



**FACULTAD DE EDUCACIÓN DE PALENCIA
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

LA IMAGEN CORPORAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

TRABAJO DE FIN DE GRADO EN EDUCACIÓN SOCIAL

AUTORA: ANA IGLESIAS PASCUAL

TUTOR: JOSÉ MIGUEL GUTIÉRREZ PEQUEÑO

Palencia, junio 2024



RESUMEN

Las redes sociales y los *influencers* afectan directamente a la percepción de la imagen corporal de los y las adolescentes de hoy en día. Gracias a encuestas y análisis de datos, se puede observar que los y las estudiantes deben trabajar en su autoestima, el pensamiento crítico y la aceptación propia, todo ello a través de una educación integral en la que intervienen los y las educadoras sociales, profesionales y familias.

Se debe evitar el impacto negativo que conlleva el desconocimiento, así como la ansiedad, depresión o trastornos alimenticios a causa de un descontento en cuanto a la propia imagen corporal.

Se debe subrayar la necesidad de trabajar a una edad temprana para desarrollar una autoestima sólida y una actitud positiva frente a los estándares de belleza actuales, priorizando el bienestar físico, social y emocional de los y las adolescentes.

PALABRAS CLAVE: Adolescencia, imagen corporal, redes sociales y autoestima.

ABSTRACT

Social media and influencers directly affect the body image perception of today's adolescents. Surveys and data analysis show that students need to work on self-esteem, critical thinking and self-acceptance through comprehensive education involving social educators, professionals and families.

The negative impact of ignorance, anxiety, depression or eating disorders due to body image dissatisfaction should be avoided.

The need to work at an early age to develop a strong self-esteem and a positive attitude towards current beauty standards, prioritising the physical, social and emotional well-being of adolescents, should be emphasised.

KEY WORDS: Adolescence, body image, social networks and self-esteem.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	6
2.1 Objetivo general:.....	6
2.2 Objetivos específicos:	6
3. JUSTIFICACIÓN	7
3.1 Relación con las competencias del título	8
4. MARCO TEÓRICO	10
4.1 Redes sociales y adolescentes.	10
4.2 Educación social y redes sociales.....	14
4.3 Autoconcepto, autoestima e imagen corporal en adolescentes.....	19
5. PARTE PRÁCTICA	24
5.1 Introducción	24
5.2 Metodología	24
5.3 Resultados y análisis	25
5.4 Aportaciones desde la Educación Social.....	29
6. CONCLUSIONES	32
7. BIBLIOGRAFÍA.....	35
8. ANEXOS.....	39
8.1 Encuesta	39

1. INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Fin de Grado se sitúa en la actual problemática de la influencia de los y las personajes públicos (*influencers*) hacia los y las adolescentes sobre su imagen corporal, proponiendo a su vez una pequeña investigación socioeducativa para poder entender los desafíos indicados.

La adolescencia, etapa crucial en el desarrollo humano, se ve marcada por cambios notables en el ámbito físico, psicológico y social. En esta fase, los y las jóvenes pretenden definir su identidad, establecer diferentes relaciones y, en la mayoría de los casos, empiezan a mostrar preocupación por su imagen corporal. En esta rama, las redes sociales han influido directa y poderosamente, de manera que han modificado las percepciones y las conductas de los y las adolescentes en relación con su apariencia física.

Las redes sociales, medios de comunicación donde los y las usuarias comparten y crean contenido (textual y/o visual) han modificado la forma en la que los y las jóvenes interactúan con el mundo. Instagram o TikTok dan pie a que las personas que lo utilizan suban vídeos o imágenes idealizadas (en muchos casos irreales) que afecta directamente a la autoimagen de los y las adolescentes. Dichas plataformas no sirven solo para la publicación de contenido, sino que se ven como espejos en los que las personas más vulnerables establecen una comparación de su apariencia con la del resto, lo que conlleva unos efectos negativos como pueden ser trastornos alimenticios, ansiedad, depresión...

Con respecto a la evolución de las redes sociales con el paso de los años, utilizamos fuentes como Bastero (2023) y Boyd y Ellison (2007) para contextualizar la historia y el desarrollo funcional de dichas plataformas. En cuanto a los y las *influencers*, se explora cómo estas personas con un alto número de seguidores en redes, tienen la capacidad de moldear las actitudes y los comportamientos del resto de la sociedad, específicamente hablando de la imagen corporal de los y las adolescentes. Esta investigación incluye estudios sobre el comportamiento de la persona en redes sociales (Benevenuto et al., 2009) y el marketing de *influencers* (Geysler, 2022).

Para llevar a cabo este Trabajo de Fin de Grado, se ha elaborado un estudio en el que se tuvieron en cuenta conceptos como, adolescencia, redes sociales, imagen corporal, autoconcepto, bienestar emocional, autoestima, ansiedad, depresión, trastornos alimenticios, etcétera.

Gracias a las investigaciones de Boyd (2014) y Contini (2015), podemos examinar cómo el uso de las redes sociales afecta a la salud mental de los y las jóvenes, destacando problemas como la ansiedad, la depresión y los trastornos alimenticios.

Además, para conocer la realidad a la que se enfrentan los y las adolescentes de hoy en día, se creó una encuesta que fue repartida a los y las estudiantes de diferentes centros educativos de Palencia, especialmente de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), Bachillerato y Formación Profesional Básica (FP Básica). Dado que nuestro objetivo era recopilar datos sobre sus percepciones y experiencias en relación con la imagen corporal y las redes sociales, quisimos orientar las preguntas de tal forma que los y las alumnas respondiesen de forma sincera y sin ser muy directas. Los resultados de estas encuestas reflejaron la percepción de los y las adolescentes en cuanto a su imagen corporal; es decir, cómo se ven a sí mismos/as y cómo las redes sociales influyen en sus ideales.

Una vez analizadas las respuestas de las encuestas, pudimos observar que la comparación social es un fenómeno significativo al que se le debe dar más importancia de la que ya tiene. Un elevado número de adolescentes reconocieron haber comparado su apariencia física con la de algún seguidor o seguidora, ya sea *influencer*, amigo/a, familiar, conocido/a... Ciertamente es que esta comparación se ve cada vez más preocupante por la influencia de los *influencers*, ya que normalmente muestran fotografías muy editadas que parecen reales sobre sus cuerpos.

Como veremos más adelante, a lo largo de este Trabajo de Fin de Grado se discuten conceptos de imagen corporal y su relación con la autoestima y la aceptación social. Vaquero-Cristóbal et al. (2013) y González García y Martín Heredia (2017) referencian aportaciones cruciales para establecer una fundamentación teórica sobre la imagen corporal y la apariencia física de dicho grupo social.

Frente a los diferentes desafíos que hemos encontrado, remarcamos la importancia de una educación integral en la que se involucre toda la comunidad educativa, ya sean padres, madres, adolescentes, educadores/as sociales, profesores/as, psicólogos/as... para poder crear un entorno de apoyo que promueva una imagen corporal saludable, una autoestima alta y cuidada, y una satisfacción con la propia apariencia física.

En definitiva, este Trabajo de Fin de Grado muestra una visión de como las redes sociales influyen en la imagen corporal de los y las adolescentes, mostrando la opinión de dicho grupo gracias a la realización de una encuesta.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general:

- Investigar el uso de las redes sociales entre adolescentes para valorar las posibles consecuencias negativas de la influencia de las redes sociales en su imagen corporal.

2.2 Objetivos específicos:

- Concienciar sobre las consecuencias negativas de un uso incorrecto de las redes sociales por parte de los/as adolescentes.
- Fomentar la autoestima de los/as jóvenes a través del análisis de la relación entre las redes sociales y la percepción de la imagen corporal.
- Reflejar la importancia de contrastar y verificar la información de los medios de comunicación.

3. JUSTIFICACIÓN

Durante mis años de formación, he tenido la oportunidad de realizar prácticas de profundización en diferentes centros educativos, tanto en colegios e institutos como en Asambleas Generales (Cruz Roja) centradas en juventud e infancia, y uno de los problemas más importantes con los que me he encontrado son las consecuencias que conlleva el mal uso de las redes sociales en los/as jóvenes, por lo que me parece interesante investigar más sobre el tema.

El desconocimiento sobre las nuevas tecnologías y las redes sociales es innegable, pues es algo que ha pasado a tener un papel primordial en la población sin que la sociedad sea consciente y apenas se conocen los riesgos reales. Sin embargo, están presentes en el día a día de un gran porcentaje de la población, especialmente en los/as adolescentes, ya sea para comunicarse, para buscar información, o simplemente para invertir en estas su tiempo libre; y en caso de no utilizar correctamente los medios de comunicación, se pueden encontrar con problemas mayores.

Por ello, se debe tener en cuenta que todas las herramientas tecnológicas deben estar controladas por personas que conozcan los riesgos puesto que es la entrada a un mundo del que podemos perder el control. Así pues, es importante enseñar a dicho grupo social la variedad de usos que se le pueden aplicar a las redes sociales, siempre desde la perspectiva de la seguridad, el conocimiento y la responsabilidad.

Asimismo, a las redes sociales se les puede dar otro uso totalmente diferente al lúdico y recreativo; es más, actualmente son consideradas una buena herramienta educativa siempre y cuando su utilización sea controlada y revisada por personas externas, y que puede favorecer a la adquisición de conocimientos, el acceso a la información, el aprendizaje personalizado, el desarrollo de las habilidades digitales y la inclusión, entre muchos otros beneficios.

Por todo lo mencionado, y tras muchas ideas, finalmente me decanté por el siguiente tema: “la imagen corporal a través de las redes sociales” enfocado a la población joven, pues actualmente los adolescentes se muestran muy vulnerables ante las opiniones que se transmiten a través de los medios de comunicación, y me resulta interesante investigar sobre las capacidades que muestran los/as adolescentes frente a las críticas y las *fake*

news, recalcando la importancia de contrastar la información que nos encontramos en las redes.

Además, se va a hacer hincapié en la autoestima y la importancia de su refuerzo a una temprana edad para que no se vea deteriorada a lo largo de la adolescencia, pues los factores externos (como las redes sociales) pueden afectar negativamente en su desarrollo.

3.1 Relación con las competencias del título

Según se expone en la Memoria Verifica del Grado de Educación Social de la Universidad de Valladolid, las competencias generales del título son los elementos o cualidades fundamentales que se desarrollan a lo largo de la etapa universitaria para dotar a los/as estudiantes con el objetivo de adquirir ciertos conocimientos, habilidades y actitudes de utilidad y desarrollar así su profesión en el ámbito educativo. Es decir, las competencias generales del Grado de Educación Social pretenden preparar a las/os futuras/os educadoras/es sociales de cara a sus futuras intervenciones, dotándoles de diversas cualidades para desarrollar una práctica de la forma adecuada.

Durante la realización del presente Trabajo de Fin de Grado se ha llevado a cabo una relación entre algunas de las competencias y la práctica educativa. Dichas competencias se dividen en los siguientes grupos: instrumentales, interpersonales y sistemáticas.

En referencia a las competencias instrumentales, nos encontramos con:

- *G1. Capacidad de análisis y síntesis*: hace referencia a la capacidad de entender un fenómeno a partir de diferencias y desglosar sus partes de forma sistemática, remarcando su jerarquía, la relación entre dichas partes y sus secuencias; además de establecer un hilo entre los diferentes elementos formando un todo significativo.
- *G5. Utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional*: explica la relación entre el uso de las TIC y el ámbito educativo/profesional, pues considera que las TIC son una herramienta de comunicación, expresión, aprendizaje, trabajo cooperativo e investigación. Esta es la competencia más visible del trabajo ya que la investigación gira en torno al uso de las TIC y las redes sociales.

- *G6. Gestión de la información:* refleja la importancia de buscar, seleccionar, ordenar, contrastar, relacionar, evaluar/valorar información que proviene de distintas fuentes.

Dentro de las competencias interpersonales, destaca:

- *G10. Reconocimiento y respeto a la diversidad y multiculturalidad:* hace referencia a la capacidad de comprender y aceptar que existe diversidad social y cultural, y verlo como un potenciador a nivel personal y colectivo. Esto tiene el fin de poder desarrollar la convivencia entre las personas sin tener en cuenta distinciones de cualquier tipo. Esta competencia está presente en mi trabajo puesto que en los contenidos que se trabajan tienen diversos enfoques como el de multiculturalidad, género, y especialmente, estereotipos.

Por último, en base a las competencias sistemáticas, he desarrollado:

- *G13. Autonomía en el aprendizaje:* pues las personas que hacen uso de las TIC como herramienta educativa pueden considerarse independientes y responsables de su propio aprendizaje, que es lo que esta competencia remarca.
- *G15. Creatividad:* se basa en la capacidad de modificar las cosas y cambiar las perspectivas, ofreciendo diferentes alternativas y novedosas. A lo largo de esta práctica, se ve reflejada esta competencia en varias ocasiones ya que las personas con redes sociales desarrollan una capacidad creativa avanzada dado que constantemente están viendo contenido, lo que les hace potenciar sus ideas.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Redes sociales y adolescentes.

Hoy en día, las redes sociales han adquirido un papel principal en la sociedad, especialmente en la vida los/as adolescentes, pues son una de las ocupaciones primordiales de su ocio y tiempo libre.

Siguiendo las palabras de Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

Son muchos/as los/as autores/as que nos ofrecen una concisa definición de las redes sociales, como Benevenuto et al. (2009), quienes afirman que a través de las redes sociales los usuarios se conectan entre sí, comparten y buscan contenido, y difunden información; o Childnet International (2008), que las define como espacios sociales diseñados para facilitar la comunicación, la colaboración y el intercambio de contenidos a través de redes de contactos y con las que los usuarios pueden administrar, construir y representar a sus redes sociales en línea.

Si algo está claro de esto es que el fenómeno *social media* está muy presente en la vida de los/as adolescentes, siendo este un concepto que abarca las redes sociales y cualquier tipo de plataforma que conlleve interacción y que forme parte de la plataforma de internet. Candale (2017) afirma que este término ha sido muy bien acogido en la sociedad, sobre todo por los/as más jóvenes, quienes tienen especial interés en compartir y crear contenido en el medio virtual.

Con el paso de los años, el crecimiento del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (en adelante, TIC) y las redes sociales ha sido evidente, pues ha aumentado tan rápido que la sociedad no ha sido del todo consciente del cambio que se ha producido. Este fenómeno ha pasado desapercibido en la sociedad, especialmente en los/as adolescentes, quienes más tiempo dedican a los medios de comunicación.

La red social personal puede tener un impacto positivo o negativo (dependiendo de su en el crecimiento y evolución de un individuo, especialmente durante las transiciones entre las diferentes etapas del ciclo vital. En el caso de los adolescentes, se plantea que la red

social influye en la forma en la que este grupo social se enfrenta los desafíos del mundo, y en su percepción tanto del entorno como de ellos mismos.

La adolescencia es una etapa crucial en el desarrollo de toda persona. En ella se alcanza la madurez cognitiva a través de la consecución del pensamiento formal, se establecen avances importantes en el desarrollo de la personalidad que se manifestarán durante la madurez y se desarrollan muchas de las conductas y actitudes sociales que rigen las relaciones con los demás. La adolescencia, además de ese significado individual, tiene trascendencia en el colectivo social: nuestros adolescentes de hoy son los ciudadanos de mañana, por lo que de ellos dependerá nuestra sociedad futura. De ahí la importancia que tiene para toda la sociedad la educación de nuestros jóvenes y adolescentes (Ángela 2014).

Para conocer algún dato específico sobre las redes sociales y los adolescentes, se recurre a varios estudios llevados a cabo por la Fundación Orange, (2012); Fundación Pfizer, (2009) y Urueña, (2011). Gracias a estas investigaciones conocemos que:

- 9 de cada 10 usuarios afirman que utilizan las redes para estar en contacto con amigos con los que se ve con frecuencia, las usan para continuar hablando con ellos, a los que ve en sus escenarios cotidianos, para establecer contacto con los que raramente ven en persona, para hacer planes y, en menor medida, para conocer y hacer nuevas amistades.
- 3 de cada 4 usuarios confirman que envían mensajes privados a los amigos o escriben mensajes en su página (muro) personal.
- 8 de cada 10 usuarios de redes sociales tienen su propio 'perfil' en alguna red social, es decir, mantienen su propia página, con sus datos personales, comentarios, imágenes, vídeos, etc. Y el 33% de estos afirman tenerlo en más de una red, proporción que aumenta de acuerdo con la edad.
- En relación al tipo de datos personales que los adolescentes proporcionan para acceder o darse de alta en las redes sociales, más del 90% indica su género; el 85% da el nombre y la edad, incluso la fecha de nacimiento; el 75,5% dice cuál es su ciudad de residencia; el 67% proporciona su dirección de correo electrónico; y el 53% aporta los datos sobre su centro de estudio y cuáles son sus gustos y aficiones. Un 16,7% ofrece su dirección postal; y algo menos, un 13,1%, su número de teléfono.

- En cuanto al número de “amigos” en sus perfiles, se relaciona directamente con la edad. Si entre 11 y 13 años la media se sitúa en 54, esta sube a 120 entre 14 y 16 años, y a 146 a partir de los 17.
- El 91 % de los adolescentes valoran positivamente poder participar en estas redes y disponer de una página personal para poder relacionarse y comunicarse.
- Es mínimo el porcentaje de adolescentes que tienen una opinión negativa sobre las redes sociales, basando sus críticas fundamentalmente en los peligros asociados a las mismas: fraudes, engaño, falta de privacidad, desconfianza, etc. (Urueña, 2011; Fundación Orange, 2012; Fundación Pfizer, 2009).

Según UNICEF (2021), el uso de las tecnologías supone un gran aporte a nivel social y emocional para los adolescentes, pero también implica una serie de riesgos que no deben pasar desapercibidos; es por ello que, siguiendo la afirmación de Fernández (2021), se debe tener siempre en cuenta que el menor es un sujeto vulnerable y siempre deben primar sus intereses y su seguridad. Entre estas necesidades o intereses puede encontrarse la integración en la sociedad, para la cual el uso de tecnologías y redes sociales es una herramienta clave.

En las redes sociales, el perfil personal constituye el espacio donde los sujetos realizan una presentación de sí a través de la selección de imágenes, fotos personales, emojis y frases que den cuenta de sus intereses, gustos y preferencias. La forma en que las adolescencias deciden administrar su perfil puede ser reveladora en cuestión de las decisiones que toman, las jerarquías que establecen y los saberes que ponen en juego en la construcción de la imagen de sí mismos que quieren presentar a los demás.

La identidad digital puede llegar a ser tan importante como la analógica, ya que se ha ido consolidando como una extensión del sujeto dentro del mundo digital. En este sentido, el perfil personal se constituye como un espacio de tensión en tanto la información que en él se comparte debe ser suficiente y atractiva para llamar la atención, pero al mismo tiempo, al ser información personal, debe considerar los riesgos que impone trascender los límites espacio-temporales de la presencia física y de una audiencia que puede llegar a desconocerse (Boyd, 2014).

Hablando de redes sociales y adolescentes, nos encontramos ante un gran debate sobre las capacidades de dicho grupo frente a las lógicas y mecanismos promovidos desde cualquier plataforma tecnológica. Se reconoce que las interacciones entre las personas es

el centro de lo virtual, la principal razón por la que se hace uso de las redes sociales. Sin embargo, la problemática se encuentra en la falta de supervisión por parte de figuras adultas, pues en su mayoría, su uso no está ni medido, ni acompañado por adultos. Por el contrario, si los padres, madres o tutores del adolescente supervisan en exceso sus redes sociales, ¿les están controlando? ¿dónde está el punto medio? ¿cómo se puede supervisar las redes sociales de un menor sin llegar a invadir su privacidad?... probablemente el no saber establecer un límite sea la razón por la que las figuras adultas no supervisan correctamente las redes sociales de los y las menores.

Entre las herramientas que han aportado a la evolución de nuestra sociedad, el acceso a la internet ha sido uno de los más destacados, ya que ha modificado el método de comunicación y ha revolucionado la economía, la política y el derecho. Ciertamente es que cada persona es totalmente libre de aportar su opinión y ofrecer su propia contribución en internet, lo que implica que los conocimientos tengan una mayor o una menor fiabilidad.

Siguiendo esta línea, resalta la necesidad de desarrollar estrategias que vayan más allá de la escuela e incluyan la colaboración del entorno familiar, la sociedad y las políticas educativas. Es importante actuar en la sensibilización de los docentes antes de que sea demasiado tarde, pues los riesgos con los que se pueden encontrar son reales. Además, el acompañamiento de los y las docentes debe comenzar en una etapa temprana, puesto que hoy en día se adquiere un dispositivo con acceso a internet muy fácilmente y con baja edad, lo que supone que creen perfiles siendo menores, y desconociendo las consecuencias.

Dado que actualmente, en internet se encuentra cualquier información de cualquier tipo, el acceso a este puede ser visto como uno de los actos básicos que facilita en grandes escalas la calidad de vida de las personas; sin embargo, esto puede resultar muy beneficioso o muy peligroso para la sociedad, pues aquí es donde se debe reflejar la importancia de contrastar toda la información que nos encontramos en la red, pues es mucho más común de lo que nos imaginamos que una noticia sea una falsa.

Es importante atender a las señales de alarma que nos indican los y las adolescentes para detectar una dependencia hacia las TIC; para ello, debemos tener claro que las siguientes actitudes podrían ser símbolo de una adicción:

- Descuidar actividades importantes, como el contacto familiar, las relaciones sociales, la salud o el estudio.
- Reducir el tiempo de descanso (dormir menos de lo necesario) por y para estar conectado a la red.
- Mentir sobre el tiempo real que se invierte en los medios de comunicación.
- Sentir adrenalina y activación cuando se hace uso de las redes.
- Asilarse socialmente, mostrar irritación frente a otros y bajar el rendimiento escolar

Para prevenirlo, debemos establecer una serie de estrategias de prevención, así como la formación al docente en cuanto a las competencias digitales, limitar el uso de dispositivos digitales, fomentar la socialización presencial y la relación directa con otras personas, potenciar otro tipo de entretenimiento (como la lectura, el cine o el deporte), o estimular el diálogo y la comunicación en la propia familia.

4.2 Educación social y redes sociales

Desde los departamentos de Pedagogía y Enfermería de la Universidad Rovira i Virgili, en 2016, se llevó a cabo una investigación sobre las redes sociales y la educación, centrándose en las actitudes de los estudiantes universitarios en relación con el uso educativo de dichos medios de comunicación. Juan González, Mar Lleixà y Cinta Espuny, los investigadores que realizaron este estudio, hicieron una encuesta con varias preguntas a un total de 141 estudiantes, quienes respondían en función de su experiencia digital, algunos de los resultados fueron los siguientes:

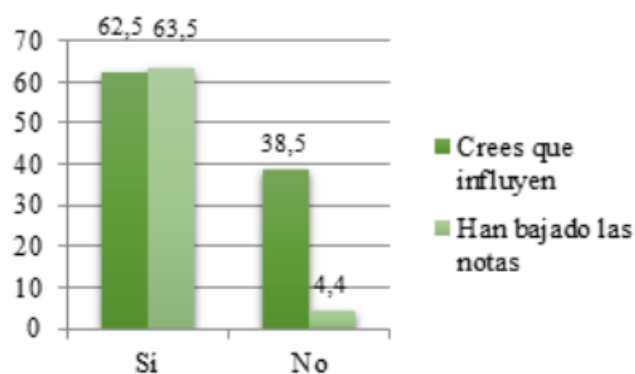
Gráfico 1. Porcentaje de utilidad educativa esperada para las redes sociales.

	Facebook	Twitter	LinkedIn	E-Learn.
Ninguna	10,9	21,7	47,8	58,7
Poca	34,8	47,8	23,9	15,2
Bastante	39,1	26,1	23,9	21,7
Mucha	15,2	4,3	4,3	4,3

Fuente: investigación de González Martínez, Lleixà Fortuño y Espuny Vidal (2016).

Los estudiantes respondieron en relación con la utilidad que ellos consideran que pueden tener las redes sociales en el ámbito educativo, sin importar su conocimiento real y desconociendo si su uso es personal o académico. Con ello se refleja que un 64,2% considera que Facebook puede ser útil, un 30,4 % piensa lo mismo de Twitter; y entre un 26 y un 28 % lo consideran para las redes sociales específicas. Por su parte, las redes como, LinkedIn e eLearningSocial, tienen un gran potencial educativo, ya que son plataformas diseñadas para conectar a profesionales y empresas, que permiten a los usuarios crear perfiles donde pueden exponer su experiencia laboral, educación, habilidades y logros profesionales, es decir, funcionan como currículums en línea. Es por ello que este tipo de aplicaciones podrían mostrar un componente positivo en relación con el resto de las plataformas.

Gráfico 2. Estadística sobre el impacto del uso de las redes en el ámbito académico.



Fuente: Texto García y Hereida (2017)

Pese a que este gráfico es simple y no abarca mucha información, los datos están más que claros. La mayoría de los y las estudiantes opinan que el uso de las redes sociales influye en el ámbito académico, es más, tienen una creencia de influencia muy negativa. Pasa lo mismo con sus calificaciones, opinan que desde que hacen uso de las redes sociales, han sufrido una bajada notoria de sus notas académicas. Por lo tanto, las redes sociales se reconocen como influencia directa en el ámbito educativo de los y las docentes.

Con respecto a la red social Instagram, actualmente, en España, Instagram cuenta con más de 22 millones de usuarios, con un aumento promedio de 2,5 millones de usuarios por año desde 2015. El perfil de usuario en Instagram es diverso, aunque el mayor porcentaje se encuentran mujeres entre los 25 y los 40 años, lo que significa aquellos que mayor participación tienen en esta red social son tanto los *Millenials* como la *Generación Z* (IAB Spain, 2022).

Hoy en día, se estudia que Instagram es la red social donde más son seguidos los *influencers*, quienes han convertido esta red social en un mercado de atención y comercio (Leaver, 2020). Convirtiéndose en la red social por excelencia en el marketing de influencia.

Siguiendo en la misma línea, es importante hablar sobre TikTok, otra red social que se ha convertido en una de las aplicaciones más descargadas con más de 3 mil millones de descargas y más de 1.000 millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo (Geysler, 2022).

Su enfoque se centra en la creación, edición y publicación de videos en diversas temáticas para fomentar la creatividad y el disfrute de los usuarios. TikTok es más popular entre la Generación Z, de entre 16 y 24 años, siendo seleccionada por el 8,9% de las mujeres y por el 5,4% de los hombres de estas edades (Bastero, 2023).

Para reflejar la evolución de esta red social, se han llevado a cabo estudios e investigaciones que muestran las siguientes cifras: es la red con un mayor crecimiento (siguiendo la inercia desde 2020); aumenta su conocimiento sugerido (de un 73% a un 75%) y uso (de un 25% a un 30% este año). Es la red que ha generado mayor volumen de visualizaciones con un crecimiento de +250% respecto a 2020 (IAB Spain, 2022).

Realizando una reflexión desde la perspectiva de la Educación Social, se observa cómo la implementación de las TIC en el ámbito educativo trae consigo una serie de desventajas. Por el contrario, también pueden ser vistas como el espacio donde los usuarios comunicativos establecen vínculos, por lo que se consideran primordiales durante el inicio de la intervención inclusiva, un proceso básico de la Educación Social.

La interacción en la educación mediada a través de los ambientes digitales adquiere vital importancia porque posibilita el encuentro entre los actores educativos, en forma asincrónica, y el manejo del tiempo y las estrategias de desarrollo de actividades. Es clave promover la interacción en un clima social que proporcione apoyo cognoscitivo y social a los estudiantes (García Cabrero et ál., 2008).

Es importante hacer hincapié en que las TIC y los medios de comunicación son herramientas que nos puede ayudar a conseguir los objetivos que los/as educadores/as sociales nos proponemos, y se debe evitar que se transformen en un objetivo principal por

sí solas; como bien dice Sera Sánchez (2012), con las TIC debemos ser “nosotros los que llevamos las riendas de la tecnología y no al contrario”.

Que una persona tenga un dispositivo tecnológico conlleva que tenga acceso a toda la información que sea de su interés, ya sean noticias de la actualidad, información académica y educativa, de entretenimiento, de salud y bienestar, empresarial, de estilo de vida...; por ello, comprender cómo encontrar y buscar información es un pilar fundamental para el adecuado desenvolvimiento en la sociedad. La búsqueda puede ser realizada en diversos medios y canales de transmisión de información, desde internet a un catálogo manual. Como consecuencia, los individuos necesitan distintos tipos de fuentes de información, según el contexto y la respuesta que buscan (Mata, Silva Casarin, Marzal, 2016).

Por su parte, la Unesco (2016) considera imprescindible la formación de la ciudadanía en la alfabetización mediática e informacional, en orden de garantizar su desarrollo en la sociedad. Así es que coloca la evaluación de la información como una herramienta fundamental para el pleno desenvolvimiento de los individuos en las sociedades democráticas.

En cuanto a los educadores y educadoras sociales, considero de principal importancia que nos formemos desde un primer momento en base a la utilización de estas herramientas, pues nos enfrentamos a un constante cambio profesional que se puede facilitar con ayuda de dichos materiales. Además, las TIC son muy útiles en la Educación Social, ya que dos de los principios básicos de esta área son el trabajo cooperativo y la colaboración entre profesionales; gracias a los medios de comunicación, los y las trabajadoras pueden trabajar a distancia a través de las pantallas, evitando la necesidad de recorrer trayectos para reunirnos y elaborar así los proyectos necesarios.

En las estadísticas actuales, tanto a nivel mundial, como en nuestro país, es notorio que está creciendo de manera importante el uso de las mismas, por lo cual, es conveniente considerarlas como espacios factibles para hacer llegar información educativa a los estudiantes que, una vez conectados, pueden aprovechar su tiempo para consultar contenidos educativos e interactuar con profesores y otros alumnos (Valenzuela, 2013).

Por otro lado, las Tecnologías de la Información y la Comunicación han facilitado la difusión de la profesión, ya que cada vez son más los/as educadores/as que utilizan las

webs y páginas de internet para darse a conocer y como método de expresión, pues se pueden abrir una serie de cuentas con sus respectivos perfiles en diferentes redes sociales y difundir así sus proyectos y creaciones educativas en forma de publicaciones digitales.

Enfocándonos en el ámbito educativo, las redes sociales tienen un impacto positivo en los adolescentes, ya que proporcionan una serie de ventajas, entre las que destacan:

- La transmisión de conocimientos y el trabajo cooperativo entre personas, además de cultivar habilidades digitales básicas que cualquier educador/a profesional debe adquirir.
- El desarrollo de aptitudes y competencias en relación con la colaboración y la ayuda mutua entre los individuos involucrados en la enseñanza.
- La motivación de los docentes, pues les incentiva a involucrarse en temas relacionados con la materia gracias a su participación activa, desarrollando a su vez las habilidades éticas.
- La promoción de su autonomía a la hora de buscar información y seleccionar los materiales que necesitan a través de las tecnologías.

Por el contrario, se debe tener consciencia sobre el impacto negativo que puede plantear el mal uso de los dispositivos digitales en el ámbito educativo; la adicción a los dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes puede acarrear una serie de preocupaciones representativas de su bienestar físico, social y emocional. Una vez que estos se ven involucrados en la adicción y el uso excesivo de las tecnologías, es complicado detectar el impacto negativo al que se enfrentan; es por ello que, se debe tener clara la finalidad del uso de las tecnologías en el ámbito educativo.

Por consiguiente, dada la temática abordada en este Trabajo de Fin de Grado, es relevante subrayar el derecho a la educación digital, como bien se estipula en el artículo 83 de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). Este artículo remarca la responsabilidad del sistema educativo en promover la inserción del alumnado en la sociedad digital, enseñándoles a fomentar el uso responsable y seguro de las tecnologías en el ámbito educativo y la práctica diaria.

Definitivamente, queda clara la relación entre la educación y las redes sociales. Autores como González, Muñoz & Álvarez de Sotomayor (2017), defienden la versatilidad entre la educación y el uso de las redes sociales. A su vez, revelan que existe una experiencia

ciertamente limitada por parte de educadores y los educandos en cuanto al uso educativo de las redes. Además, estos mismos autores coinciden en que el hecho de adentrar a los/as estudiantes en el mundo de las redes sociales dentro del contexto educativo, generaría un impacto positivo relacionado con el crecimiento personal de los docentes.

4.3 Autoconcepto, autoestima e imagen corporal en adolescentes.

Siguiendo las palabras de Contini (2015), durante la adolescencia se define la identidad, se busca el contacto con la pareja y con el grupo de pares; de lo anterior, se comprende la importancia de las habilidades sociales en esta etapa del desarrollo humano.

Las relaciones que se van formando a lo largo de las diferentes etapas de la vida se ven moderadas por una serie de constructos de tipo individual. El autoconcepto es uno de éstos, y se ha llevado a la conclusión de que mantiene relación con la percepción que tenemos de nosotros mismos y con la forma de interactuar con los demás. Además, el autoconcepto se considera un elemento central para el desarrollo de la personalidad, por lo que los y las adolescentes deben formularlo adecuadamente para evitar repercusiones negativas una vez que la personalidad ya esté desarrollada.

El autoconcepto se refiere al conjunto de rasgos y características que un individuo acepta como parte de sí mismo (Kipp, 2016). Además, es un aspecto psicosocial por destacar en la construcción de la personalidad que se condiciona en función de la percepción y las experiencias sociales, físicas y espirituales. Gracias al autoconcepto desarrollamos nuestra comprensión personal para desempeñarnos socialmente y regulamos nuestra conducta.

Hay una gran variedad de autores que han relacionado este concepto con la etapa de la adolescencia, como Harter (1999), el cual afirma que, en los últimos años, el autoconcepto es concebido como un constructo multidimensional, lo que quiere decir que las fuentes por las que está constituido son diversas y variadas. En suma, se va diferenciando gradualmente; es decir, según las personas pasamos de ser niños o niñas, a adolescentes, vamos incrementando la formación de nuestro autoconcepto.

El autoconcepto mantiene relación con la autoestima, especialmente en el desarrollo del adolescente. Centrándonos en la imagen corporal, el tema principal de este trabajo de investigación, es importante destacar que es fundamental tener una autoestima saludable

para una percepción vital y una competencia emocional, que se refleja en la percepción que tenemos de nosotros mismos. En cambio, una baja autoestima podría suponer una percepción negativa sobre nuestra imagen corporal, lo cual podría desencadenar en una serie de problemas de mayor grado, como pueden ser los trastornos alimenticios.

La imagen corporal y la autoestima muestran una relación significativa, lo que indica que, a mayor preocupación con la imagen corporal, menor autoestima. Debido a esto, es importante reflejar la importancia de trabajar la autoestima y el autoconcepto a una edad temprana, pues una vez que las personas están en la adolescencia, se muestran muy vulnerables a las críticas e influencia.

Alacid (2012) define la imagen corporal como “la imagen que forma nuestra mente de nuestro propio cuerpo, es decir, el modo en que nuestro cuerpo se nos manifiesta”. Por tanto, la imagen corporal no está necesariamente correlacionada con la apariencia física real, siendo claves las actitudes y valoraciones que el individuo hace de su propio cuerpo. Aquellos sujetos que, al evaluar sus dimensiones corporales, manifiestan juicios valorativos que no coinciden con las dimensiones reales presentan una alteración de la imagen corporal.

Siguiendo la línea de este trabajo, otro aspecto relacionado con la imagen corporal en los adolescentes importante son los medios de comunicación. Normalmente, dicho grupo hace uso de diferentes dispositivos tecnológicos, lo que implica que un mal uso de los medios suponga un incremento de la percepción negativa de su imagen corporal. Se debe concienciar a los adolescentes sobre todas y cada una de las caras de las redes sociales que puedan influir en la percepción de su imagen corporal.

Es evidente que debemos mostrarles una reflexión crítica sobre la comparación social a la que probablemente se enfrenten en las redes, pues estas ofrecen una plataforma para que cualquier navegador se compare con otras personas en cuanto a su apariencia física o imagen corporal. Este proceso de comparación es muy sencillo, una persona entra en cualquier red social, puede ser Instagram, TikTok, Twitter..., y ve una publicación que ha subido una persona a la que sigue; inmediatamente el adolescente va a tener un pensamiento (positivo, negativo o neutral) sobre la foto, la persona que lo ha subido, los *likes*, comentarios o interacciones de la publicación, la forma de edición de la imagen o vídeo, etcétera.

¿Siempre los adolescentes van a compararse socialmente con sus seguidores? No, no siempre van a hacer una comparación social con las personas a las que siguen, pues no a todas las personas se ven afectados en misma medida o manera. En cambio, vuelve a reflejar la importancia de trabajar el autoconcepto, la autoestima y la autoconfianza de los adolescentes para que la percepción de su imagen corporal no se vea perjudicada; desde luego que, si a una persona no le han enseñado a trabajar estos aspectos, las probabilidades de que la imagen corporal se vea dañada van a ser mucho mayores.

Llegados a este punto, me parece importante remarcar la postura de los personajes públicos, así como los *influencers* o las celebridades. Antes de nada, para poder hablar del tema voy a definir el concepto “*influencer*”. Según Huapaya (2019), los *influencers* son líderes de opinión en redes sociales, que manejan una gran cantidad de seguidores por la fama que poseen en el entorno digital y pueden ser utilizados por los anunciantes como herramientas publicitarias. Nada más que eso. No condicionan decisiones de consumo, son parte de la publicidad comercial.

Por otro lado, la guía INDECOPI (2019) define este concepto como persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema determinado y que, dada su capacidad de convencimiento o llegada a sus seguidores, sin tener en consideración necesariamente el número de estos puede convertirse en un componente determinante en las decisiones que los consumidores realizan en el mercado.

Como bien nos indican las anteriores fuentes, los *influencers* tienen una alta capacidad de influencia sobre el resto de la sociedad debido a su liderazgo en las redes sociales. Hablando de imagen corporal, ¿qué ocurre si los adolescentes se guían por los estándares de belleza de las celebridades? Automáticamente van a experimentar inmensos efectos negativos en su bienestar mental y emocional, entre los que pueden destacar:

- Autoimagen distorsionada, pues no van a tener la capacidad suficiente para diferenciar entre lo “realmente bonito”. Seguramente hoy en día esté presente en muchos adolescentes la idea de que lo realmente atractivo, o lo que gusta a la sociedad es lo que muestran la mayoría de los personajes públicos, creyendo que el resto de las cualidades físicas no son aptas para publicar en las redes.
- Insatisfacción corporal, lo que los adolescentes van a buscar es tener la misma imagen corporal que los *influencers*, y los estándares de belleza de estas personas

suelen ser cero realistas y muy difíciles de alcanzar. Esto conlleva a una insatisfacción persistente en los jóvenes.

- Baja autoestima, como bien he mencionado antes, una comparación de la apariencia física conlleva a una baja autoestima, pues el deseo por parecerse a un *influencer* es inalcanzable y perjudicial.
- Trastornos de ansiedad; pese a que parezca muy lejano, la comparación continua puede suponer problemas de salud mental por no sentirse lo suficientemente buenos
- Trastornos de alimentación, por lo mismo que lo anterior, intentamos imitar un cuerpo que vemos a través de las redes (que no sabemos si es real, está editado o es ficticio) y pensamos que cambiando nuestro estilo de vida restringiéndonos de comidas, haciendo dietas extremas, incluso dejando de comer, vamos a lograr tener el mismo cuerpo que nuestro *influencer* más admirado.

Para cerrar el apartado, considero de vital importancia hacer hincapié en que la preocupación actual sobre la imagen corporal está aumentando, como consecuencia de diferentes factores (medios de comunicación, *influencers* o la ausencia de trabajo de la autoestima o autoconcepto). Para evitar que esto siga creciendo es importante trabajar la autoestima de los adolescentes a una temprana edad, concienciar sobre el uso de las redes y el riesgo de un mal uso de estas, la importancia de verificar toda la información que nos encontramos en los medios de comunicación y, sobre todo, crear herramientas de intervención y prevención en contra de las consecuencias negativas.

Es importante remarcar que la imagen corporal no siempre coincide con la apariencia física real y está influenciada por actitudes y valoraciones personales. Los medios de comunicación y el uso de dispositivos tecnológicos pueden incrementar la percepción negativa de la imagen corporal entre los adolescentes. Es fundamental fomentar una reflexión crítica sobre la comparación social en redes sociales, que puede impactar negativamente la autoestima y la autoconfianza.

Los *influencers*, como líderes de opinión en redes sociales, pueden influir significativamente en la percepción de la imagen corporal. Si los adolescentes se guían por los estándares de belleza de las celebridades, pueden experimentar efectos negativos como una autoimagen distorsionada, insatisfacción corporal, baja autoestima, trastornos de ansiedad y/o trastornos alimenticios.

En conclusión, la preocupación por la imagen corporal está en aumento debido a factores como los medios de comunicación y la influencia de los personajes públicos. Para evitar o reducir estos efectos, es esencial trabajar en la autoestima y el autoconcepto de los adolescentes, concienciarlos sobre el uso adecuado de las redes sociales y crear herramientas de intervención y prevención.

5. PARTE PRÁCTICA

5.1 Introducción

La imagen corporal se ha convertido en un tema de gran relevancia entre los adolescentes, especialmente en la era digital, donde las redes sociales juegan un papel central en la vida cotidiana. Las plataformas como Instagram o TikTok no solo son espacios de interacción social, sino también lugares donde se proyectan y consumen ideales de belleza. En este contexto, los *influencers*, con su capacidad para llegar a grandes audiencias y moldear opiniones, tienen un impacto significativo en la percepción de la imagen corporal entre los jóvenes. Como es evidente, actualmente las redes sociales desempeñan un papel crucial en la vida cotidiana de los y las adolescentes, moldeando sus percepciones y actitudes sobre diversos aspectos de la vida, incluida la imagen corporal. La omnipresencia de dichas figuras públicas que promueven ciertos estándares de belleza ha generado una preocupación creciente sobre cómo estas representaciones afectan la autoestima y el autoconcepto de los jóvenes.

5.2 Metodología

Por ello, decidimos llevar a cabo una investigación cuyo objetivo es analizar cómo las redes sociales y la influencia de los personajes públicos afectan a la percepción de la imagen corporal por parte de los adolescentes. Para ello, optamos por la realización de encuestas (ver anexos) y recopilación de datos a adolescentes de entre 12 y 18 años de varios institutos de Palencia: IES Jorge Manrique, IES Virgen de la Calle, Colegio Santo Domingo de Guzmán FESD, y en el IES Trinidad Arroyo. Este enfoque permitirá obtener una visión detallada de las actitudes y sentimientos de los adolescentes respecto a su propia imagen corporal y cómo estas son moldeadas por los contenidos que consumen en redes sociales. Además, las encuestas fueron entregadas a alumnos y alumnas con diferente edad, género y nivel educativo (Educación Secundaria Obligatoria y Formación Profesional), con el fin de captar una gama variada de percepciones en función de la edad del alumnado. La encuesta incluyó preguntas clave como: "¿Crees que la imagen corporal que se muestra en las redes es la que se debe seguir como referencia para tu propia apariencia física?" y "¿Alguna vez has comparado tu apariencia física con la de algún seguidor/a o *influencer* de las redes?". Los resultados de estas preguntas los

desarrollaremos más adelante, pero revelaron datos significativos y, a veces, contradictorios sobre las percepciones y comportamientos de los estudiantes.

5.3 Resultados y análisis

Una de las primeras preguntas de la encuesta fue “¿Utilizas diariamente redes sociales como Instagram, TikTok, Twitter (X) o Telegram?”, para saber si el alumnado hacía uso de las tecnologías a diario. Para mi sorpresa, de 84 respuestas, 47 fueron con respuesta positiva, y 34 negativa. Es decir, 47 alumnos/as hacen uso diariamente de redes sociales como las mencionadas anteriormente; mientras que 34 alumnos/as no lo utilizan a diario. Cabe a destacar que de esas 34 personas que han respondido que no las utilizan, es debido a su temprana edad, ya que dichas respuestas son del alumnado con 12 o 13 años.

Por otro lado, frente a las encuestas, nos sorprendió las respuestas a la pregunta “¿Alguna vez has comparado tu apariencia física con la de algún seguidor/a o *influencer* de las redes?”.

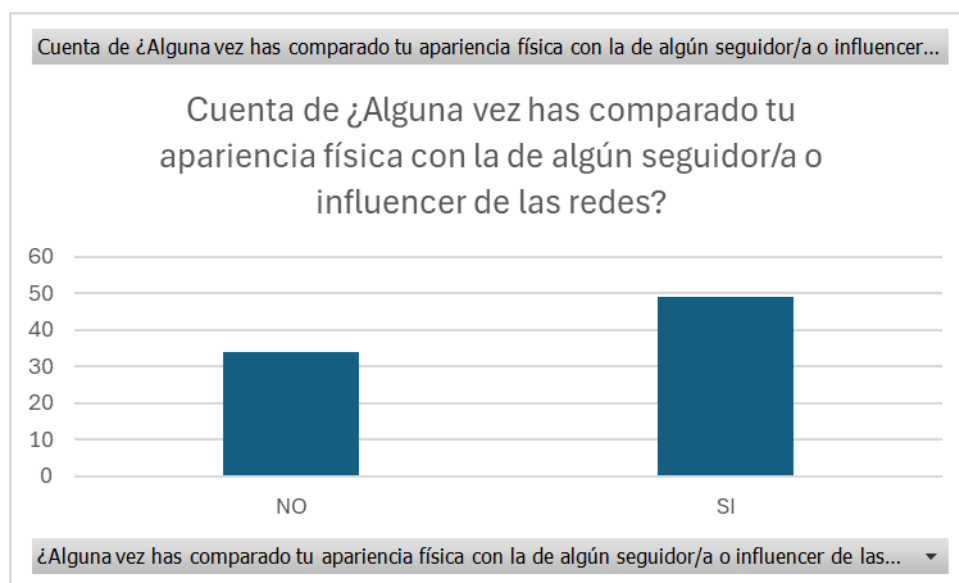


Figura 1: Elaboración propia

Como se puede observar, es más alto el porcentaje de alumnos y alumnas que admitieron que sí han realizado comparaciones de su apariencia física con la de personas que siguen en las redes sociales, lo que refleja el impacto de estas plataformas en la percepción de la

imagen corporal entre los adolescentes. Estos resultados resaltan la necesidad urgente de abordar la influencia de los medios digitales en la autoestima y bienestar de los jóvenes, promoviendo un uso más crítico y consciente de las redes sociales.

En relación con las anteriores respuestas, nos pareció interesante preguntar sobre la creencia de si los personajes públicos, a menudo promueven estándares de belleza poco realistas; por ello, añadimos la siguiente pregunta “¿Sientes que los/las *influencers* en redes sociales a menudo promueven estándares de belleza poco realistas?”. El análisis de las respuestas quedó de la siguiente forma:

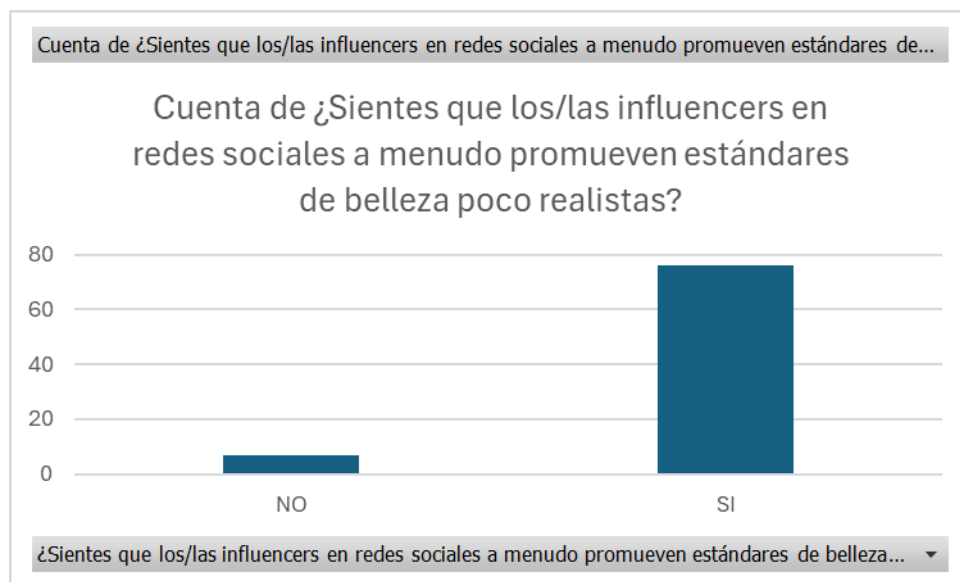


Figura 2: Elaboración propia

Como se puede observar, la mayoría de los adolescentes (alrededor de 80) siente que los *influencers* en redes sociales a menudo promueven estándares de belleza poco realistas. Solo una pequeña fracción (menos de 10) cree que no lo hacen.

Inicialmente, podría parecer que hay una contradicción entre estas dos gráficas. Es cierto que una gran mayoría cree que los *influencers* promueven estándares de belleza poco realistas, por lo que cabría esperar que también una mayoría significativa se compare con esos estándares. Sin embargo, aunque la comparación es alta, no es total, y una porción notable no lo hace. La mayoría reconoce la irrealidad de los estándares de belleza

promovidos por los *influencers*, pero no todos se ven influenciados al punto de compararse con esos estándares.

Esto puede ser debido a que los y las adolescentes pueden ser conscientes de que los estándares de belleza promovidos por los *influencers* son poco realistas, pero no necesariamente actúan comparándose con ellos. Por otro lado, entran en juego otros factores como el entorno familiar, la educación y la autoestima personal, que pueden influir en si una persona decide compararse con los estándares de belleza de los *influencers*, por ello se hace tanto hincapié en su desarrollo.

Por otro lado, consideramos de vital importancia conocer las creencias de los y las estudiantes sobre si debemos guiar nuestra imagen corporal en función de la que se muestra en las redes sociales, por ello, les pregunté lo siguiente: “¿Crees que la imagen corporal que se muestra en las redes es la que se debe seguir como referencia para tu propia apariencia física?”.

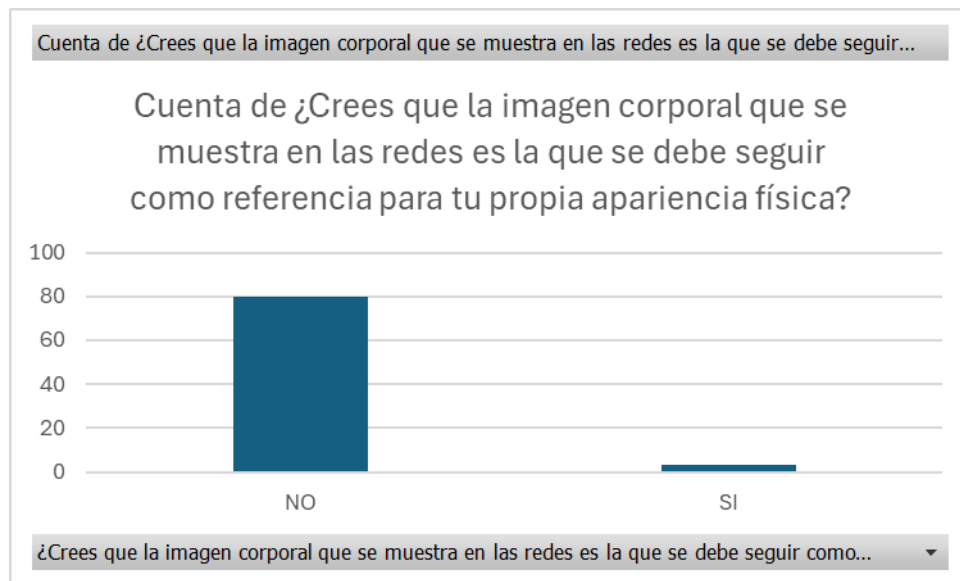


Figura 3: Elaboración propia

En esta pregunta, nos esperábamos que el total o la mayoría del alumnado respondiera que no, indicando que no creen que las imágenes corporales promovidas en las redes sociales sean un referente ideal para su propia apariencia física. Efectivamente, así fue; solamente 3 de 84 personas a las que se les pasó la encuesta respondieron lo contrario.

La mayoría del alumnado demuestra una conciencia crítica respecto a la imagen corporal en las redes sociales. Reconocen que estos estándares no son ideales ni necesariamente alcanzables. Este es un indicio positivo de que los jóvenes pueden discernir entre lo que se muestra en las redes y lo que es realista o saludable.

La respuesta negativa mayoritaria sugiere que los y las alumnas están desarrollando un autoconcepto y autoestima más sólidos, donde no dependen de las imágenes idealizadas de las redes sociales para definir su propia valía o apariencia física. Además, no se dejan guiar por los estándares de belleza que promueven los personajes públicos, como los *influencers*. Esto puede deberse a una educación previa sobre el tema o a una maduración natural durante la adolescencia, por eso es tan importante educar a las personas en base a la conciencia del uso de las redes sociales, la autoestima, los valores de aceptación y la diversidad corporal. Si el alumnado está siendo expuesto a información que les ayuda a cuestionar y analizar críticamente los contenidos de las redes, están mejor preparados para resistir la presión de conformarse a estándares poco realistas.

Por último, y en relación con la pregunta anterior, nos parecía interesante conocer su perspectiva en cuanto a la presión que han podido sentir por cumplir dichos estándares de belleza, por ello, les preguntamos lo siguiente “¿Alguna vez has sentido presión por cumplir ciertos estándares de belleza que se muestran en las redes?”

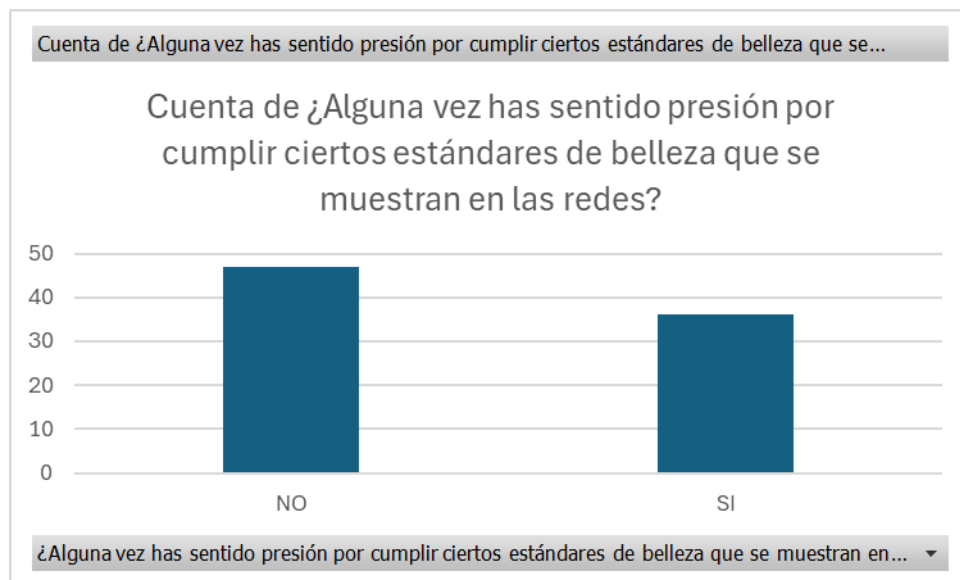


Figura 4: Elaboración propia

Para nuestra sorpresa, fue mayor el porcentaje de estudiantes que respondieron que no frente a los que sí. Aproximadamente 45 encuestados/as respondieron que no han sentido presión por cumplir los estándares de belleza en las redes sociales, lo que puede indicar una cierta resistencia o indiferencia hacia las expectativas impuestas por estos medios; el resto, aproximadamente 30 encuestados/as, indicaron que sí han sentido presión para cumplirlos. Estos últimos datos no parecen altos frente al resto, sin embargo, si nos paramos a pensar, es un número elevado de personas que sienten esa presión, lo que sugiere que una proporción considerable de adolescentes se ve afectada por los estándares de belleza que se promueven en las redes sociales. Este grupo puede experimentar efectos negativos sobre su autoestima y autoconcepto, lo que podría llevar a problemas más serios como ansiedad, depresión, o trastornos alimentarios. Es crucial identificar y apoyar a estos adolescentes a través de programas educativos y de concienciación que promuevan una imagen corporal saludable y realista.

5.4 Aportaciones desde la Educación Social

Una vez conocidas las respuestas y basándonos en ellas mismas y desde la educación social, podemos afirmar que lo ideal es trabajar con los y las adolescentes a través de una educación continua que promueva el respeto, la aceptación, la autoestima, el pensamiento crítico respecto a los contenidos de las redes sociales y la imagen corporal.

Tratando dicho tema, debemos normalizar encontrarnos con estudiantes que se encuentren en un estado anímico desfavorable, pues si no se trabaja bien los aspectos mencionados anteriormente, se pueden desencadenar diferentes problemas psicológicos como la ansiedad, la depresión o trastornos alimenticios; por ello, es recomendable ofrecer apoyo psicológico a través de recursos y técnicas a los y las estudiantes que experimentan cierta presión relacionada con la imagen corporal.

Por último, para que los y las adolescentes se mantengan empoderados y desarrollen un autoconcepto saludable y una actitud crítica frente a los estándares de belleza promovidos en las redes sociales, se debe promocionar modelos de rol en base a la diversidad corporal y una imagen saludable.

En definitiva, la intervención propuesta tiene la capacidad de marcar una diferencia significativa en la vida de los adolescentes, ayudándoles a navegar de manera segura en un entorno mediático cada vez más complejo. La colaboración entre educadores/as, psicólogos/as y las propias familias es esencial para garantizar el éxito de esta iniciativa y para fomentar un entorno educativo que promueva el bienestar integral de los y las adolescentes. Con un enfoque basado en datos y una implementación cuidadosa, podemos trabajar juntos para crear un futuro más saludable y equilibrado para la juventud de hoy en día.

Además, la educación social desempeña un papel importante en este tema, pues trabaja directamente con la persona afectada y puede hacerlo de diferentes maneras, ya sea creando espacios en los que los y las adolescentes se sientan seguros/as para expresar libremente lo que sienten, sus preocupaciones y experiencias en relación con la imagen corporal y el uso de las redes sociales; puede ayudar a desarrollar la resiliencia frente a las presiones externas, establecer grupos de apoyo, sesiones de diálogo dirigidas por los y las profesionales de la educación social, y muchas otras formas de actuación que no solo fomentan la cohesión grupal o el sentido de pertenencia, sino que también proporcionan un entorno de apoyo que se considera esencial para el bienestar de los y las adolescentes.

Desde la educación social también es importante trabajar dicho grupo la gestión emocional, la toma de decisiones, la resolución de conflictos y las habilidades sociales. Se deben integrar todas estas competencias para capacitar a los y las jóvenes en base a la educación, el bienestar y el respeto, responsabilizando efectivamente los desafíos que aparecen al hacer uso de las redes sociales y enfrentándonos a las comparaciones sociales. Otra idea de trabajo es desarrollar talleres en los que se enseñe a analizar conscientemente el contenido que los y las adolescentes consumen, identificando las manipulaciones con el fin de lograr una visión realista y saludable de la imagen corporal.

Es esencial que las familias se mantengan activas durante el proceso educativo; la colaboración con los padres y madres a través de formaciones y charlas informativas ayuda al desarrollo del proceso, pues se amplía el alcance de la intervención y se garantiza un apoyo mucho más completo para el o la adolescente. En muchos casos, las familias desconocen los riesgos del uso excesivo de las redes sociales, por lo que también se debe intervenir directamente con ellos.

Como bien es sabido, se predica con el ejemplo, y es muy importante que en el hogar se tenga una visión positiva de la imagen corporal de las personas. Equipar a las familias con herramientas y estrategias de manejo de conversaciones sobre la apariencia física y la autoestima, puede reforzar la red de apoyo en los y las hijos e hijas.

En resumen, es muy importante que la educación social trabaje la influencia de las redes sociales en la imagen corporal de los y las adolescentes a través de una intervención que atienda el apoyo psicológico, la educación continua, desarrollo de habilidades, colaboración familiar, etcétera. Debemos ofrecer un enfoque colaborativo para lograr que el objetivo perdure en el tiempo y que el bienestar sea total para las personas con las que se interviene, buscando la autoestima alta y una imagen corporal positiva, haciendo frente a las críticas sobre los estándares de belleza que se promueven en las redes sociales.

6. CONCLUSIONES

Como bien se ha visto a lo largo de este Trabajo de Fin de Grado, gracias a la parte de investigación, correspondiente con el apartado del marco teórico, y a la realización de encuestas a un público específico, hemos podido observar algunos aspectos relevantes a la hora de hablar de las redes sociales dentro de la adolescencia.

Antes de nada, es importante remarcar que las redes sociales actualmente son el mayor medio de comunicación que existe en la sociedad y, a través del cual, los/as adolescentes crean sus vínculos sociales. Ante esto, queda reflejado que durante la pandemia del COVID-19 ha aumentado el uso dichas redes sociales, especialmente de Instagram o TikTok, y gran parte de la sociedad se ha visto con la necesidad de aprender a utilizar estos medios para poder llevar a cabo diferentes tareas. Además, se debe tener en cuenta que las redes sociales están en constante evolución y desarrollo, lo que supone una innovación continua de las funcionalidades de las plataformas, un cambio en las tendencias, un impacto en la comunicación, un impacto social y cultural y el desafío de la privacidad y seguridad.

La presente investigación sobre la imagen corporal y la influencia de los personajes públicos en las redes sociales ha arrojado luz sobre la actual problemática que afecta a los adolescentes significativamente. Gracias a la recopilación y el análisis de datos obtenidos de las encuestas realizadas en diferentes centros educativos, se ha podido identificar varios puntos clave que requieren atención urgente y estratégica.

Como se ha ido mencionando anteriormente, es fundamental ofrecer a los y las adolescentes un enfoque integral que combine la educación continua, el apoyo psicológico y la promoción de modelos positivos, así como los estilos de vida saludables, la autoestima y el correcto uso de las redes sociales. Se debe empoderar a los jóvenes para que desarrollen una autoestima sólida y una actitud crítica frente a los contenidos de las mismas. En cuanto al modelo de educación e influencia, la implementación de programas educativos que fortalezcan el autoconcepto y la autoaceptación, junto con el acceso a recursos de apoyo psicológico, puede ayudar a reducir los efectos negativos de la presión mediática.

Por otro lado, una vez analizados los resultados de las encuestas, ha quedado claro que la percepción de los estándares de belleza que promueven *influencers* son poco realistas, lo

que indica una conciencia generalizada sobre la distorsión de la realidad que ofrecen dichos perfiles, además de la necesidad de una educación en base a la concienciación en este ámbito. A su vez, se debe fomentar la comprensión adecuada de la realidad y la ficción en los medios de comunicación para evitar la presión y las comparaciones negativas sobre la imagen corporal.

En cuanto a la comparación de la apariencia física de los y las encuestadas con la de los *influencers*, una gran parte del alumnado reconoce haber comparado su imagen corporal con la de algún personaje público o seguidor de las redes, lo que refleja la necesidad de trabajar la autoestima y percepción corporal desde un primer momento. Las nuevas propuestas educativas deben atender a la promoción de la diversidad corporal y la autoimagen saludable.

En torno a la mitad de las personas encuestadas, admiten que han sentido cierta presión por cumplir los estándares de belleza que ven en las redes, lo que generalmente desarrolla trastornos alimenticios, ansiedad o depresión, reflejando así la importancia de trabajar estos temas en el ámbito educativo.

La mayoría de los y las jóvenes no consideran que la imagen corporal que se muestra en las redes sociales ha de ser una referencia para su propia apariencia física; aunque pueda parecer contradictorio, gracias a estas respuestas se refleja la resistencia a las presiones externas y la concienciación sobre la irrealidad de muchos contenidos que nos encontramos en los medios de comunicación.

Esta investigación demuestra la influencia significativa de las redes sociales y los personajes públicos, así como los *influencers*, en la percepción de la imagen corporal entre adolescentes. Se necesita seguir con el desarrollo de las estrategias educativas y de intervención promotoras de la autoimagen positiva y del uso crítico de las redes sociales para evitar los efectos negativos y fomentar el bienestar emocional de los y las adolescentes.

Para cerrar el apartado, desde la perspectiva de la Educación Social se puede destacar la necesidad de educar a la comunidad, especialmente a jóvenes, en base al buen uso de las redes sociales. La colaboración entre educadores/as, psicólogos/as y las propias familias es esencial para garantizar el éxito de esta iniciativa y para fomentar un entorno educativo que promueva el bienestar integral de los y las adolescentes. Con un enfoque basado en

datos y una implementación cuidadosa, podemos trabajar juntos para crear un futuro más saludable y equilibrado para la juventud de hoy en día.

Es nuestra labor como educadoras sociales demostrar que hay múltiples de usos más allá de los recreativos para las redes sociales. Por ello, considero que la presente propuesta de intervención ha permitido ver más allá de lo normativo y, en todo momento, ha pretendido que se entienda que una acción que está vista como algo peligroso y dañino para el resto de la sociedad, se transforme en un suceso beneficioso siempre y cuando se enseñe cómo y para qué utilizarlo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Bastero, M. (2023, enero 25). Historia de TikTok: claves, curiosidades y evolución de la red social a la que todos quieren imitar. Marketing 4 e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-tiktok-que-es/>
- Beneventuo, F., Rodrigues, T., CHA, M. & Almeida, V. (2009). Characterizing User Behavior in Online Social Networks. IMC'09, November, 4-6. Chicago. USA.
- Boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), Article 11. http://www.digizen.org/socialnetworking/downloads/Young_People_and_Social_Networking_Services_full_report.pdf
- Candale, C. V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de La Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-220.
- Children International (2008). *Young People and Social Networking Services*. http://www.digizen.org/socialnetworking/downloads/Young_People_and_Social_Networking_Services_full_report.pdf
- Contini, E. (2015). Agresividad y habilidades sociales en la adolescencia. Una aproximación conceptual. *Psicodebate*, 15(2), 31-54. <https://doi.org/10.18682/pd.v15i2.533>
- Del Barrio Fernández, Á., & Ruiz Fernández, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 571–576. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2014.n1.v3.537>

- Fernández, F. R. (2021). Menores de edad, integración social y entorno digital: Garantías y derechos en la sociedad de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. *Infancia y adolescencia*, (11), 121-121.
- Fundación Pfizer. (2009). *La juventud y las redes sociales en Internet*. Madrid: Fundación Pfizer.
http://www.asociacionplazadelcastillo.org/Textosweb/INFORME_FINAL_Encuesta_Juventud_y_Red_Sociales.pdf
- García-Cabrero, B., Márquez-Ramírez, L., Bustos-Sánchez, A., Miranda-Díaz, G. A., & Espíndola, S. M. (2008). Análisis de los patrones de interacción y construcción del conocimiento en ambientes de aprendizaje en línea: una estrategia metodológica. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 10(1).
- Geysler, W. (2022, diciembre 28). Influencer Marketing. 80 Estadísticas del Marketing de Influencers para el 2023: <https://influencermarketinghub.com/es/estadisticas-de-marketing-de-influencers>
- Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, V. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia*, 29, <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- González García, E., & Martínez Heredia, N. (2017). Emociones y redes sociales en adolescentes. *Revista De Estudios E Investigación En Psicología Y Educación*, (13), 011–015. <https://doi.org/10.17979/reipe.2017.0.13.2131>
- Huapaya, A. S. (2021). ¿Qué hacer con los influencers?. *Advocatus*, (039), 297-313.
- Kipp, L. (2016). Psychosocial aspect of youth physical activity. *Pediatric Exercise Science*, 28(1), 28-31. <http://doi.org/10.1123/pes.2016-0009>
- Leaver, T.,. (2020). *Instagram: Visual Social Media Culture*.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. *Boletín Oficial del Estado*, 294, de 6 de diciembre de 2018. Referencia: BOE-A-2018-16673.

- Mata, M. L. da, Silva Casarin, H de C. y Marzal, M. A. (2016). Da educação de usuários à competência em informação: perspectivas conceituais. En: Melo Alves, F. M., Delfini Correa, E. C., y Oliveira Lucas, E. R. de (Orgs.). Competência em informação: políticas públicas, teoria e prática. Salvador – Bahia: EDUFBA. Recuperado de <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/22598>
- Muñoz Rojas, H. A. (2016). Mediaciones tecnológicas: nuevos escenarios de la práctica pedagógica. *Praxis & Saber*, 7(13), 199-221.
- Rutledge, S. A., Dennen, V. P., & Bagdy, L. M. (2019). Exploring Adolescent Social Media Use in a High School: Tweeting Teens in a Bell Schedule World. *Teachers College Record*, 121(14), 1–30. <https://doi.org/10.1177/016146811912101407>
- Sánchez, Sera. (2012). Un verano en la nube. De TIC y Educación social. *Revista Quaderns d'Educació Social*, nº 14. Barcelona: CEESC.
- Spain, I. (18 de Mayo de 2022). IAB Spain. Obtenido de Estudio de Redes Sociales 2021: <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>
- Ulrich Richter Morales. (2018). El ciudadano digital. Fake news y posverdad en la era de internet.
- Unesco (2016). Marco de avaliação global da alfabetização midiática e informacional: disposição e competências do país. Brasília: Unesco. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246398>
- Unicef (2021) impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades. Un estudio comprensivo e inclusivo hacia el uso saludable de las tic. ISBN: 978-84-124058-0-4
- Universitaria. 14 (4). Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf> Consultado: 21-septiembre 2015
- Urueña, A. (Coord.) (2011). Las redes sociales en Internet. Madrid: Observatorio

Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. Extraído el 18 de octubre de 2012 de http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. Revista Digital

Vaquero-Cristóbal, Raquel, Alacid, Fernando, Muyor, José María, & López-Miñarro, Pedro Ángel. (2013). Body image: literature review. Nutrición Hospitalaria, 28(1), 27-35. <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6016>

8. ANEXOS

8.1 Encuesta

¿Utilizas diariamente redes sociales como Instagram, TikTok o Twitter?

SÍ

NO

¿Has compartido alguna vez una noticia en redes sociales sin verificar su veracidad?

SÍ

NO

¿Te has sentido confundido/a al intentar distinguir entre noticias reales y fake news en las redes sociales?

SÍ

NO

¿Sientes que los y las influencers en redes sociales a menudo promueven estándares de belleza poco realistas?

SÍ

NO

¿Alguna vez has comparado tu apariencia física con la de algún seguidor/a o influencer de las redes?

SÍ

NO

¿Crees que la imagen corporal que se muestra en las redes es la que se debe seguir como referencia para tu propia apariencia física?

SÍ

NO

¿Alguna vez has sentido presión por cumplir ciertos estándares de belleza que se muestran en las redes?

SÍ

NO