con las personas vistas en las redes sociales, mientras que el 53,3 % lo hace algunas veces y un 40 % lo hace frecuentemente o siempre. Con respecto al efecto en la percepción corporal, las respuestas fueron: el 46,7 % se siente igual, el 40 % experimenta malestar en distinta frecuencia y un 13,3 % se siente mejor.

El 80 % comentó que ha intentado cambiar hábitos o aspectos de su cuerpo por influencia de redes, variando desde cambios leves (40 %) hasta intensos (20 %). En cuanto a publicaciones relacionadas con el cuerpo o estilo de vida, el 26,7 % contestó que nunca lo hace, el 40 % a veces, el 20 % con frecuencia y el 13,3 % siempre.

En la valoración de “likes” o de comentarios, un 13,3 % de los encuestados contestó que lo considera nada importante, un 33,3 % lo considera poco importante, un 20 % lo considera bastante importante y un 33,3 % de los encuestados lo considera muy importante. El 93,3 % reconoce algún grado de influencia de las redes sociales en su autopercepción, mientras que un 40 % declara insatisfacción corporal vinculada a TikTok, enfocada especialmente en el rostro, el abdomen y las piernas. Finalmente, el 73,3 % de los encuestados siente admiración por algún creador de contenido, lo que evidencia el papel que tienen estos referentes en la construcción de modelos estéticos para los adolescentes.

Análisis de resultados

El cuestionario fue aplicado a adolescentes de entre 14 y 17 años, permitiendo que se recogiera información con respecto a la influencia que tienen las redes sociales en la percepción de la imagen corporal. La totalidad de los encuestados aceptó participar en el cuestionario de forma voluntaria, lo que garantiza el cumplimiento de los principios éticos y la validez de los datos.

En cuanto a la distribución etaria, la muestra estuvo compuesta por un 20 % de adolescentes de 14 años y un 26,7 % de adolescentes de 15, 16 y 17 años, respectivamente, lo que evidencia una muestra relativamente equilibrada en cada franja etaria. Asimismo, los resultados confirman que el uso de redes sociales es generalizado en este grupo poblacional, siendo TikTok la plataforma más utilizada, debido a su carácter visual y a la fuerte presencia de modelos corporales que circulan en ellas.

El análisis de los datos numéricos reveló una tendencia clara hacia el consumo excesivo de las redes sociales. La mayor parte de los encuestados indicaron que pasan varias horas al día conectados en TikTok, lo que incrementa la posibilidad de exposición a los contenidos visuales que destacan los cuerpos idealizados y los estilos de vida anhelantes. Esta exposición constante a las plataformas digitales tiene como efecto directo una

percepción crítica acerca del propio cuerpo, lo que genera sentimientos de inconformidad hacia el propio cuerpo y el deseo de modificar la apariencia física.

En relación con la autoestima, los adolescentes que participaron en la encuesta señalaron que las interacciones digitales, tales como los likes, los comentarios y el número de seguidores que tienen en las redes sociales impactan de manera significativa en su estado emocional. Los adolescentes que reciben una mayor validación en las plataformas digitales manifestaron que se sienten más satisfechos con su imagen en comparación de aquellos que reciben menos interacción en las redes sociales, quienes manifestaron sentirse inseguros y tener una baja autoestima y valoración personal. Esto confirmó que la autoestima de los adolescentes está condicionada fuertemente por la mirada del Otro digital.

Los resultados mostraron que el uso excesivo de las redes sociales, especialmente de TikTok, está vinculado de manera estrecha con la forma en la que los adolescentes perciben y valoran su propio cuerpo. La alta frecuencia del uso de dicha plataforma, el predominio del contenido relacionado con el estilo de vida y la comparación con otros usuarios, contribuyen a reforzar los estándares estéticos que puedan generar malestar e impulsar cambios en los hábitos de los adolescentes. Estos hallazgos sugieren la necesidad de fomentar un consumo crítico y consciente de las redes sociales para minimizar el impacto negativo que puedan tener estas en los adolescentes y su percepción en la imagen corporal.

Finalmente, los resultados cuantitativos mostraron que la relación que existe entre las redes sociales y la imagen corporal se expresa en dos dimensiones claves. Por un lado, está la intensidad del consumo de estas plataformas, y por otro, está la dependencia emocional con respecto a la validación externa. Ambas dimensiones influyen en la consolidación de una autoimagen que se vuelve frágil, inestable y sometida a la comparación constante.

De los resultados obtenidos en la encuesta, hubo tres puntos claves a recalcar, los cuales son: la presión social y la comparación, la validación externa y los efectos emocionales.

En primer lugar, emergió con fuerza la categoría de presión social y comparación, donde los adolescentes señalaron sentirse obligados a cumplir con estándares corporales inalcanzables que circulan en las redes sociales. No se trata únicamente de un acto de observación pasiva, sino de un proceso constante de comparación en el que el adolescente mide su propio cuerpo frente a las imágenes de influencers, celebridades o incluso de sus pares. Muchos expresaron que, al no poder coincidir con esos modelos, frecuentemente alterados por filtros o ediciones, sienten frustración, rechazo hacia su apariencia y una sensación de insuficiencia personal. Esta dinámica confirmó lo planteado por la teoría de la comparación social: el sujeto tiende a evaluarse a partir de referentes externos, y en la adolescencia, dicha comparación se intensifica porque coincide con un momento de búsqueda de identidad y reconocimiento.

En segundo lugar, se destacó la validación externa como motor de la autoestima. Los adolescentes manifestaron que recibir comentarios positivos o un alto número de “me gusta” en sus publicaciones les produce satisfacción y refuerza la idea de estar cumpliendo con los estándares sociales. En contraste, la ausencia de interacciones o la recepción de comentarios negativos genera sentimientos de rechazo, poca valía personal y, en algunos casos, desmotivación respecto a su autoimagen. Este hallazgo reflejó cómo el yo adolescente se sostiene cada vez más en la mirada del Otro digital, lo que transforma la autoestima del adolescente en una construcción frágil, dependiente y fácilmente vulnerable. Así, el valor personal ya no se mide solamente en función de los logros o atributos internos, sino que pasa a medirse por lo externo, a partir de un sistema de aprobación simbólica representado por las interacciones en las plataformas digitales.

Finalmente, se evidenció la categoría de efectos emocionales, en la que los participantes describieron experiencias de ansiedad, de inseguridad y de baja autoestima, que están relacionadas con la exposición que tienen los adolescentes a los contenidos digitales. La constante necesidad de encajar en un molde estético genera angustia y presión interna, lo que genera repercusiones en el bienestar psicológico. Algunos adolescentes también expresaron el deseo de modificar su cuerpo, ya sea a través de dietas restrictivas, ejercicio excesivo o intervenciones estéticas, con el fin de

asemejarse a los modelos de belleza difundidos en las redes sociales. Este dato resultó especialmente relevante, ya que mostró cómo el malestar subjetivo no está solamente en el lado emocional, sino que puede trasladarse a conductas de riesgo que afectan tanto la salud física como la salud mental. En este sentido, el cuerpo deja de ser vivido de manera espontánea y se convierte en un proyecto a corregir, ajustar y perfeccionar bajo la exigencia de un ideal externo.

CONCLUSIONES

A partir del análisis de la teoría encontrada y de los resultados obtenidos con la encuesta aplicada a una población específica se puede concluir que todo lo referente al contenido sobre los ideales de belleza, como cuerpos saludables, en la red social TikTok ejerce una influencia significativa en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes.

El análisis realizado en esta investigación permite afirmar que TikTok, como una de las redes sociales de mayor alcance entre los adolescentes, ejerce una influencia significativa sobre la percepción de la imagen corporal en los adolescentes de entre 14 y 17 años. Esta influencia no se limita al ámbito superficial del entretenimiento, sino que se extiende a la configuración profunda de la autoestima, la autoimagen y las prácticas cotidianas vinculadas al cuerpo. El estudio demuestra que la exposición a contenidos relacionados con los ideales de belleza impacta directamente en la manera en que los adolescentes se miran, se valoran y se posicionan frente a los demás.

El funcionamiento como tal de las redes sociales favorece esta dinámica. TikTok, por medio del algoritmo, prioriza y viraliza aquellos tipos de contenido que concentran la atención de los espectadores, reforzando patrones repetitivos de belleza y éxito que responden a los estándares estrechos y poco realistas. Este bombardeo constante normaliza un tipo de cuerpo (delgado, tonificado, armónicamente proporcionado y acompañado de estilos de vida que parecen perfectos) al tiempo que invisibiliza otras corporalidades posibles. Los adolescentes, al consumir este tipo de contenido de manera diaria y prolongada, terminan internalizando estos modelos como referentes válidos de lo que se espera de su cuerpo.

La adolescencia, como etapa vital, resulta particularmente sensible a este fenómeno. En esta etapa de la adolescencia, el sujeto atraviesa por intensos cambios, tanto biológicos, como emocionales y psicológicos, lo que genera una necesidad de reconocimiento y pertenencia. El cuerpo, en este proceso, se convierte en un escenario de múltiples tensiones, puesto que es a través de él que el adolescente busca validarse ante sus pares y así construir una identidad. Desde una perspectiva psicoanalítica, el peso de la mirada del Otro se vuelve crucial, porque el adolescente no se percibe únicamente desde sí

mismo, sino que lo hace a parte de cómo cree que es percibido por los demás. En el caso de TikTok, ese Otro ya no se limita a un grupo reducido de pares, sino que se expande hacia una audiencia masiva, difusa y potencialmente infinita. De este modo, los “likes”, los comentarios y el número de seguidores funcionan como mediadores simbólicos del valor personal, desplazando la construcción interna de la autoestima hacia parámetros externos, cuantificables y frágiles.

Los resultados empíricos de la investigación confirman esta dinámica. Una gran parte de los adolescentes encuestados reconoció compararse con otros usuarios de las redes sociales, lo que muestra que la comparación social constituye un proceso transversal en esta población. Asimismo, un número significativo manifestó sentirse mal consigo mismo luego de usar TikTok, ya sea de manera ocasional o frecuente, lo que evidencia que la exposición a estos contenidos genera emociones negativas como inseguridad, frustración y ansiedad. De igual manera, muchos adolescentes señalaron haber realizado cambios en sus hábitos de alimentación o ejercicio a raíz de lo que observan en las plataformas digitales, lo que demuestra que la influencia no se limita al plano subjetivo o emocional, sino que alcanza también conductas concretas de modificación corporal.

Un hallazgo especialmente relevante se relaciona con la importancia que los adolescentes otorgan a la validación externa. Más de la mitad de los encuestados señaló que recibir “likes” o comentarios positivos es bastante o extremadamente importante, lo que refuerza la idea de que TikTok funciona como un espejo virtual en el que la autoestima se mide en función de la aprobación social. Este hecho guarda relación con la teoría de la cosificación, según la cual las personas, en contextos de evaluación constante, tienden a verse a sí mismas como objetos, evaluando su valía personal a partir de atributos externos, en este caso, la apariencia física.

La presencia de la insatisfacción corporal en una parte considerable de la muestra confirma este fenómeno que han traído las redes sociales. Muchos de los adolescentes encuestados señalaron sentirse inconformes con zonas específicas de su cuerpo, como el rostro, el abdomen o las piernas, lo que coincide con las partes del cuerpo que son más expuestas y juzgadas en las redes sociales. Esta insatisfacción constituye un terreno fértil para el malestar

psicológico y puede ser la antesala de problemas más graves relacionados con la autoestima y la imagen corporal, como lo pueden ser los trastornos alimenticios o la ansiedad social.

Al contrastar estos hallazgos con los antecedentes revisados, se confirma una tendencia global: el uso intensivo de redes sociales visuales, como Instagram y TikTok, incrementa los procesos de comparación social, promueve la internalización de modelos de belleza poco realistas y eleva los índices de insatisfacción corporal en la población adolescente. Sin embargo, el presente estudio profundiza en este fenómeno al demostrar cómo estos efectos se expresan de manera específica en adolescentes de 14 a 17 años, una población que se encuentra en plena construcción de su identidad y que, por lo tanto, resulta especialmente vulnerable a las presiones sociales amplificadas por los entornos digitales.

Al mismo tiempo, los resultados también permiten identificar que no todos los adolescentes reaccionan de la misma manera ante los contenidos idealizados de TikTok. Un sector de la muestra afirmó sentirse igual respecto a su cuerpo después de usar redes sociales, lo cual indica que existen factores de resistencia que pueden mitigar los efectos negativos. Estos factores podrían estar vinculados al apoyo familiar, al desarrollo de una autoestima sólida previa o a la capacidad crítica frente a los contenidos digitales. Este hallazgo abre la posibilidad de seguir investigando qué elementos funcionan como protectores frente a la influencia de los estereotipos en redes sociales, con el fin de fortalecerlos en contextos educativos y comunitarios.

En síntesis, los hallazgos de este trabajo permiten concluir que TikTok influye de manera considerable en la percepción de la imagen corporal de los adolescentes, generando procesos de comparación social, dependencia de la validación externa, insatisfacción con el propio cuerpo y cambios en los hábitos cotidianos relacionados con la apariencia. Esta influencia se articula con la vulnerabilidad propia de la etapa de la adolescencia y con las dinámicas que manejan los algoritmos de las redes sociales, que prioriza la repetición y la viralización de los modelos de belleza normativos.

En conclusión, TikTok no debe ser únicamente entendido como una aplicación de entretenimiento, sino como un espacio simbólico que participa activamente en la configuración de la identidad de los adolescentes. Los ideales de belleza

que se difunden en las redes sociales tienen un impacto directo en la forma en la que los adolescentes de 14 a 17 años perciben, valoran y habitan su propio cuerpo. Esta constatación plantea la necesidad urgente de generar estrategias educativas, familiares y sociales que promuevan la reflexión crítica sobre los contenidos digitales, fortalezcan la autoestima y fomenten la aceptación de la diversidad corporal. Solo así será posible contrarrestar los efectos nocivos de los estereotipos digitales y contribuir al bienestar psicológico y social de las nuevas generaciones.

RECOMENDACIONES

En primer lugar, es fundamental que las familias establezcan espacios de diálogo regulares sobre el uso de las redes sociales. Una recomendación práctica consiste en fijar un momento de conversación al menos una vez por semana, donde padres e hijos puedan hablar abiertamente acerca de lo que consumen en plataformas como TikTok, qué tipo de cuentas siguen, qué emociones les genera el contenido que ven y cómo se perciben a sí mismos después de esa exposición. Estos diálogos no deben ser de carácter sancionador, sino que debe tratarse de espacios de escucha y acompañamiento que refuercen la confianza mutua y permitan detectar posibles malestares a tiempo, para tratar de evitar que dicho malestar crezca.

De igual manera, resulta aconsejable que los padres interactúen de manera activa con los contenidos digitales de sus hijos, interesándose por las tendencias, los audios o los videos que circulan en las redes. Este interés genuino no solamente ayuda en el fortalecimiento del vínculo afectivo padre e hijo, sino que también ofrece la oportunidad de guiar a los adolescentes en la construcción de un criterio propio frente a los mensajes idealizados sobre el cuerpo y la belleza. A partir de estas interacciones, es posible promover la reflexión conjunta acerca de la diferencia que hay entre la realidad y la imagen digital editada o filtrada.

Otra recomendación práctica es establecer tiempos de uso equilibrados de redes sociales, sin imponer prohibiciones rígidas que podrían generar resistencia, pero sí fomentando un uso consciente. Proponer horarios específicos para el consumo de contenido digital, combinados con actividades recreativas, deportivas, artísticas o familiares fuera de la pantalla, permite que

los adolescentes diversifiquen sus intereses y no centren su autoestima únicamente en lo que sucede en TikTok.

En el ámbito educativo, se recomienda la implementación de programas de alfabetización digital y mediática que ayuden a los adolescentes a poder reconocer la naturaleza manipulada de muchas de las imágenes y los mensajes que se ven en las redes sociales. Talleres prácticos sobre edición de fotografías, el uso de los filtros o la construcción de contenido digital pueden ser un recurso efectivo para mostrar a los adolescentes cómo se fabrican ciertos ideales de belleza y, de esta manera disminuir la tendencia de los adolescentes a compararse con modelos inalcanzables. Asimismo, incorporar asignaturas o módulos relacionados con el bienestar emocional y la autoestima contribuiría a que los estudiantes comprendan que su valor personal trasciende los parámetros de la apariencia física.

En el plano institucional y comunitario, es recomendable la creación de espacios de apoyo psicológico y talleres grupales, donde los adolescentes puedan compartir sus experiencias respecto al impacto de las redes sociales y reciban herramientas para afrontar las presiones asociadas a la imagen corporal.

Estos espacios pueden incluir dinámicas de reflexión, ejercicios de autoconocimiento y actividades que promuevan la aceptación de la diversidad corporal, comprendiendo que no todos los cuerpos son iguales y cada persona tiene un tipo de contextura corporal diferente, fomentando así una cultura más inclusiva.

A los propios adolescentes se les recomienda desarrollar una mirada crítica y selectiva a las cuentas y a los creadores de contenido que consumen en las redes sociales. Es aconsejable que aprendan a identificar los perfiles que promueven estereotipos dañinos, que no necesariamente debe tratarse de un contenido negativo, incluso puede ser contenido que sea aparentemente bueno, pero mantenga expectativas irreales y excesivas, lo que puede llegar a ser dañino, y que, por el contrario, busquen seguir páginas que transmitan mensajes de aceptación, salud integral y diversidad. De la misma forma, es importante que los jóvenes reconozcan el valor de sus cuerpos reales, sin comparaciones constantes con figuras mediáticas o digitalmente alteradas, y

que comprendan que la valía personal no depende de la cantidad de “likes” o comentarios obtenidos en una publicación.

En conclusión, las recomendaciones prácticas aquí expuestas buscan responder de una manera directa a los hallazgos de la investigación. Establecer momentos de diálogo semanal padres e hijos, interactuar con los contenidos digitales de los hijos, hacer uso de las redes sociales con moderación sin excederse en el tiempo, implementar programas educativos y brindar espacios de apoyo psicológico son medidas concretas que, en conjunto, puede contribuir a que los adolescentes construyan una relación más sana con el uso de las redes sociales y con su propia imagen corporal. Solo a través de un trabajo articulado entre la familia, la escuela y la comunidad será posible contrarrestar los efectos nocivos de los estereotipos digitales y promover una juventud más segura, crítica y consciente de su propio valor.

REFERENCIAS

- Adicción a las Redes Sociales y su Relación con la Autoestima en Adolescentes. (2024). *Psicología UNEMI*, 8(14), 19-29.
- Adicción tecnológica y ansiedad: un nuevo desafío para la salud mental.* (2024). Adamed TV.
- Berengüí, R., Castejón, M. Á., & Torregrosa, M. S. (2020). Body dissatisfaction, risk behaviors and eating disorders in university students. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(1), 1-8.
- Body dissatisfaction, body image disturbance, body dysmorphia: A primer for providers, caregivers and media.* (2022). Chop.edu.
- Camacho-Vidal, P., Díaz-López, A., & Sabariego-García, J.-A. (2023). Relación entre el uso de Instagram y la imagen corporal de los adolescentes. *Apuntes De Psicología*, 41(2), 117-122.
- Carpinelli, J. (2022). El cuerpo en psicoanálisis desde la perspectiva de Freud y Lacan. In *XIV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología, XXIX Jornadas de Investigación, XVIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR, IV Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional, IV Encuentro de Musicoterapia (UBA, 23 AL 25 de noviembre 2022)*.
- Casanova-Garrigós, Georgina, Torrubia-Pérez, Elisabet, Cañellas Reverté, Natividad, Capera Fernández, Jesica, Mora-López, Gerard, & Albacar-Riobóo, Núria. (2025). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes: una revisión integrativa. *Enfermería Global*, 24(75), 622331. Epub 12 de mayo de 2025.
- Casanova-Garrigós, Georgina, Torrubia-Pérez, Elisabet, Cañellas Reverté, Natividad, Capera Fernández, Jesica, Mora-López, Gerard, & Albacar-Riobóo, Núria. (2025). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes: una revisión integrativa. *Enfermería Global*, 24(75), 622331. Epub 12 de mayo de 2025.
- Clase 1. La excomuni3n. (1964) Seminario 11. Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis.
- C3rdova, A. (s.f.). Adolescentes y filtros en redes sociales: ¿un juego inocente o un riesgo para la autoestima.

- de Oportunidades, P. D. C. (2021). Secretaría Nacional de Planificación. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Duno, Maryelin, & Acosta, Edgar. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios. *Revista chilena de nutrición*, 46(5), 545-553.
- Ehmke, R. (2024). *Cómo afecta el uso de las redes sociales a los adolescentes*. Child Mind Institute.
- Espinosa Amaya, K. N. (2024). *Relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 15 a 17 años de un colegio en la ciudad de Quito* (Bachelor's thesis).
- Etapas de la adolescencia*. Healthychildren.org.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, 13, 38-45.
- Faverio, M. (2025). *Teens, social media and mental health*. Pew Research Center.
- González, B. (2024). Autoestima y uso de las redes sociales en adolescentes: Revisión sistemática.
- Guijarro, S. (2022). ¿Qué es la validación externa y por qué la necesitamos? Claves para recuperar la autoestima.
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).
- Hosseini SA, Padhy RK. Body Image Distortion (Archived). 2023 Sep 4. In: StatPearls [Internet]. Treasure Island (FL): StatPearls Publishing; 2025 Jan—. PMID: 31536191.
- Iglesias Pascual, A. (2024). La imagen corporal a través de las redes sociales.
- Jebero, Z., Elias, A., Billo, G., Ayalew, M., Alemayehu, Y., & Moga, F. (2025). Prevalence of body image dissatisfaction and associated factors among high school adolescent in Hawassa city, Ethiopia. *Heliyon*, 11(1).
- Jimenez, M. (2022). *La influencia de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes*.

- Laplanche, J., Pontalis, J. B., & Lagache, D. (1998). Diccionario de psicoanálisis. *In Diccionario de psicoanálisis* (pp. 535-p)
- Martín, S. (2025). *Cómo funciona el algoritmo de TikTok en 2025*. Metricool.
- Merlos, E., Rivera, N., Ramos, E. (2021) Los jóvenes y las redes sociales. *Uso de las redes sociales en jóvenes*.
- Mitja, J. & Serrano E. (2022). La autoestima como base de una buena salud mental.
- Moreno-Galindo, E., & Perfil, V. T. mi. *Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis*. Blogspot.com.
- Moreno, A. (1990). La adolescencia. Perspectivas teóricas. *J. A García & P. Lacasa (Comps.), Psicología Evolutiva 75-114*.
- Panzitta, M. T., Pees Labory, J., Anger, V. É., Chulibert, M. E., Mayer, M. A., & Kalfaian, L. (2023). Influencia del uso de redes sociales sobre la conformidad con la imagen corporal.
- Permuy, I. P. (2024). *El 20 % de los jóvenes pasa demasiado tiempo en TikTok*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Pesantes, K. (2024). *Toda la historia de TikTok, la polémica red social que está de aniversario el 7 de septiembre*. Primicias.
- Ramírez, S. Á. (2025). *Qué es el contenido multimedia*. Euroinnova International Online Education.
- Red interagencial para la educación en situaciones de emergencia. (s.f.)
Glosario de términos. Adolescencia.
- Rose, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L, M., & Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating “iDisorders”? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in human behavior, 29(3)*, 1243-1254.
- Santos-Morocho, J. (2022). Psicopatología de la imagen corporal: definiciones, alteraciones, teorías y evaluación. *Centro de Investigación y desarrollo*.
- Science summary: The impact of social media on adolescent health*. (2024). Harvard T.H. Chan School of Public Health.
- Seminario 14: Clase 14, del 15 de Marzo de 1967*. (2011). Psicopsi.
- Shearer, E. (2018). Social media outpaces print newspapers in the US as a news source. *Pew research center, 10, 12*.

- Soler, S. (2020). *Desnúdate o falla - Tecnología humana*. Tecnología humana.
- Soler, S. (2025). *Perfección tóxica en Instagram, naturalidad calculada en TikTok: la trampa estética que asfixia a las chicas*. Ediciones EL PAÍS
- Tineo, L., & Stefany, L. (2022). *Impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, Lima-2020*.
- Todo acerca de la pubertad*. Kidshealth.org.
- Vélez, M. (2019). PsicoAbreu. ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen corporal?

GLOSARIO

Redes sociales

Las redes sociales son plataformas en línea que facilitan la interacción y el intercambio de información entre usuarios.

“Las redes sociales, son todas aquellas aplicaciones que se encuentran por medio de internet, las cuales permiten la interacción y el intercambio de información entre diversas personas” (Merlos, p. 3).

Imagen corporal

La imagen corporal es un concepto amplio y complejo que abarca las percepciones, pensamientos, emociones y actitudes de una persona respecto a su cuerpo. Incluye cómo percibe su tamaño y atractivo, las sensaciones que asocia con su forma y apariencia, y las acciones que toma para gestionar su imagen física.

La Imagen Corporal es un constructo multidimensional complejo que engloba las percepciones, pensamientos, actitudes y sentimientos del ser humano sobre su cuerpo, la manera en que estima su tamaño evalúa su atractivo, las emociones asociadas con su forma y apariencia, así como las conductas dirigidas a su manejo. (Santos-Morocho, 2022, p. 1)

Adolescencia

Etapa del desarrollo humano situada entre la niñez y la edad adulta, marcada por cambios físicos, emocionales y sociales, comúnmente comprendida entre los 10 y 19 años según la OMS.

“La adolescencia es un período en el crecimiento y desarrollo humano que ocurre después de la niñez y antes de la edad adulta. La OMS define la adolescencia como el período que ocurre entre los 10 y 19 años” (Glosario del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación).

Autoestima

La autoestima es la evaluación que una persona hace de sí misma, ya sea positiva o negativa, a partir de sus pensamientos, emociones y experiencias. Esta percepción puede estar determinada por influencias externas o el contexto en el que la persona se encuentra.

La autoestima es la valoración, percepción o juicio positivo o negativo que una persona hace de sí misma en función de la evaluación de sus

pensamientos, sentimientos y experiencias. La forma en que una persona se valora está influenciada en muchas ocasiones por agentes externos o por el contexto en el que se encuentra. (Mitjá & Serrano, 2022)

Validación externa

La validación externa es el deseo o la necesidad de recibir aprobación de los demás. A menudo de forma inconsciente, está relacionada con la sensación de ser aceptado, incluido en un grupo, y reconocido por quienes nos rodean.

La validación externa se refiere a la necesidad o deseo que muchas personas tienen de percibir aprobación por parte de las personas que les rodean. Esta circunstancia, muchas veces inconsciente, tiene que ver con la percepción de sentirnos aceptados, incluidos en el grupo, validados y reconocidos, comienza explicando la psicóloga. (Guijarro, 2024)

Insatisfacción corporal

La insatisfacción corporal implica emitir juicios sobre el cuerpo que generalmente no se ajustan a las características reales de la persona.

“La insatisfacción corporal supone la presencia de juicios valorativos sobre el cuerpo que usualmente no coinciden con las características reales del individuo” (Berengüí et. al, 2016).

ANEXOS

Preguntas

1. ¿Aceptas participar voluntariamente en esta encuesta, entendiendo que tu identidad será anónima y los datos serán utilizados únicamente con fines académicos?

- Sí, acepto participar
- No, no deseo participar

2. ¿Cuál es tu edad?

- 14 años
- 15 años
- 16 años
- 17 años

3. ¿Cuál es tu género?

- Masculino
- Femenino

4. ¿Cuántas horas al día usas redes sociales, en promedio?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 3 horas
- Entre 4 y 6 horas
- Más de 6 horas

5. ¿Con qué frecuencia usas TikTok?

- Nunca
- A veces
- Casi todos los días
- Todos los días

6. ¿Qué tipo de contenido ves con más frecuencia en TikTok?

- Comedia
- Estilo de vida (rutinas, cuerpo, estética)
- Educación
- Superación personal/motivación

7. ¿Te has comparado alguna vez con personas que ves en redes sociales?

- Nunca
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

8. ¿Cómo te sientes con tu cuerpo después de usar redes sociales?

- Igual que antes
- A veces me siento mal con mi cuerpo
- Muchas veces me siento mal con mi cuerpo
- Me siento mejor con mi cuerpo

9. ¿Has intentado cambiar algo en tu cuerpo o en tus hábitos (dieta, ejercicio, etc.) por lo que ves en redes sociales?

- No
- Sí, un poco
- Sí, bastante
- Sí, de forma intensa

10. ¿Publicas contenido relacionado con tu cuerpo, imagen o estilo de vida en redes sociales?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Siempre

11. ¿Qué tan importante es para ti recibir “likes” o comentarios positivos cuando publicas algo?

- Nada importante
- Poco importante
- Bastante importante
- Extremadamente importante

12. ¿Sientes que las redes sociales han influido en cómo te percibes o valoras a ti mismo/a?

- No
- Un poco
- Bastante
- Mucho

13. ¿Hay alguna parte de tu cuerpo con la que te sientas insatisfecha producto de lo que has visto en TikTok?

- Sí
- No

Si respondes “Sí”, ¿qué parte de tu cuerpo?

- Rostro
- Abdomen
- Piernas
- Otros: _____

14. ¿Admiras a algún creador de contenido? ¿Cuál y por qué?

- Sí
- No

Gráfico 16

Excel de los resultados de la encuesta

Marco temporal	¿Aceptas participar voluntariamente en esta	¿Cuál es tu edad?	¿Cuál es tu género?	¿Cuántas horas al día usas redes sociales, e	¿Con qué frecuencia usas TikTok?	¿Qué tipo de
9/8/2025 15:41:57	Sí acepto participar	15 años	Masculino	Entre 1 y 3 horas	Todos los días	Comedia
9/8/2025 15:47:43	Sí acepto participar	14 años	Femenino	Entre 4 y 6 horas	Todos los días	Estilo de vida
9/8/2025 15:49:39	Sí acepto participar	16 años	Masculino	Más de 6 horas	Casi todos los días	Superación /
9/8/2025 15:50:42	Sí acepto participar	15 años	Femenino	Entre 1 y 3 horas	A veces	Educación
9/8/2025 15:52:30	Sí acepto participar	17 años	Masculino	Entre 4 y 6 horas	Todos los días	Comedia
9/8/2025 15:54:22	Sí acepto participar	16 años	Femenino	Más de 6 horas	Todos los días	Estilo de vida
9/8/2025 15:55:05	Sí acepto participar	14 años	Masculino	Entre 1 y 3 horas	A veces	Comedia
9/8/2025 15:57:28	Sí acepto participar	17 años	Femenino	Más de 6 horas	Todos los días	Estilo de vida
9/8/2025 15:59:21	Sí acepto participar	16 años	Masculino	Entre 4 y 6 horas	Casi todos los días	Educación
9/8/2025 16:01:08	Sí acepto participar	15 años	Femenino	Más de 6 horas	Todos los días	Estilo de vida
9/8/2025 16:01:55	Sí acepto participar	17 años	Masculino	Entre 1 y 3 horas	A veces	Comedia
9/8/2025 16:03:41	Sí acepto participar	14 años	Femenino	Entre 4 y 6 horas	Casi todos los días	Estilo de vida
9/8/2025 16:05:06	Sí acepto participar	15 años	Masculino	Entre 4 y 6 horas	Todos los días	Superación /
9/8/2025 16:07:18	Sí acepto participar	16 años	Femenino	Más de 6 horas	Todos los días	Estilo de vida
9/8/2025 16:08:05	Sí acepto participar	17 años	Femenino	Entre 1 y 3 horas	A veces	Superación /

Gráfico 17

Página donde se evidencia la realización de la encuesta

Encuesta para la tesis

Preguntas Respuestas 15 Configuración

ENCUESTA SOBRE EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERCEPCIÓN CORPORAL

Descripción del formulario

¿Aceptas participar voluntariamente en esta encuesta, entendiendo que tu identidad será anónima y los datos serán utilizados únicamente con fines académicos? *

Sí acepto participar

No acepto participar



AUTORIZACIÓN DE LA SENESCYT

Yo, **Sánchez Alvarado, Emily Michelle**, con C.C: # **0951974807** autora del trabajo de titulación: **Influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en los adolescentes** previo a la obtención del título de **Licenciada en Psicología Clínica** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 2 de septiembre de 2025

Nombre: Sánchez Alvarado, Emily Michelle

C.C: 0951974807

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en los adolescentes.		
AUTORA:	Sánchez Alvarado, Emily Michelle		
TUTORA:	Moreno Naranjo, Andrea Alejandra		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Psicología, Educación y Comunicación		
CARRERA:	Psicología Clínica		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Psicología Clínica		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2 de septiembre de 2025	No. DE PÁGINAS:	86
ÁREAS TEMÁTICAS:	Redes sociales, Imagen corporal, Autoestima		
PALABRAS CLAVES:	Redes Sociales; Imagen Corporal; Adolescencia; Autoestima; Validación Externa; Insatisfacción Corporal		
RESUMEN:	<p>El presente estudio tuvo como objetivo analizar la influencia del uso de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en adolescentes de entre 14 y 17 años. Se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño de tipo descriptivo y transversal. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario autoaplicado en un formato digital, el cual estuvo compuesto por un total de 14 preguntas, donde 13 fueron preguntas cerradas y la última pregunta fue abierta de carácter exploratorio.</p> <p>Los resultados que se obtuvieron muestran que la mayoría de los adolescentes hacen uso de las redes sociales diariamente, siendo TikTok e Instagram las plataformas más frecuentes. Se identificó que un porcentaje importante de los encuestados presenta insatisfacción con alguna parte de su cuerpo, así como una marcada dependencia de la validación externa por medio de likes, comentarios y seguidores. Asimismo, el análisis cualitativo reveló la presencia de sentimientos de presión social, inseguridad y deseo de modificar la apariencia corporal para ajustarse a los modelos idealizados que son difundidos por medio de las plataformas digitales. Los resultados que se obtuvieron es que las redes sociales sí tienen un impacto directo en la construcción de la autoimagen del adolescente, reforzando los estereotipos de belleza y generando riesgos para la autoestima. Estos resultados permitieron dimensionar el alcance que tienen las plataformas digitales en los adolescentes y abren la posibilidad de implementar programas educativos y preventivos que contribuyan a un uso más crítico, reflexivo y saludable de los medios digitales.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2434985		E-mail: emily.sanchez@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Torres Gallardo, Tatiana Aracely, Mgs.		
	Teléfono: +593-4-2209210 ext. 1413 - 1419		
	E-mail: tatiana.torres@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			