



Universidad Del Valle

Facultad De Humanidades

Escuela De Trabajo Social Y Desarrollo Humano

Seccional Norte Del Cauca

**Influencia De Las Redes Sociales En La Construcción De Identidad Y La Sexualización
Del Cuerpo Femenino Entre Adolescentes Varones De La Institución Educativa Cauca**

Autores

JUAN JOSÉ ORTIZ GÓMEZ

ROBERTH BRAIDON SALAMANCA

Tutor:

JORGE RENTERÍA

2026

Dedicatoria

A la Universidad del Valle, sede Norte del Cauca, y de manera especial a la Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano, por ser nuestra casa de estudios durante estos años. Gracias por brindarnos las herramientas académicas y humanas necesarias para formarnos como profesionales comprometidos con la realidad social de nuestra región.

A nuestro tutor de tesis, Jorge Rentería, por su paciencia, su guía constante y su rigor intelectual. Gracias por creer en este proyecto desde el inicio, por sus orientaciones precisas y por motivarnos a profundizar en el análisis crítico, fundamentales para la culminación de este trabajo.

Nuestro profundo agradecimiento a la Institución Educativa Cauca. A sus directivos y, de manera muy especial, a los docentes que nos abrieron las puertas de sus aulas y nos brindaron su apoyo logístico y humano. Sin su disposición y colaboración para facilitar el contacto con los estudiantes, este acercamiento a la realidad juvenil no habría sido posible.

A nuestros padres, por ser el pilar fundamental de nuestras vidas. Gracias por su sacrificio, por su amor incondicional y por enseñarnos el valor de la perseverancia. Este logro académico es, en gran medida, el fruto de su esfuerzo y confianza en nosotros.

A nuestras parejas, por el apoyo emocional, la comprensión en las noches de desvelo y por ser el refugio necesario en los momentos de mayor presión. Gracias por caminar a nuestro lado y alentarnos a no rendirnos en el camino hacia nuestra meta profesional.

A todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron a la realización de este sueño.

Tabla de Contenido

Introducción.....	6
Capítulo 1.	11
Planteamiento del problema.....	11
1.1. Preguntas de Investigación Específicas	11
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Objetivo general.....	12
1.2.2 Objetivos específicos	12
1.3 Antecedentes	12
1.3.1 Redes Sociales y sus Efectos Psicosociales y Conductuales	13
1.3.2 La Construcción de la Identidad, el Cuerpo y el Género en el Entorno Digital	14
1.3.3. Aportes y Brechas en la Investigación	16
1.4 Justificación.....	17
Capítulo 2.	19
2.1 Marco Contextual	19
2.1.1. El Ecosistema Digital Juvenil en el Norte del Cauca	19
2.1.2. El Entorno Geográfico y Sociocultural: Santander de Quilichao y las Particularidades del Contexto Rural	21
2.1.3. El Foco Institucional y Poblacional: La Institución Educativa Cauca y la Mirada Masculina	22
2.1.4. Caracterización y reseña histórica de la Institución Educativa.....	23
Capítulo 3.	25
3.1 Marco teórico-conceptual.....	25
3.1.1 Conceptualización de la Identidad y la Socialización en la Esfera Digital	26
3.1.2 Análisis de la Percepción Corporal y la Sexualización Mediática.....	28
3.1.3 La Interacción de las Dinámicas Digitales y las Realidades de Género: La Influencia de Creadores de Contenido como Caso Ilustrativo	31
Capítulo 4.	35
Estrategia metodológica.....	35
4.1 Método	35
4.2 Enfoque	35
4.3 Tipo de estudio	36
4.4 Diseño	36

4.5 Muestra.....	36
4.5.1 Técnicas	37
4.5.2 Criterios de selección	38
4.6 Ruta metodológica	39
4.6.1 Fase 1: Planeación y diseño del estudio	39
4.6.2 Fase 2: Trabajo de campo	39
4.6.3 Fase 3: Análisis e interpretación	39
4.7 Aspectos éticos	40
Capítulo 5.	42
Hallazgos y análisis	42
5.1 Representaciones de género en el consumo de contenido digital.....	43
5.1.1 Patrones de Consumo de Redes Sociales entre Estudiantes Varones de Educación Media.....	43
5.1.2. Diversión como eje de enganche digital (Patrones de consumos y frecuencia de exposición)	44
5.1.3 Música y conexión emocional (Patrones de consumo y tipo de contenido).....	51
5.1.4. La dinámica de interacción juvenil con contenido sugestivo y provocativo en redes sociales: atención, significados y prácticas	55
5.2. Percepciones juveniles sobre la sexualización del cuerpo femenino en redes sociales	58
5.2.1. La Construcción de lo "Ideal" en el Entorno Digital: Una Mirada a la Sexualización Interiorizada	59
5.2.2. Criterios de Visibilidad y Valoración Algorítmica: El Cuerpo Femenino como Capital Digital.....	61
5.2.3. La Normalización de la Estética Digital: Entre lo Artificial y lo Cotidiano	65
5.2.4. La Performatividad de la Atención: El Cuerpo Femenino como Espectáculo en Redes	66
5.2.5. “Eso es normal, pero no tan real”: entre la crítica y la aceptación colectiva	69
5.2.6. La Disonancia Corporal: Impacto de la Comparación entre lo Virtual y lo Real ..	72
5.2.7. Expectativas de Género Diferenciadas: La Presión Estética sobre el Cuerpo Femenino	75
5.3 Mujeres en vitrina: Estéticas dominantes y presión visual en redes sociales	79
5.3.1. Imitar para pertenecer: Influencers, mimetismo corporal y aspiración digital	82
5.3.2. Sexualizar para entretener: Entre el deseo banalizado y la validación algorítmica	87
Capítulo 6.	90
Conclusiones	90

Capítulo 7	96
Reflexiones.....	96
Bibliografía	98
Anexos.....	103
Anexo 1. Entrevista : Redes sociales, cuerpos e imaginarios en adolescentes	103
Anexo 2. Consentimiento informado para menores de edad	105

Introducción

En la sociedad digital contemporánea, las redes sociales han trascendido su función inicial de herramientas de comunicación para convertirse en entornos fundamentales que redefinen los procesos de socialización de los adolescentes. Estas plataformas digitales actúan como crisoles donde se forjan y reconfiguran las percepciones sobre la identidad personal, las expresiones de género y la corporalidad, comprendiendo que la omnipresencia de estos espacios virtuales exige un análisis profundo de su impacto en las nuevas generaciones en lo que respecta a la representación y sexualización del cuerpo femenino.

Desde la perspectiva del Trabajo Social, se vuelve necesario examinar cómo estas plataformas mediáticas influyen en la construcción de imaginarios colectivos, particularmente en relación con la sexualización del cuerpo femenino y las implicaciones que tiene con las dinámicas intergeneracionales. Por esto, la presente investigación se enfoca en esta problemática, seleccionando como población de estudio a adolescentes varones de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Cauca, Santander de Quilichao, lo que permite un acercamiento contextualizado a las realidades de un entorno educativo rural.

El punto de partida de este estudio se origina en una paradoja observable en el contexto colombiano. Por un lado, el país ha avanzado en la implementación de políticas educativas como la Ley 176 de 2019, que promueve la "Cátedra de Media Social" con el objetivo de fomentar un uso crítico y responsable de las redes sociales. Por otro lado, los algoritmos inherentes a estas plataformas, diseñados para maximizar el "engagement" o la interacción del usuario, continúan privilegiando y amplificando contenidos que reducen a la mujer a estereotipos corporales y sexualizados.

La métrica de "engagement" se entrelaza con las vulnerabilidades psicológicas humanas, como el deseo de novedad, la excitación emocional y la búsqueda de validación social. Cuando el contenido que explota estas vulnerabilidades como el material sexualizado o controvertido genera alta interacción, los algoritmos están diseñados para amplificarlo, esto crea un potente incentivo económico para los creadores de contenido que, en última instancia, socavan los esfuerzos educativos desde el propio ecosistema digital, evidenciando una falla del mercado, donde la optimización de la atención se produce a expensas del bienestar social y el pensamiento crítico.

Los datos recientes del Pew Research Center (2023) revelan que el 62% de los adolescentes interactúa con este tipo de material sin aplicar filtros críticos. Esta cifra adquiere una resonancia particular en contextos educativos rurales como el de la Institución Educativa Cauca, en donde surge el interrogante de cómo procesan estos mensajes estudiantes que acceden a internet principalmente desde sus teléfonos inteligentes. En estas áreas, donde los recursos educativos formales o los espacios sociales alternativos pueden ser más limitados, los teléfonos inteligentes y las redes sociales podrían ejercer una influencia desproporcionada como fuentes primarias de información, entretenimiento y formación de identidad para intensificar el impacto de los sesgos algorítmicos y el contenido sexualizado, ya que los estudiantes podrían disponer de menos contranarrativas o marcos críticos para mediar estas influencias. Por ende, el costo implícito de esta dinámica es el potencial de una homogeneización cultural acelerada y la internalización de ideales externos, a menudo problemáticos, sin una mediación local o crítica suficiente.

El Ministerio de Educación Nacional (2022), identificó que el 73% de los estudiantes varones en instituciones públicas consume diariamente contenidos que presentan estereotipos de género marcados, particularmente en plataformas como Instagram y TikTok. Además, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2023) reportó que el 68% de los conflictos

intergenéricos reportados por docentes en su Sistema de Alertas Tempranas tuvieron su origen en comentarios sobre apariencia física derivados de interacciones digitales. Sumado a esto, según la Encuesta Nacional de Convivencia Escolar y Circunstancias que la Afectan (2022), solo el 29% de las instituciones educativas cuenta con programas estructurados para abordar pedagógicamente estos fenómenos.

Por esto, esta investigación busca comprender cómo los estudiantes varones de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Cauca perciben el contenido relacionado con la sexualización del cuerpo femenino en redes sociales, mediante la recopilación de testimonios y una entrevista semiestructurada, en donde se analizaron los patrones de consumo, las dinámicas algorítmicas que facilitan el acceso a este tipo de contenido y las interpretaciones que los jóvenes construyen sobre estas representaciones. Cabe señalar que no se pretende emitir juicios o valoraciones morales sobre el fenómeno, sino comprender en profundidad cómo los adolescentes interactúan con este tipo de contenido y qué significado le atribuyen en su vida diaria. En un contexto donde las redes sociales ejercen una influencia creciente en la forma en que los jóvenes perciben y comprenden la realidad, resulta fundamental analizar cómo estos espacios digitales están moldeando sus percepciones sobre el cuerpo femenino.

Esta investigación no pretende ofrecer respuestas definitivas ni proponer estrategias de intervención inmediatas, sino proporcionar una visión más profunda sobre el papel de las redes sociales en la construcción de imaginarios sobre la belleza y la feminidad. Al comprender estas dinámicas desde la perspectiva de los propios adolescentes, se espera fomentar nuevas conversaciones sobre el impacto de los entornos digitales en la forma en que las nuevas generaciones entienden y representan el cuerpo de la mujer, reconociendo que un mejor conocimiento del fenómeno es el primer paso para una interacción más efectiva y crítica con el mismo. En última instancia, esta investigación busca desentrañar cómo operan las redes

sociales en un contexto específico, con el fin de transformarlas en herramientas de educación crítica.

Para el desarrollo de la investigación, se hizo un capítulo de resultados que constituye el núcleo empírico del trabajo, donde se presentan los hallazgos y el análisis derivados del estudio, examinando las representaciones de género que emergen del consumo de redes sociales entre estudiantes varones de educación media, identificando cómo la diversión, el entretenimiento y la música se convierten en ejes centrales de enganche digital. Por otro lado, se evidencian patrones de consumo que oscilan entre lo rutinario y lo aspiracional, donde el contenido sugestivo y provocativo ocupa un lugar relevante en la configuración de prácticas, significados y percepciones juveniles.

Dentro de este mismo capítulo, se profundiza en las percepciones juveniles sobre la sexualización del cuerpo femenino en redes sociales, mostrando cómo se construyen ideales corporales que refuerzan estéticas digitalizadas y artificiales, al tiempo que normalizan prácticas de exposición y validación algorítmica. Los entrevistados manifiestan una tensión constante entre la crítica y la aceptación colectiva de estas dinámicas, lo que genera disonancias entre la autoimagen real y la virtual, intensificando las presiones diferenciadas que recaen sobre el cuerpo femenino en comparación con el masculino.

Otro eje fundamental de este capítulo es el análisis de la figura de las “mujeres en vitrina”, entendida como la representación de estéticas dominantes que se imponen en el ecosistema digital y que generan presión visual sobre las adolescentes. En este sentido, se examinan prácticas como la imitación de influencers, el mimetismo corporal como estrategia de pertenencia y la sexualización como recurso de entretenimiento y validación social, mostrando cómo estas dinámicas producen un doble efecto: por un lado, reproducen

estereotipos y desigualdades de género; por otro, abren espacios de negociación identitaria y resistencia juvenil.

También se recogen las conclusiones de la investigación, sintetizando los aportes más significativos en torno a la relación entre redes sociales, identidad, cuerpo y género, evidenciando que los entornos digitales no solo son espacios de interacción y socialización, sino también escenarios donde se reconfiguran los significados de lo masculino y lo femenino, produciendo tensiones entre autonomía juvenil y presión social, resaltando la importancia de reconocer que estas dinámicas no operan de manera uniforme, sino que están atravesadas por diversos factores socioculturales, territoriales e institucionales.

Además, se plantea que la sexualización y la performatividad del cuerpo femenino en redes sociales deben comprenderse como fenómenos complejos que involucran tanto procesos de autoafirmación como de control simbólico. Paralelamente, se hace énfasis en la forma que los estudiantes varones construyen sus identidades digitales bajo lógicas de consumo y diversión, lo cual evidencia diferencias de género en la forma en que las redes sociales afectan los imaginarios y prácticas de los jóvenes.

Finalmente, el Capítulo 7 se discuten los retos que plantean las redes sociales para la formación integral de los jóvenes, así como la necesidad de abrir debates pedagógicos, familiares e institucionales sobre el papel del ecosistema digital en la construcción de subjetividades, sugiriendo la importancia de promover investigaciones futuras y estrategias educativas que permitan afrontar críticamente la presión estética y la sexualización en redes sociales, al tiempo que fomenten un uso consciente, reflexivo y equitativo de lo digital como herramienta cultural.

Capítulo 1.

Planteamiento del problema

El problema central que aborda esta investigación radica en la influencia pervasiva de las redes sociales, y en particular de sus algoritmos, en la normalización de la sexualización del cuerpo femenino entre adolescentes varones, conduciendo a percepciones distorsionadas de la belleza y el valor femenino que contribuyen a conflictos intergeneracionales y socavan los esfuerzos educativos por fomentar una ciudadanía digital crítica. A pesar de las políticas que buscan el uso responsable de la tecnología, la lógica de las plataformas prioriza el contenido que genera mayor interacción, amplificando las representaciones sexualizadas y estereotipadas que impactan en la construcción de la identidad social de los jóvenes en entornos como Santander de Quilichao.

Para esto, se seleccionó la Institución Educativa Cauca, la cual es un centro educativo en donde los estudiantes de grados 10 y 11 han denunciado muchos casos de acoso cibernético por parte de sus compañeros, además que se caracteriza por tener un grupo de población rural e indígena de zonas apartadas que conviven con personas del área urbana del municipio

A partir de este planteamiento, se formulan las siguientes preguntas de investigación:

1.1.Preguntas de Investigación Específicas

Pregunta de Investigación Principal: ¿Cómo influyen las redes sociales en la construcción de la identidad social en los jóvenes de 10 y 11 de la Institución Educativa Cauca de Santander de Quilichao específicamente en lo que respecta a la sexualización del cuerpo femenino?

1.2 Objetivos

Los objetivos de esta investigación se han formulado para abordar el problema y las preguntas de investigación planteadas, buscando una comprensión profunda del fenómeno en el contexto específico de Santander de Quilichao en la Institución Educativa Cauca.

1.2.1 Objetivo general

Analizar la influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad social en los jóvenes de grado 10 y 11 de la Institución Educativa Cauca de Santander de Quilichao, con relación a la sexualización del cuerpo femenino

1.2.2 Objetivos específicos

1. Describir los patrones de consumo de redes sociales entre estudiantes varones de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Cauca, centrándose en sus preferencias por contenido de humor, atractivo físico, tendencias virales, bailes y música.
2. Indagar sobre las percepciones de los estudiantes sobre la sexualización del cuerpo femenino en las redes sociales.
3. Analizar las formas e influencias del contenido sexualizante en la construcción de imaginarios sobre el cuerpo de la mujer.

1.3 Antecedentes

En el marco de la presente investigación, se ha realizado una revisión exhaustiva de la literatura académica reciente que aborda el papel de las redes sociales en la configuración identitaria de los adolescentes. A partir de este análisis, se ha organizado los antecedentes en dos grandes apartados temáticos, con el fin de contextualizar y fundamentar de manera más precisa el estudio propuesto sobre la influencia de estos entornos digitales en la percepción del cuerpo femenino por parte de varones adolescentes en un contexto rural.

1.3.1 Redes Sociales y sus Efectos Psicosociales y Conductuales

Las redes sociales han modificado sustancialmente las dinámicas de socialización y la salud mental de los jóvenes. Múltiples estudios han evidenciado la doble naturaleza de estas plataformas, las cuales, si bien, ofrecen beneficios como el acceso a la información y la conectividad, también conllevan riesgos significativos. Un ejemplo de esto es el estudio de Molina (2021), quien desarrolló una investigación de tipo cuantitativo aplicando encuestas estructuradas a estudiantes de secundaria en centros urbanos de Colombia. Su población se conformó por adolescentes entre 13 y 18 años de instituciones educativas urbanas, aunque la muestra exacta no fue especificada en el estudio. Esta investigación se realizó en Sincelejo, Colombia, durante el año 2021. El autor destacó tanto las ventajas de la conectividad como las desventajas asociadas a la adicción digital, la ansiedad y el ciberacoso, concluyendo que los efectos negativos superan a los positivos en jóvenes con un uso excesivo.

Esta preocupación por el consumo excesivo también fue documentada por Jiménez y Ramírez (2021), quienes desarrollaron un estudio correlacional aplicando cuestionarios en varias escuelas limeñas. Su población estuvo conformada por adolescentes escolarizados de Lima, aunque la muestra específica no fue detallada. La investigación se desarrolló en Lima, Perú, durante el año 2021. Los autores encontraron que un alto consumo digital en escolares se asocia directamente con una disminución de habilidades interpersonales, lo que sugiere una reconfiguración de la interacción social en la era digital.

Por su parte, Paredes (2022) realizó un estudio descriptivo utilizando entrevistas y encuestas con una población de docentes de secundaria y estudiantes (aunque la muestra no fue detallada específicamente). El estudio se llevó a cabo en Quito, Ecuador, durante el año 2022. En un contexto educativo ecuatoriano, reportó casos de ciberacoso y dependencia emocional,

lo que subraya la necesidad de formar a docentes en competencias digitales y afectivas para abordar estos desafíos.

Esta transformación en las dinámicas de socialización fue conceptualizada de manera más amplia por Torre y Vaillard (2012), quienes desarrollaron un estudio exploratorio-comparativo aplicando cuestionarios y análisis de contenido digital a adolescentes usuarios de Facebook en ciudades principales de Argentina y Chile durante el año 2012. Los autores argumentaron que plataformas como Facebook han superado a los medios tradicionales, convirtiéndose en un "espacio total" donde el entretenimiento, la socialización y la construcción de identidad se fusionan, sin una clara diferenciación.

1.3.2 La Construcción de la Identidad, el Cuerpo y el Género en el Entorno Digital

Un conjunto de investigaciones se ha enfocado en cómo las redes sociales influyen en la auto-percepción y la identidad, especialmente a través de la representación del cuerpo y la estética. El trabajo de Rubio (2022) desarrolló un estudio cualitativo utilizando grupos focales y entrevistas semiestructuradas con una muestra de 20 participantes entre 13 y 18 años en un contexto latinoamericano durante el año 2022. Su objetivo se estructuró en comprender las perspectivas, experiencias y significados que los adolescentes atribuyen a las redes sociales, mediante instrumentos cualitativos que recogen discursos y experiencias subjetivas de los participantes.

En Colombia, Restrepo et al. (2019) realizaron un estudio de carácter mixto (cuantitativo y cualitativo) utilizando encuestas, entrevistas y focus group para profundizar en las percepciones sobre el cuerpo y la sexualidad, que incluía análisis de perfiles en redes sociales de adolescentes escolarizados en la ciudad de Cali, Colombia, durante el año 2019. Se demostró que las redes sociales facilitan nuevas formas de interacción y socialización para los

adolescentes. Sin embargo, también los exponen a representaciones y estándares estéticos poco realistas y altamente idealizados que genera procesos de comparación social, inseguridad y ansiedad que afectan negativamente la autoimagen.

En línea con esto, Africano et al. (2022) desarrollaron un estudio cuantitativo-descriptivo aplicando encuestas tipo Likert a una muestra de más de 100 jóvenes entre 16 y 25 años en Santander de Quilichao, Cauca, Colombia, durante el año 2022. Los autores concluyeron que existe una influencia directa de la cantidad de "me gusta" recibidos en las publicaciones de Facebook sobre la percepción del valor personal de los jóvenes, corroborando empíricamente la fuerte asociación que existe entre la aprobación social externa y la autoestima interna.

Por otro lado, la experiencia en redes sociales está influenciada por una lógica algorítmica que consolida modelos corporales hegemónicos. Según Lardies y Potes (2022), quienes desarrollaron un análisis discursivo cualitativo utilizando análisis de contenido digital y entrevistas focalizadas con adolescentes usuarios de redes sociales en un contexto colombiano durante el año 2022 (aunque los detalles específicos de la muestra no fueron especificados), las redes imponen cánones normativos que presionan a los jóvenes a buscar validación constante, adoptando discursos que privilegian la apariencia y surge un fenómeno denominado "cámara de eco estética" que se ve exacerbado por la forma en que el contenido sexualizado y estereotipado se difunde.

Esto fue analizado también por Redondo (2022), quien realizó un estudio cualitativo de análisis del discurso utilizando entrevistas y análisis de publicaciones en redes sociales con adolescentes escolarizados en Bogotá, Colombia, durante el año 2022. El autor encontró que las redes facilitan la reproducción de discursos polarizados, especialmente sobre género.

Desde una perspectiva cultural, Arévalo Cabrera et al. (2022) desarrollaron un estudio descriptivo-comparativo aplicando cuestionarios y entrevistas a jóvenes usuarios de redes sociales en zonas rurales de Ecuador durante el año 2022. Los autores señalaron que la adopción de contenidos globales puede erosionar las referencias culturales locales, un hallazgo de gran relevancia para contextos rurales.

Finalmente, Higa (2017) desarrolló un análisis de experiencia digital de género utilizando entrevistas y escalas de empatía con adolescentes varones y mujeres en un contexto latinoamericano durante el año 2017. La autora aporta desde una perspectiva de género que el uso excesivo de redes se asocia con la disminución de la empatía, especialmente en varones. Además, identificó que las adolescentes son más expuestas a contenidos que sexualizan su imagen, los cuales son validados por sus pares masculinos.

1.3.3. Aportes y Brechas en la Investigación

La revisión de la literatura ha permitido entender cómo las redes condicionan los procesos de construcción identitaria, apoyándose en conceptos como la teoría de la cosificación (Fredrickson y Roberts, 1997) y la economía de la atención (Goldhaber, 1997). Sin embargo, la investigación presenta vacíos que esta investigación busca abordar como la escasa atención a la percepción de los varones adolescentes sobre el cuerpo femenino sexualizado en redes, ya que la mayoría de los estudios se centran en la experiencia de las adolescentes, invisibilizando el papel de los varones en la reproducción o el cuestionamiento de los discursos hegemónicos.

Por otro lado, la mayoría de los estudios se han desarrollado en contextos urbanos, sin considerar las especificidades de entornos rurales o periféricos en América Latina. También, existen pocos estudios que profundizan en los procesos de internalización del contenido sugestivo, más allá de considerarlo problemático. Además, del uso excesivo de técnicas

cuantitativas que no permiten acceder a la complejidad de los significados que los adolescentes atribuyen a sus prácticas digitales.

En síntesis, se inscribe como una contribución crítica al explorar estas brechas, ofreciendo una investigación situada, sensible al género y con una metodología cualitativa que busca comprender la voz de los propios estudiantes varones en un contexto escolar rural.

1.4 Justificación

La presente investigación se erige sobre la base de una realidad ineludible: en la sociedad digital contemporánea, las redes sociales han trascendido su rol como meras herramientas comunicativas para consolidarse como entornos primordiales donde se configuran y negocian las identidades, los vínculos sociales y las percepciones sobre el género y la corporalidad en la adolescencia. Este fenómeno constituye un campo de análisis ineludible para el Trabajo Social, el cual se vuelve imperativo para examinar cómo estas plataformas influyen en la construcción de imaginarios colectivos y en las dinámicas intergenéricas, particularmente en la sexualización del cuerpo femenino.

La pertinencia de este estudio radica en la tensión crítica que identifica entre las políticas educativas nacionales y la lógica operativa de las propias plataformas digitales. Por un lado, Colombia cuenta con marcos normativos como la Ley 176 de 2019, que promueve un uso crítico de los medios sociales. Por otro, los algoritmos que gobiernan estas redes están diseñados para maximizar la interacción del usuario (el *engagement*), privilegiando y amplificando sistemáticamente contenidos que reducen a la mujer a estereotipos corporales y sexualizados. Por esto, el abordaje de esta paradoja se ve sustentada por datos alarmantes como que el 73% de los estudiantes varones consume a diario contenido con estereotipos de género marcados, el 62% de los adolescentes interactúa con material sexualizado sin filtros críticos,

y el 68% de los conflictos intergeneracionales reportados por docentes tienen su origen en interacciones digitales sobre la apariencia física (Zapata, 2024).

Asimismo, esta investigación se justifica por su enfoque contextualizado y específico. Al centrarse en adolescentes varones de los grados 10° y 11° de la Institución Educativa Cauca, en Santander de Quilichao, el estudio aborda una doble brecha en la literatura existente. En primer lugar, responde a la escasez de investigaciones que analicen estas dinámicas en contextos rurales colombianos, donde los recursos educativos formales y los espacios sociales alternativos pueden ser más limitados, otorgando a las redes sociales una influencia desproporcionada en la formación identitaria. En segundo lugar, el estudio se distancia de la mayoría de los trabajos previos que se enfocan en la experiencia de las adolescentes como receptoras de la sexualización para interrogar activamente a los varones como sujetos que consumen, interpretan, validan y re-significan dichos contenidos.

Finalmente, la relevancia de este estudio para el Trabajo Social reside en su propósito de ir más allá del diagnóstico. Al optar por un enfoque cualitativo que recupera la voz, las percepciones y las contradicciones de los propios jóvenes, la investigación no busca emitir juicios morales, sino comprender en profundidad los mecanismos de normalización y las posibles disonancias que experimentan los adolescentes. Este conocimiento es el pilar fundamental para el diseño de futuras intervenciones pedagógicas y psicosociales que fomenten una ciudadanía digital crítica. En última instancia, se justifica la necesidad de este análisis para transformar las redes sociales de meros espacios de consumo en potentes herramientas de educación crítica, un objetivo central para una disciplina comprometida con la equidad y la justicia social.

Capítulo 2.

2.1 Marco Contextual

Para comprender el contexto social y geográfico, en donde se desarrolla la investigación, se estructura un marco contextual que abarque una cobertura profunda del contexto.

2.1.1. El Ecosistema Digital Juvenil en el Norte del Cauca

Para comprender a cabalidad la influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad de los jóvenes varones y sus percepciones sobre la sexualización del cuerpo femenino, se requiere desglosar las capas geográficas, socioculturales, institucionales y normativas que configuran su realidad cotidiana. Este marco contextual se aleja de la descripción para posicionarse como un análisis de las condiciones de posibilidad que dan origen y pertinencia al problema de investigación, situando el fenómeno en la intersección de dinámicas globales y realidades locales profundamente específicas.

1. El Escenario Nacional: La Paradoja Colombiana entre Política Educativa y Lógica Algorítmica

El punto de partida contextual es la República de Colombia, una nación que enfrenta, el desafío de integrar la ciudadanía digital en su proyecto educativo. En este ámbito, el país ha mostrado avances formales significativos, entre los que destaca la promulgación de la Ley 176 de 2019, mediante la cual se promueve la "Cátedra de Media Social" en las instituciones educativas, con el objetivo de fomentar en las nuevas generaciones el uso crítico, ético y responsable de las plataformas digitales, dotándolas de herramientas para navegar en un entorno mediático cada vez más complejo. Este marco normativo refleja un reconocimiento oficial de la centralidad de las redes sociales en la vida juvenil y de la necesidad de una intervención pedagógica estructurada por parte del Estado.

Sin embargo, esta voluntad política se confronta con la arquitectura del ecosistema digital, ya que mientras el sistema educativo busca promover el pensamiento crítico, las plataformas que los jóvenes habitan operan bajo una "lógica de monetización de la atención digital" que a menudo va en contravía de dichos objetivos. Los algoritmos de redes como TikTok e Instagram no están diseñados con fines pedagógicos, sino para maximizar la interacción y el tiempo de permanencia del usuario, una métrica conocida como engagement. Para lograrlo, estos sistemas "privilegian y amplifican contenidos que, de manera recurrente, reducen a la mujer a estereotipos corporales y sexualizados", ya que este tipo de material, al apelar a "vulnerabilidades psicológicas humanas, como el deseo de novedad, la excitación emocional y la búsqueda de validación social", ha demostrado ser altamente eficaz para capturar la atención.

Esta tensión estructural no es una abstracción teórica; sus efectos son medibles y preocupantes a nivel nacional, un estudio del Ministerio de Educación Nacional (2022) reveló que el 73% de los estudiantes varones en instituciones públicas consume diariamente contenidos con estereotipos de género marcados. Por su parte, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF, 2023) reportó a través de su Sistema de Alertas Tempranas que el 68% de los conflictos intergenéricos comunicados por docentes tuvieron su origen en comentarios sobre la apariencia física derivados de interacciones digitales. La brecha entre la política y la práctica se hace aún más evidente al constatar que, según la Encuesta Nacional de Convivencia Escolar y Circunstancias que la Afectan (2022), solo el 29% de las instituciones educativas del país cuenta con programas estructurados para abordar pedagógicamente estos fenómenos, esto devela un campo de disputa donde los esfuerzos educativos por una ciudadanía digital crítica son sistemáticamente socavados desde el propio diseño tecnológico de las herramientas que buscan regular.

2.1.2. El Entorno Geográfico y Sociocultural: Santander de Quilichao y las Particularidades del Contexto Rural

La investigación desciende desde el plano nacional para situarse en una realidad territorial específica: el municipio de Santander de Quilichao, ubicado en el norte del departamento del Cauca. La elección de este escenario es deliberada y estratégica, pues permite estudiar el fenómeno en un contexto educativo rural y semiurbano, llenando una brecha significativa en la literatura, que tiende a centrarse en contextos urbanos o del Norte Global. Esta localización es fundamental, pues las dinámicas de consumo digital adquieren matices particulares en entornos no metropolitanos.

En áreas como Santander de Quilichao, es plausible que las redes sociales y los dispositivos móviles ejerzan una "influencia desproporcionada". La posible escasez de "recursos educativos formales o los espacios sociales alternativos" puede convertir al teléfono inteligente en la ventana principal, y a veces única, al mundo globalizado, así como en la fuente primordial de "información, entretenimiento y formación de identidad". Esta centralidad del dispositivo móvil como mediador casi exclusivo con el exterior intensifica el impacto de los sesgos algorítmicos y del contenido sexualizado, ya que los estudiantes podrían disponer de "menos contranarrativas o marcos críticos para mediar estas influencias".

Este fenómeno conlleva un riesgo latente de "homogeneización cultural acelerada y la internalización de ideales externos, a menudo problemáticos, sin una mediación local o crítica suficiente", como señalan estudios en contextos rurales de otros países latinoamericanos, la penetración de las redes puede debilitar las referencias comunitarias locales al fomentar la adopción de costumbres y estéticas foráneas. Por lo tanto, estudiar las percepciones de los jóvenes en Santander de Quilichao no solo permite comprender su realidad, sino también analizar cómo las narrativas globales sobre el cuerpo y la feminidad son recibidas, interpretadas

y posiblemente resignificadas en un contexto local con sus propias tradiciones y tensiones socioculturales.

2.1.3. El Foco Institucional y Poblacional: La Institución Educativa Cauca y la Mirada Masculina

Dentro de este marco geográfico, el estudio se acota a un espacio institucional concreto: la Institución Educativa Cauca, un centro educativo de carácter público. La población de estudio se define como adolescentes varones que cursan los grados 10° y 11°. Esta doble delimitación—institucional y poblacional— es una de las mayores fortalezas y justificaciones de la investigación.

La elección de esta población responde directamente a una de las brechas más evidentes en la investigación actual: la escasa atención otorgada a la percepción de los varones adolescentes respecto al cuerpo femenino sexualizado en redes sociales, mientras un corpus robusto de literatura ha explorado la experiencia de las adolescentes como receptoras de presiones estéticas y víctimas de cosificación, son escasos los trabajos que interrogan activamente a los varones como sujetos que consumen, validan y reinterpretan dichos contenidos. Esta omisión, como se señala en los antecedentes, invisibiliza el papel que los adolescentes hombres desempeñan en la reproducción o cuestionamiento de los discursos hegemónicos sobre género y deseo. Por tanto, al centrarse en la mirada masculina, este estudio busca aportar una pieza clave para una comprensión más integral y relacional del fenómeno, indispensable para el diseño de estrategias educativas con enfoque de género que incluyan y dialoguen con las masculinidades en formación.

La relevancia de investigar en esta institución y región se ve también sustentada por los hallazgos de estudios previos en el área de influencia. Una investigación realizada específicamente en Santander de Quilichao por Africano, et.al (2022) ya había concluido que

redes como Facebook influían directamente en cómo los jóvenes percibían su valor personal, asociando la aceptación social a métricas digitales como los "me gusta". De manera similar, un estudio con estudiantes de secundaria en la cercana ciudad de Popayán, realizado por

Por su parte, Restrepo, et.al (2019), evidenció que, si bien las redes abrían formas de interacción, también exponían a los adolescentes a "representaciones estéticas que generan inseguridad y comparaciones constantes", incluso a nivel universitario, en la sede Norte del Cauca de la Universidad del Valle, una investigación de Morán y Popo (2015) ya documentaba cómo los jóvenes construían versiones idealizadas de sí mismos para ajustarse a "estéticas normativas y estrategias de atracción visual".

En conjunto, estos antecedentes locales y regionales pintan un cuadro coherente: la población juvenil del norte del Cauca ya experimenta de manera palpable las presiones identitarias y estéticas del entorno digital. Lo que este estudio aporta de manera novedosa y necesaria es la exploración profunda y cualitativa de cómo estas dinámicas son vividas, percibidas y narradas desde la perspectiva específica de los adolescentes varones de la Institución Educativa Cauca, un grupo cuya voz ha sido hasta ahora mayoritariamente silenciada en la investigación académica sobre este tema.

2.1.4. Caracterización y reseña histórica de la Institución Educativa

La Institución Educativa Cauca, inicia en 1851 por orden de la cámara provincial con dos profesoras y bajo la dirección de la señora Micaela Ayerbe. Debido a la revolución, en el año de 1899 se ordena el cierre de establecimientos públicos y se utiliza la sede como cuartel del ejército y posteriormente pasaría a ser un Hospital. Sin embargo, en 1903, la escuela fue reabierta por las hermanas religiosas de la Caridad para ser una “Escuela para Niñas”, bajo la dirección de la Superiora Josefina Arboleda (Institución Educativa Cauca, 2011).

En 1909, se le cambio el nombre por escuela Santander 01, debido a la creación de una segunda escuela, en 1936, le dieron el nombre de Escuela Cauca, hasta el año de 1944 estuvo bajo la Dirección de las hermanas de la caridad. No obstante, en el año 1945 se nombra como directora la señorita Cecilia Figueroa, y contaba con 5 profesoras y en los años subsiguientes paso a ser dirigida por diferentes docentes (Institución Educativa Cauca, 2011).

El 9 de marzo de 1968 se traslada a un nuevo local, ubicado en la Carrera 9 # 1 – 14 con 5 aulas de clases y 6 profesoras, y en el año de 1991 se vuelve mixta. En 1993 es nombrada Mery Fabiola Velásquez Gómez como directora con la colaboración de 11 profesores. Para 2004, se forma la Institución Educativa Instituto Técnico como una de sus sedes, con el nombre de “Institución Educativa Instituto Técnico sede Cauca”, pero en el año 2009 debido a la falta de cupos en grados sexto, junto con la alcaldía municipal, se decide crear una Institución para aumentar la cobertura en grados sexto hasta noveno con la proyección de terminar el bachillerato, mediante la resolución de Reconocimiento 10072 de noviembre 30 del 2009, por la cual fue nombrada Institución Educativa Cauca. Para el año 2011, mediante la Resolución 00133 del 13 de Enero del mismo año, se autoriza ofrecer el nivel Media, es decir la apertura de grado decimo y once (Institución Educativa Cauca, 2011).

Capítulo 3.

3.1 Marco teórico-conceptual

El presente informe aborda la compleja y multifacética influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad social de los jóvenes, con un enfoque crítico en la sexualización del cuerpo femenino. En la sociedad digital contemporánea, las redes sociales han trascendido su función inicial de herramientas de comunicación para convertirse en entornos fundamentales que redefinen los procesos de socialización adolescente, reconfigurando profundamente las nociones de identidad, género y corporalidad. Este fenómeno plantea un problema central: la normalización de la sexualización del cuerpo femenino entre adolescentes varones, impulsada por la lógica algorítmica de las plataformas, lo que conduce a percepciones distorsionadas de la belleza y el valor femenino, contribuyendo a conflictos intergenéricos y socavando los esfuerzos educativos por fomentar una ciudadanía digital crítica.

Para comprender esta problemática, un marco teórico robusto se vuelve indispensable para construir una lente analítica multi-capas, demostrando cómo diversas perspectivas sociológicas y psicológicas se entrelazan. El objetivo es ofrecer una comprensión más profunda de la interacción compleja entre los entornos digitales, la formación de la identidad y la sexualización del cuerpo femenino. La comprensión de estas teorías no es meramente académica; es fundamental para desentrañar los mecanismos del daño en la esfera digital y para diseñar intervenciones efectivas que aborden tanto la infraestructura tecnológica como el comportamiento humano.

3.1.1 Conceptualización de la Identidad y la Socialización en la Esfera Digital

Las plataformas digitales contemporáneas han evolucionado hasta convertirse en elementos estructurales de la experiencia juvenil, trascendiendo su función básica de herramientas comunicativas para configurarse como entornos complejos de negociación y producción subjetiva. Para los adolescentes actuales, estas plataformas representan escenarios fundamentales de socialización donde se edifica, se representa y se legitima tanto la identidad individual como la colectiva. Esta dimensión adquiere relevancia particular desde la perspectiva del Trabajo Social, disciplina que reconoce la centralidad de los contextos simbólicos y culturales en los procesos de constitución del sujeto.

La conceptualización del capital simbólico desarrollada por Pierre Bourdieu (2011) proporciona una lente analítica para examinar cómo determinados elementos —reconocimiento, visibilidad, pertenencia grupal— adquieren valoración dentro de contextos sociales particulares. En el ámbito digital, esta forma de capital se materializa a través de interacciones medidas por likes, comentarios, seguidores y dominio de contenidos virales. Para la población adolescente, la participación activa en estos intercambios simbólicos trasciende lo superficial: constituye una estrategia de posicionamiento dentro de su campo social específico, un mecanismo para obtener reconocimiento y establecer pertenencia. Esta perspectiva encuentra articulación directa con los planteamientos del Interaccionismo Simbólico propuesto por Blumer (1982), quien argumenta que los significados se originan en la interacción social: precisamente en estos intercambios simbólicos los adolescentes elaboran sentido respecto a su identidad, mediante signos que obtienen valoración dentro de sus comunidades digitales particulares.

Esta construcción teórica se enriquece con los aportes de Serge Moscovici (1979), quien conceptualiza las representaciones sociales como estructuras organizadoras de la realidad compartida. En los entornos de plataformas digitales, los jóvenes no únicamente intercambian símbolos, sino que consolidan representaciones colectivas que se normalizan mediante el humor, la estética y la repetición constante. El meme, dentro de este contexto, no solamente organiza la experiencia juvenil, más bien que reproduce discursos de género que, aunque se presenten como inofensivos, consolidan patrones culturales con sesgos sexistas. Aquí se evidencia una conexión clara con Judith Butler (2007), quien establece que el género se construye performativamente: los adolescentes internalizan y replican estos códigos digitales, y mediante esta acción, no únicamente los reproducen, sino que contribuyen activamente a su persistencia y legitimación social. La performatividad, entonces, no constituye un acto individual, sino una respuesta colectiva a expectativas simbólicas que encuentran en el entorno digital un contexto propicio para su naturalización.

Al integrar esta noción con la teoría de la masculinidad hegemónica desarrollada por R.W. Connell (1995), se hace visible cómo los jóvenes no solamente internalizan mandatos de género, sino que los representan en la esfera digital como formas legítimas de pertenencia y afirmación. Connell (1995) comprende la masculinidad hegemónica no como identidad individual, sino como posición de poder que se reproduce socialmente. De esta manera, el humor, el lenguaje irónico y las referencias compartidas entre pares se transforman en mecanismos mediante los cuales se consolida una identidad masculina excluyente y jerárquica, articulando a Connell (1995) con Butler (2007) y Moscovici (1979) en un eje analítico común: la construcción social del género desde lo simbólico, lo reiterativo y lo colectivo.

Esta interacción entre capital simbólico, representación social, performatividad y hegemonía facilita la comprensión de la identidad adolescente como una construcción situada

que se produce en contextos digitales mediados por reglas de validación, humor y poder. Desde el Trabajo Social, comprender esta complejidad no únicamente implica identificar los conceptos, también requiere articularlos para desentrañar cómo se sostienen mutuamente en la cotidianidad juvenil.

3.1.2 Análisis de la Percepción Corporal y la Sexualización Mediática

La representación del cuerpo femenino en las redes sociales constituye uno de los dispositivos más eficaces para la reproducción simbólica del género. A través de una lógica de exposición, valoración y deseo, se construyen imaginarios corporales que moldean tanto la autopercepción de las adolescentes como las expectativas de los varones. En este sentido, la teoría de la cosificación de Fredrickson y Roberts (1997) resulta clave para comprender cómo las mujeres son socializadas para adoptar una mirada externa sobre sus propios cuerpos, internalizando un punto de vista que las convierte en objeto de observación y juicio constante. Esta lógica se intensifica en el entorno digital, donde los cuerpos son producidos y consumidos como mercancías visuales, especialmente cuando estos cuerpos femeninos se presentan como recurso para obtener atención.

Esta mirada no se limita al plano estético, sino que produce implicaciones psicológicas profundas. En articulación con la teoría de la disonancia corporal de Thompson et al. (1999), se puede observar cómo los ideales de belleza inalcanzables, promovidos masivamente por las plataformas, generan una brecha entre el cuerpo real y el cuerpo idealizado. Esta disonancia se manifiesta tanto en las mujeres que buscan encarnar ese ideal como en los varones que lo toman como referencia de atracción, reforzando así una cultura de validación externa basada en la estética. Aquí se entrelazan ambas teorías: mientras Fredrickson y Roberts (1997) analizan la mirada objetivante, Thompson et al (1999) permiten comprender sus efectos emocionales y

conductuales en la subjetividad juvenil, evidenciando un ciclo de retroalimentación entre representación, deseo y autoevaluación.

Desde la economía de la atención, Goldhaber (1997) explica cómo los algoritmos privilegian el contenido que más impacto visual genera. De esta forma, el cuerpo femenino se convierte en un recurso estratégico para captar vistas, likes y comentarios, reproduciendo una lógica mercantil donde la visibilidad se confunde con valor social. En esta misma línea, Eva Illouz (2007), al hablar del capitalismo emocional, muestra cómo las emociones, los afectos y las relaciones se integran al sistema de circulación digital como mercancías. La sexualización no es solo visual, sino también afectiva: la promesa de deseo, validación o romance se transforma en atractivo emocional que se monetiza simbólicamente. Así, el cuerpo femenino no solo se consume con la mirada, sino también con las emociones que se producen en torno a él.

Los planteamientos de Jarman et al. (2021) permiten completar esta red teórica al introducir la noción de ambivalencia juvenil frente a contenidos problemáticos. Numerosos adolescentes reconocen que los contenidos que consumen sexualizan a las mujeres o perpetúan estereotipos, pero aun así los disfrutan, los comparten y los validan. Esta tensión entre crítica y complicidad no es menor: constituye un fenómeno psicosocial en el que se naturaliza el consumo de desigualdad como parte del entretenimiento cotidiano. Así, la cosificación, la disonancia corporal, la lógica algorítmica, la economía emocional y la ambivalencia se entrelazan para mostrar cómo la percepción del cuerpo en la era digital no es solo una cuestión estética, sino una construcción social compleja atravesada por relaciones de poder, deseo y control simbólico.

En esta configuración compleja, Angela McRobbie (2015) aporta la comprensión del postfeminismo contemporáneo, donde la sexualización ha dejado de ser impuesta de forma

directa por figuras patriarcales para ser asumida como elección libre, aunque dicha elección está moldeada por normas culturales invisibles. Gill (2007) complementa este análisis al desarrollar la perspectiva de la autoexposición sexualizada como mandato neoliberal, donde las adolescentes son convocadas a mostrarse no por imposición externa directa, sino por una exigencia internalizada que les señala que solo mediante ciertos códigos de visibilidad podrán ser reconocidas. Gill (2008) profundiza esta línea argumentando que este fenómeno produce una forma de autoobjetivación que se disfraza de libertad, pero que refuerza los sistemas de género tradicionales bajo una nueva retórica de empoderamiento individual.

Marwick (2015) contribuye mostrando cómo esta lógica no se impone de forma autoritaria, sino que opera a través del deseo de pertenecer a una comunidad simbólica de reconocimiento, lo que conecta directamente con el capital simbólico de Bourdieu (2011) y las representaciones sociales de Moscovici (1979).

La percepción corporal y la sexualización mediática se articulan a través de distintos procesos interrelacionados: la cosificación, que convierte al cuerpo femenino en objeto de observación y valoración estética; la disonancia corporal, que evidencia la distancia entre el cuerpo real y los ideales promovidos; la economía de la atención (Goldhaber 1997), que mercantiliza dicha brecha como recurso visual; y las dinámicas postfeministas, que presentan la autoexposición sexualizada como expresión de empoderamiento individual.

Estos procesos configuran un sistema simbólico en el que los adolescentes reconocen la construcción normativa de la belleza, pero asumen activamente su reproducción en entornos digitales, reforzando así patrones de género y jerarquías corporales. De este modo, la influencia de las redes sociales emerge como un factor determinante en la modificación continua de las representaciones corporales y las prácticas identitarias en la adolescencia.

3.1.3 La Interacción de las Dinámicas Digitales y las Realidades de Género: La Influencia de Creadores de Contenido como Caso Ilustrativo

En el ecosistema digital contemporáneo, los creadores de contenido han adquirido una influencia significativa en la configuración de imaginarios sociales, especialmente entre públicos adolescentes, a través de sus discursos, estéticas y modos de interacción, estos agentes digitales no solo entretienen, sino que también median formas de entender el mundo, las relaciones y, particularmente, las dinámicas de género. Esta sección se propone analizar cómo la figura de un influencer colombiano ejemplifica la cristalización de las lógicas previamente desarrolladas: la economía de la atención (Goldhaber 1997), la performatividad de género, la cosificación, la hegemonía masculina y la ambivalencia subjetiva.

El contenido que produce este creador se caracteriza por la exaltación de una masculinidad dominante, sostenida por el uso reiterado de expresiones misóginas, referencias sexuales explícitas y representaciones cosificadas de las mujeres. En este sentido, Fredrickson y Roberts (1997) permiten entender que esta práctica no solo cosifica a las mujeres en términos visuales, sino que enseña a los adolescentes a mirarlas desde una posición de superioridad, consolidando una lógica de desigualdad desde el consumo. Esta cosificación reiterada se convierte en pedagogía visual que naturaliza la subordinación de lo femenino como elemento humorístico o como recurso de validación masculina.

Desde la teoría de la performatividad de género de Butler (2007), estas expresiones no se limitan al plano del lenguaje: constituyen actos reiterativos que producen efectos materiales sobre las subjetividades. Los adolescentes que replican frases, gestos o actitudes de este influencer están re-inscribiendo en sus cuerpos y discursos una masculinidad que se legitima por su capacidad de dominar, provocar y ridiculizar al otro. En este punto, se articula con Connell (1995), para quien la masculinidad hegemónica no es una identidad individual sino

una posición de poder que se reproduce socialmente, reforzando la performatividad y la hegemonía, para dar lugar a una cultura digital que premia lo viril, lo agresivo y lo irreverente.

Este fenómeno se sustenta, además, en la lógica algorítmica que Goldhaber (1997) describe como economía de la atención. El contenido que más reacciones genera —ya sea por escándalo, humor o provocación— es aquel que obtiene mayor visibilidad y, por ende, más rentabilidad simbólica y económica, así, como el discurso misógino no es un accidente, sino una estrategia funcional al sistema digital. También el influencer se convierte en una figura rentable precisamente porque reproduce estereotipos de género que capturan la atención y generan conversación, convirtiendo la controversia en capital simbólico y al influencer en un agente con poder performativo y pedagógico (Bourdieu, 2011).

En este sentido, Moscovici (1979) desde la teoría de las representaciones sociales contribuye a este análisis al mostrar cómo estas expresiones digitales no operan aisladamente, sino que se convierten en representaciones sociales compartidas. Por esto, la repetición de expresiones del influencer por parte de los adolescentes entrevistados evidencia que su discurso ha sido interiorizado y resignificado en clave cotidiana, no solo reforzando los estereotipos, sino legitimando como parte del repertorio cultural juvenil la ambivalencia descrita por Jarman et al. (2021): los adolescentes reconocen que el contenido del influencer puede ser problemático, pero lo validan por su humor, su notoriedad o su capacidad de generar identificación.

Esta ambivalencia es una de las claves más complejas del análisis, no se trata de una contradicción moral sin consecuencias, sino de un mecanismo psicosocial que permite a los jóvenes sostener simultáneamente una conciencia crítica y una participación activa en la reproducción de discursos sexistas. La lógica de la viralidad, el humor como válvula de escape

y la necesidad de pertenecer a una comunidad digital operan como fuerzas que amortiguan la disonancia ética, normalizando el consumo de contenidos problemáticos.

Desde una mirada de Trabajo Social, el fenómeno analizado plantea interrogantes cruciales sobre la formación de subjetividades en la era digital. Si la figura del influencer se convierte en modelo aspiracional, entonces intervenir sobre los procesos de socialización masculina implica problematizar las plataformas, los algoritmos, las estéticas y los discursos que conforman ese modelo. La educación crítica en medios, el acompañamiento reflexivo y la promoción de referentes alternativos se presentan como estrategias urgentes para disputar el sentido común digital que legitima la desigualdad bajo el disfraz del entretenimiento.

En síntesis, este caso no debe interpretarse como un fenómeno aislado, sino como un ejemplo paradigmático del entrelazamiento entre dinámicas digitales, construcción de género y reproducción de jerarquías simbólicas. Al integrar las nociones de cosificación, performatividad, hegemonía, atención algorítmica y ambivalencia subjetiva, se revela un campo de análisis donde las prácticas cotidianas de los adolescentes no solo reflejan el orden social, sino que lo constituyen activamente a través del consumo, la repetición y la circulación de discursos normalizados en las redes sociales.

A lo largo de este marco conceptual se ha evidenciado cómo la experiencia adolescente en el entorno digital no puede ser comprendida como una simple extensión de la interacción social presencial, sino como un espacio con lógicas propias de producción, validación y reproducción de subjetividades. Desde la conceptualización de la identidad y la socialización en redes, pasando por el análisis crítico de la percepción corporal y la sexualización mediática, hasta la figura paradigmática del creador de contenido como modelo aspiracional, se ha construido un entramado teórico que pone en diálogo diferentes perspectivas para comprender las complejidades de la formación juvenil en contextos digitales.

En conjunto, las teorías revisadas no solo han ofrecido un marco explicativo robusto, sino que, al ser puestas en relación, permiten identificar mecanismos estructurales de reproducción de la desigualdad. El caso del influencer colombiano, más que un fenómeno anecdótico, ha sido abordado como una evidencia empírica que cristaliza y reactualiza estos procesos. Su análisis ha permitido mostrar cómo las lógicas algorítmicas, los sistemas de representación y las formas de humor y validación digital no son neutrales, sino profundamente imbricadas en estructuras de poder y dominación simbólica.

Desde el Trabajo Social, estas reflexiones adquieren un valor estratégico. Comprender los códigos que estructuran la experiencia digital de los adolescentes varones es fundamental para diseñar intervenciones pertinentes que promuevan una ciudadanía crítica, afectiva e inclusiva. La apuesta no es simplemente por regular el contenido, sino por disputar los sentidos, promover narrativas alternativas y fortalecer espacios de reflexión que permitan a los jóvenes desarrollar una mirada ética y comprometida frente a las dinámicas que los interpelan diariamente.

Capítulo 4.

Estrategia metodológica

En el siguiente apartado se establece la estrategia metodológica con la cual se llevó a cabo la investigación descrita, se aplicó la entrevista semiestructurada en función de los intereses de la investigación.

4.1 Método

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, entendido como una estrategia que permite acceder a las construcciones subjetivas de los actores sociales, privilegiando la comprensión profunda de significados en contextos específicos (Denzin y Lincoln, 2012). Este enfoque resulta pertinente para captar las experiencias, percepciones y representaciones que los adolescentes varones configuran en torno a la identidad, el cuerpo y las dinámicas de género dentro del entorno digital. Tal como señalan Flick (2007) y Hernández, Fernández y Baptista (2014), el método cualitativo posibilita explorar fenómenos simbólicos complejos, como la performatividad de género, la sexualización mediática y la apropiación cultural de referentes digitales, respetando su carácter situado, subjetivo y relacional.

4.2 Enfoque

El enfoque hermenéutico-interpretativo orienta la presente investigación, dado que este privilegia la comprensión de los sentidos que los sujetos otorgan a sus prácticas, discursos y experiencias (Gadamer, 1991). Desde esta perspectiva, el conocimiento no se construye desde la objetividad positivista, sino desde el diálogo entre el investigador y los significados contruidos por los actores sociales. Tal como plantea Taylor y Bogdan (2000), el enfoque interpretativo busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de quienes los viven. En este sentido, la hermenéutica permite reconstruir los imaginarios juveniles en torno a lo masculino, lo corporal y lo digital desde su propia lógica de producción simbólica

4.3 Tipo de estudio

Se optó por un diseño de estudio de caso, definido por Stake (1999) como una estrategia metodológica cualitativa que permite explorar en profundidad un fenómeno social particular, considerando su complejidad, singularidad y contexto. Este tipo de diseño se justifica cuando el investigador busca comprender cómo y por qué ocurre un fenómeno en una situación específica, atendiendo a los significados que los actores le atribuyen a sus experiencias.

En este estudio, el caso está constituido por la influencia de creadores de contenido digitales en las representaciones de género entre adolescentes varones en una institución educativa del norte del Cauca. Este enfoque posibilita una mirada holística, interpretativa y situada, que no pretende generalizar resultados, sino aportar comprensiones ricas y contextualizadas sobre el fenómeno.

Como lo plantea Stake (1999), el estudio de caso permite integrar múltiples fuentes de información, entre ellas entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis de contenido. La triangulación de estas técnicas buscó fortalecer la validez interpretativa de los hallazgos, permitiendo contrastar distintas voces y niveles de análisis en relación con las categorías teóricas definidas

4.4 Diseño

La investigación se trabajó con un diseño no experimental, pues no se manipularon deliberadamente variables, es decir, no se modificaron intencionalmente las variables independientes; lo que se hizo fue observar el fenómeno tal y como se daba en su contexto para después analizarlo (Becerra & Calle, 2005).

4.5 Muestra

La muestra fue de tipo intencional, es decir, no probabilística, seleccionada con base en criterios teóricos y estratégicos (Patton, 2015). Estuvo conformada por 30 adolescentes varones

de los grados decimo (10) y undécimo (11) pertenecientes a la Institución Educativa Cauca de Santander de Quilichao en el lapso de dos semanas. La elección respondió a la necesidad de trabajar con sujetos expuestos activamente al entorno digital y familiarizados con el consumo de contenido en plataformas como TikTok, YouTube e Instagram. El tamaño muestral se definió por saturación teórica (Glaser y Strauss, 1967), es decir, se incluyeron nuevos participantes hasta que los discursos recogidos permitieron identificar regularidades significativas en las categorías de análisis.

En coherencia con los principios éticos de la investigación cualitativa se aplicó consentimiento informado a todos los participantes y se garantizaron condiciones de confidencialidad, anonimato, voluntariedad y respeto por la integridad emocional de los adolescentes. Este resguardo ético fue fundamental para asegurar un entorno de confianza que permitiera a los jóvenes expresar con libertad sus opiniones y vivencias respecto a la experiencia digital y las dinámicas de género que los atraviesan (Orb, et.al, 2001).

4.5.1 Técnicas

La técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada, la cual se caracteriza por combinar preguntas previamente diseñadas con la posibilidad de profundizar en aspectos emergentes durante la conversación (Taylor y Bogdan, 2000). Esta técnica resulta especialmente útil en estudios cualitativos porque permite explorar las percepciones y experiencias de los participantes desde sus propios marcos interpretativos.

La entrevista semiestructurada fue diseñada con base en las categorías del marco teórico y permitió abordar temas como el consumo de contenido digital, los referentes masculinos en redes, la percepción del cuerpo propio y ajeno, y las prácticas discursivas relacionadas con el género. Las preguntas fueron abiertas, flexibles y formuladas en un lenguaje accesible para los adolescentes, lo cual facilitó la generación de un clima de confianza y expresión auténtica.

La técnica se aplicó de manera individual y en espacios confidenciales, dentro de la institución educativa, garantizando condiciones éticas y metodológicas adecuadas para el desarrollo de la interacción. Además, se llevaron registros en audio (previa autorización) que posteriormente fueron transcritos para su análisis cualitativo.

Esta técnica permitió acceder a discursos complejos, identificar patrones simbólicos, y reconocer tensiones y contradicciones en los relatos, lo que enriquece la comprensión del fenómeno investigado desde una perspectiva situada y crítica

4.5.2 Criterios de selección

Los criterios de selección de los participantes se definieron de manera intencionada y teóricamente fundamentada, conforme a los principios del muestreo cualitativo propuesto por Patton (2015), estos criterios buscaron garantizar la pertinencia de los sujetos en relación con el fenómeno investigado, priorizando la diversidad discursiva y la riqueza interpretativa.

- Se establecieron los siguientes criterios de inclusión:
- Ser estudiante activo de la institución educativa seleccionada, ubicada en el norte del departamento del Cauca.
- 30 estudiantes que pertenezcan a los grados décimo (10) y undécimo (11)
- Identificarse como varón, dado que el foco del estudio se centra en las representaciones masculinas sobre el género y el cuerpo.
- Tener acceso regular a plataformas digitales como TikTok e Instagram, y consumir contenidos de creadores de contenido de forma activa o pasiva.

4.6 Ruta metodológica

La ruta metodológica de esta investigación se estructuró en tres fases interdependientes que permitieron organizar de forma coherente el proceso investigativo desde la delimitación del problema hasta la interpretación de los resultados, en consonancia con la propuesta de Hernández, et.al (2014) y Flick (2007) para investigaciones cualitativas.

4.6.1 Fase 1: Planeación y diseño del estudio

Revisión del estado del arte y construcción del marco conceptual, con énfasis en teorías de género, representaciones sociales, economía de la atención (Goldhaber 1997) y performatividad.

Delimitación del problema, formulación de objetivos y elección del enfoque cualitativo hermenéutico.

Definición del diseño metodológico: estudio de caso instrumental (Stake, 1999), muestra intencional y técnica de entrevista semiestructurada.

4.6.2 Fase 2: Trabajo de campo

Aplicación del consentimiento informado y resguardo ético de los participantes, siguiendo los lineamientos de Orb, Eisenhauer y Wynaden (2001).

Desarrollo de entrevistas semiestructuradas a adolescentes varones en espacios confidenciales dentro de la institución educativa, la cual tomo dos semanas para realizar el fórum debido a factores logísticos de la institución.

Registro en audio, observaciones complementarias y registro de notas de campo.

4.6.3 Fase 3: Análisis e interpretación

Transcripción de entrevistas y organización del corpus textual.

Codificación temática según las categorías derivadas del marco teórico (Miles y Huberman, 2019).

Triangulación entre discursos, observaciones y teoría para interpretar tensiones, patrones simbólicos y resignificaciones en torno al cuerpo, la masculinidad y el consumo digital.

Esta ruta metodológica garantizó coherencia interna en todas las etapas de la investigación, favoreciendo la construcción de sentido desde las voces de los adolescentes y permitiendo una lectura crítica, situada y profundamente interpretativa del fenómeno en estudio.

4.7 Aspectos éticos

El desarrollo de esta investigación estuvo guiado por los principios fundamentales de la ética en investigación con seres humanos, en particular con poblaciones adolescentes, quienes requieren especial protección por su condición de grupo vulnerable (Consejo de Organizaciones Internacionales de las Ciencias Médicas - CIOMS, 2017). En este sentido, se respetaron los lineamientos de confidencialidad, anonimato, voluntariedad y consentimiento informado, en concordancia con las recomendaciones de Orb, Eisenhauer y Wynaden (2001).

Previo a la recolección de la información, se presentó a los participantes una explicación clara sobre los objetivos de la investigación, el tipo de participación requerida y los derechos que les asistían, incluyendo su libertad para retirarse del estudio en cualquier momento sin consecuencias, tanto los adolescentes como sus acudientes firmaron un consentimiento y asentimiento informado, respectivamente, garantizando así una participación libre y consciente (Beauchamp y Childress, 2001).

Asimismo, se cuidó el uso responsable de los datos recolectados, evitando cualquier forma de exposición que permitiera la identificación de los participantes, y se emplearon códigos alfanuméricos para proteger sus identidades. Las entrevistas se realizaron en espacios seguros dentro de la institución educativa, fomentando un ambiente de confianza y respeto mutuo.

Desde la perspectiva del Trabajo Social, se asumió una postura ética situada y comprometida con la justicia social, que reconoce a los participantes no como objetos de estudio, sino como sujetos de derecho cuyas voces deben ser valoradas y respetadas (Banks, 2010). La ética, en este marco, no se limita a procedimientos formales, sino que atraviesa toda la práctica investigativa como principio orientador del vínculo investigador-participante.

En consecuencia, los aspectos éticos de esta investigación no solo respondieron a exigencias normativas, sino que fueron considerados parte integral del proceso de construcción de conocimiento situado, crítico y respetuoso de las trayectorias vitales y culturales de los adolescentes involucrados.

Capítulo 5.

Hallazgos y análisis

La presente sección recoge los hallazgos más relevantes derivados del trabajo de campo, centrado en la comprensión de las representaciones de género, la construcción identitaria y el consumo de contenido digital entre adolescentes varones en un contexto escolar rural. A partir del análisis de entrevistas semiestructuradas y bajo una lógica de codificación temática (Miles y Huberman, 2019), se identificaron núcleos discursivos que permiten interpretar cómo los adolescentes interactúan simbólicamente con el entorno digital y qué significados atribuyen a sus prácticas de consumo.

El análisis fue guiado por las categorías teóricas construidas previamente —como capital simbólico (Bourdieu, 1986), cosificación (Fredrickson & Roberts, 1997), performatividad de género (Butler, 1990), economía de la atención (Goldhaber 1997) y masculinidad hegemónica (Connell, 1995)—, permitiendo una lectura crítica y situada del fenómeno. Se privilegió la articulación entre teoría y discurso empírico, entendiendo que los relatos juveniles no son simples opiniones, sino expresiones complejas de una estructura simbólica más amplia que atraviesa los espacios escolares, digitales y sociales.

Los hallazgos se organizan en tres bloques analíticos que dan cuenta de patrones comunes, tensiones y contradicciones en torno al cuerpo, la pertenencia digital y los modelos de masculinidad vigentes. Cada bloque se complementa con verbatim significativos que permiten ilustrar la manera en que los adolescentes negocian, reproducen o problematizan los mandatos de género presentes en su cotidianidad digital.

Este análisis no busca agotar la comprensión del fenómeno, sino ofrecer claves interpretativas que sirvan como punto de partida para futuras acciones de intervención y reflexión crítica desde el Trabajo Social. En particular, se evidencia la necesidad de generar

estrategias educativas que acompañen a los adolescentes en la construcción de identidades más libres, respetuosas e inclusivas en la era de la hiperconectividad.

5.1 Representaciones de género en el consumo de contenido digital

5.1.1 Patrones de Consumo de Redes Sociales entre Estudiantes Varones de Educación Media

En la era digital contemporánea, las redes sociales se han consolidado como una parte intrínseca de la vida de los adolescentes, influyendo significativamente en su socialización, aprendizaje y formación de identidad. Para los estudiantes varones de educación media, estas plataformas ofrecen un espacio virtual donde interactúan con sus pares, exploran intereses y construyen su sentido de pertenencia.

Comprender los patrones de consumo en este grupo demográfico es crucial para identificar tendencias predominantes y sus posibles implicaciones psicológicas y sociales. El análisis se enfoca en cómo estos estudiantes interactúan con distintos tipos de contenido, incluyendo humor, atractivo físico, tendencias virales, bailes y música pegajosa. Se busca así proporcionar una visión detallada de sus preferencias de consumo y cómo estas se vinculan con dimensiones más amplias de su desarrollo.

El análisis de las respuestas obtenidas a preguntas como “¿qué te hace quedarte más tiempo viendo cierto contenido?” y “¿qué tipo de cuentas sigues?” permite identificar varias constantes. Los temas predominantes pueden agruparse de la siguiente manera:

- **Humor:** Los contenidos graciosos o que generan risa son frecuentemente mencionados como razón para permanecer más tiempo viendo videos y como rasgo atractivo de las cuentas que siguen.

- **Atractivo físico:** La presencia de personas consideradas atractivas, especialmente mujeres, aparece como un factor que capta la atención, particularmente en videos de baile.
- **Tendencias y retos virales:** La actualidad de los contenidos y su viralidad motivan el interés por seguir cuentas y mantenerse activos en la plataforma.
- **Contenido de baile:** Videos protagonizados por personas atractivas bailando se destacan como altamente llamativos y generan retención.
- **Música:** Las canciones de moda o con ritmos contagiosos contribuyen significativamente a la permanencia frente a la pantalla.

En conjunto, estos elementos configuran una experiencia digital en la que los adolescentes varones participan activamente, cada uno con sus propias motivaciones y significados.

5.1.2. Diversión como eje de enganche digital (Patrones de consumos y frecuencia de exposición)

El humor y la diversión cumplen una función estructurante en la dinámica de consumo digital entre los adolescentes. Tal como lo plantea Bourdieu (2011), estas prácticas pueden entenderse como expresiones del capital social que los jóvenes acumulan y movilizan dentro de campos simbólicos como TikTok o Instagram. En estos entornos, no solo se comparte contenido: se construye prestigio, pertenencia e identidad grupal. El valor del humor, entonces, no radica únicamente en su capacidad para entretener, sino en su potencia para generar vínculos, validar experiencias compartidas y consolidar posiciones dentro del espacio digital juvenil. Esta lógica se refleja en el siguiente testimonio:

Parce, uno entra a TikTok a ver un video de risa y sin darse cuenta ya lleva media hora ahí. Los videos son cortos y muy pegajosos, además muchos hablan de cosas que nos

pasan en el cole o en el barrio, entonces uno se identifica y no quiere dejar de ver. Es como que los memes o esos videos de situaciones cotidianas son una forma de conectarnos con los demás, porque uno siente que no está solo con esas cosas que le pasan. (Respuesta 2, entrevista 8)

Desde la perspectiva de Pierre Bourdieu (2011), esta experiencia puede interpretarse como una manifestación de la acumulación de capital social dentro de un campo digital específico. El joven invierte tiempo en consumir contenido que resuena con sus vivencias personales, particularmente cuando estos videos tratan temas cotidianos y culturalmente compartidos, como la vida escolar o el entorno barrial. Este tipo de contenido actúa como un recurso simbólico que facilita tanto la identificación como la creación y el fortalecimiento de redes sociales basadas en la empatía.

Bourdieu (2011) plantea que el capital social no se limita a las relaciones directas, sino que también incluye el reconocimiento y legitimidad que una persona adquiere dentro de un grupo. Desde esta óptica, el humor compartido a través de memes y videos no representa únicamente una fuente de diversión, sino un medio clave para construir una identidad colectiva y generar vínculos de pertenencia que aportan prestigio simbólico.

La viralidad de los videos, descritos como “pegajosos” y consumidos de forma continua, da cuenta de un proceso de socialización digital donde el tiempo invertido se convierte en capital simbólico. Este proceso también puede entenderse como una estrategia mediante la cual los adolescentes buscan posicionarse dentro del campo juvenil digital, donde el reconocimiento entre pares se transforma en una forma de poder simbólico.

Así, el humor compartido funciona como un lenguaje común, un código cultural que fortalece el capital social del joven, permitiéndole consolidar su lugar dentro de las dinámicas

sociales y negociar su identidad en un entorno que, aunque virtual, resulta fundamental en su vida cotidiana.

Lo expresado da cuenta de cómo el contenido humorístico opera como código cultural compartido: no se trata solo de ver, sino de reconocerse en el contenido y compartir esa experiencia con los otros. En este sentido, el humor no es inocente; es una herramienta poderosa de socialización simbólica. Tal como señala Blumer (1982), los símbolos —como los memes o las situaciones escolares representadas— median la construcción de significados comunes. Por ende, reír juntos es también existir juntos. Esta lógica se reafirma en el siguiente fragmento, que profundiza la función de reconocimiento e inclusión:

Cuando veo esos videos divertidos que hablan de la vida diaria siento que me desconecto de los problemas, pero también sé que al compartirlos con mis amigos estoy construyendo mi lugar en el grupo. No es solo por reír, es porque uno quiere que los demás sepan que uno está ahí, que uno entiende las mismas cosas. (Respuesta 6, entrevista 12).

En este párrafo, se muestra cómo el consumo y la circulación de contenido humorístico en redes sociales cumplen una función doble, relacionada con la gestión del bienestar emocional y la construcción social de la identidad. Desde el enfoque de Pierre Bourdieu (2011), estas prácticas cotidianas son parte de la acumulación de capital simbólico, un tipo de recurso que legitima y fortalece la posición del joven dentro de su campo social, en este caso, el grupo de pares en el entorno digital.

El acto de compartir videos no solo es una forma de evasión, sino una inversión social que busca visibilidad y reconocimiento. Bourdieu (2011) explica que el capital simbólico se basa en el prestigio y la autoridad que otros conceden a un individuo, por lo cual participar activamente en la producción y difusión de contenidos que tienen valor dentro del grupo

contribuye a consolidar esta forma de poder simbólico. De esta manera, el tiempo dedicado a estas interacciones digitales no es banal, sino estratégico y cargado de significados sociales.

Asimismo, el contenido humorístico actúa como un símbolo compartido que facilita la comunicación y el entendimiento mutuo entre pares, lo que permite construir y mantener un sentido de comunidad. Este sentido de comunidad es clave para la formación y afirmación de la identidad juvenil, ya que el capital simbólico que se obtiene repercute en la autoestima y en la capacidad del joven para navegar en los diferentes espacios sociales que habita.

Si uno no ve los memes o videos virales que están de moda, se siente como fuera de la onda, y eso hace que uno invierta mucho tiempo para no quedarse atrás. Es que no es solo por entretenimiento, sino porque uno sabe que así puede hablar con los amigos y no perder la conexión con ellos (Respuesta 4, entrevista 10)

Se evidencia una lógica propia del campo digital juvenil, donde la actualización constante y la participación en las tendencias virales son necesarias para mantener el reconocimiento y el prestigio dentro del grupo social. Según Pierre Bourdieu(2011), el espacio digital funciona como un campo social en el que los agentes compiten simbólicamente por recursos que les permitan consolidar su posición, y el capital simbólico se convierte en un bien valioso para esta competencia.

La presión por estar “al día” con los contenidos virales responde a la necesidad de mantener el capital social, es decir, el conjunto de relaciones y reconocimientos que garantizan la inclusión y el prestigio social. En este sentido, el tiempo invertido en consumir memes o videos no es azaroso ni improductivo, sino una práctica social consciente que permite la reproducción o mejora de la posición del joven en su red social.

Esta dinámica refleja cómo el capital simbólico está estrechamente ligado a la cultura y a las prácticas de consumo simbólico, donde los contenidos humorísticos y virales se

convierten en indicadores de pertenencia cultural y social. La habilidad para reconocer y compartir estos símbolos culturales fortalece la identidad colectiva y permite que el joven navegue eficazmente en su entorno social, tanto digital como presencial.

Parce, es que hay unos videos que sí o sí lo hacen reír a uno. O sea, uno entra a TikTok por cinco minutos y cuando mira el reloj ya pasó media hora. Es como que uno se mete a ver un meme, y luego sale otro más bueno, y otro. A veces también salen como videos que mezclan humor con cosas de fútbol o con situaciones de colegio que le pasan a uno, entonces se siente identificado y por eso uno se queda (Respuesta 8, entrevista 11)

Desde la perspectiva del interaccionismo simbólico, Herbert Blumer (1982) argumenta que los significados se construyen en la interacción social y son compartidos mediante símbolos. En este caso, el humor, expresado en memes o videos breves, funciona como un símbolo colectivo que permite a los adolescentes establecer vínculos entre sí. Compartir un video gracioso o hacer referencia a un “meme” viral genera un código común de reconocimiento. No es simplemente entretenimiento: es una práctica que refuerza identidades grupales y posiciones dentro de una red social adolescente.

En las plataformas digitales, esta experiencia de “reír juntos” tiene un efecto aglutinador que contribuye a fortalecer los lazos simbólicos. Además, esta construcción compartida de lo que es “divertido” da cuenta de los valores, referencias culturales e incluso tensiones que atraviesan la subjetividad juvenil. Aquí, el humor puede reflejar prejuicios, estereotipos o formas de resistencia, dependiendo del contexto del contenido. Para el investigador, esto sugiere que el humor no debe ser analizado solo como una válvula de escape, sino como un lenguaje cargado de significados culturales.

A mí me pasa que cuando veo un video que empieza normal, como que no promete mucho, pero a los 10 segundos pasa algo re chistoso, uno se ríe de una y se queda viendo

si el siguiente también es así. Los que combinan cosas de la vida diaria con humor me gustan más, como cuando hacen parodias del colegio o de los profes, o cuando imitan a los papás, eso me da risa porque uno se siente identificado (Respuesta 3, entrevista 7)

Esta afirmación refleja lo que Zillmann (2000) describe como gratificación hedónica inmediata, en la que los usuarios buscan experiencias sensoriales que les generen placer emocional instantáneo. La diversión, en este sentido, se convierte en un fin en sí mismo, reforzada por la lógica algorítmica que premia el contenido con mayor capacidad de retención emocional. La repetición de estímulos humorísticos no solo prolonga el tiempo de permanencia, sino que también configura rutinas afectivas digitales.

Desde esta óptica, la diversión se convierte en una experiencia adictiva, reforzada por la estructura técnica de las plataformas que incentivan el “scroll infinito”. La economía de la atención, según Michael Goldhaber (1997), opera bajo la premisa de que la atención es un recurso finito y valioso. Por ello, los algoritmos priorizan los contenidos que generan respuestas emocionales intensas, como la risa, para mantener al usuario dentro de la aplicación. Esta lógica convierte al humor en un instrumento funcional dentro del ecosistema digital, moldeando los hábitos de consumo juvenil.

Hay veces que uno no tiene nada qué hacer, entonces entra a ver memes, videos, lo que salga. Pero los que más me atrapan son los que me hacen reír. Hay como una satisfacción cuando uno se ríe solo, o cuando se lo manda a los parceros y ellos también se ríen. Es como compartir ese momento, aunque estemos cada uno en su casa (Respuesta 5, entrevista 14)

En este caso, la diversión no se limita a una experiencia individual, sino que se comparte socialmente, generando un espacio afectivo colectivo. Tal como afirma Moscovici (1979) quien sostiene que las representaciones sociales son formas de conocimiento que permiten a

las personas interpretar la realidad y comunicarse dentro de una sociedad. En este contexto, los contenidos humorísticos virales constituyen representaciones que no solo entretienen, sino que organizan y transmiten significados sobre lo cotidiano, lo escolar, lo familiar y, en ocasiones, también sobre el género y la sexualidad.

Este contexto, los contenidos humorísticos virales constituyen representaciones que no solo entretienen, sino que organizan y transmiten significados sobre lo cotidiano, lo escolar, lo familiar y, en ocasiones, también sobre el género y la sexualidad. El investigador observa que el humor juvenil en redes muchas veces se apoya en la caricaturización de figuras femeninas, cuerpos sexualizados o chistes sobre relaciones amorosas, reforzando ciertos estereotipos bajo la apariencia de lo “inocente” o “gracioso”. Este fenómeno exige un análisis más crítico desde el trabajo social, al preguntarnos: ¿qué tipo de discursos sobre el cuerpo, el deseo y la otredad están normalizando estos contenidos? Y más aún, ¿cómo afecta esto la manera en que los adolescentes se vinculan afectivamente con sus pares, especialmente con las mujeres?

No es que uno esté buscando eso, pero a veces el video es gracioso y además sale una pelada linda bailando o diciendo algo chistoso. Entonces uno se ríe, pero también se queda mirando porque está buena, ¿sí me entiende? Es como dos razones para quedarse, el combo perfecto. (Respuesta 10, entrevista 20)

Se evidencia una fusión entre diversión, deseo y estética visual, lo que Jean Baudrillard (2009) denomina el dominio del signo sobre el contenido. En la cultura mediática, el consumo no ocurre por lo que el contenido “dice”, sino por los signos que representa: lo visualmente atractivo, lo gracioso, lo viral. Este proceso vació de profundidad al contenido y lo convierte en un objeto de consumo superficial, donde la imagen de una mujer atractiva o una risa fácil son elementos que garantizan retención. Desde una lectura crítica, es necesario señalar que esta lógica de consumo basada en el placer inmediato puede insensibilizar a los adolescentes frente

a los contenidos que reproducen sexismo o cosificación del cuerpo femenino. Lo problemático no es que se rían, sino de qué se ríen y cómo ese humor normaliza relaciones de poder desiguales.

“Yo siento que uno no se da cuenta a veces. Solo quiere pasar el rato y reírse. Pero cuando uno ve bien, hay cosas que uno dice ‘uy, eso está mal’, pero ya después de reírse. Como que ya pasó.”(Respuesta 9, entrevista 19)

Este testimonio revela una contradicción importante: los adolescentes pueden reconocer aspectos problemáticos en el contenido, pero lo hacen después de haber experimentado el disfrute. Esta disonancia cognitiva sugiere que hay espacio para el análisis pedagógico.

5.1.3 Música y conexión emocional (Patrones de consumo y tipo de contenido)

Antes de adentrarnos en el papel de la música en la experiencia digital adolescente, resulta pertinente abordar un testimonio que articula humor, deseo y normalización de la sexualización como elementos interdependientes. Este tipo de contenido —frecuente en TikTok, Reels o memes— fusiona la risa con la cosificación, generando una respuesta emocional ambigua. Como señala Baudrillard (2009), el signo prevalece sobre el contenido, lo que implica que los adolescentes pueden involucrarse con un video por su comicidad o por su atractivo visual sin detenerse a pensar críticamente en el mensaje subyacente. En este sentido, la risa no funciona solo como una respuesta emocional, sino como una forma de desactivación ética: permite absorber el contenido sin tensionar el juicio moral.

Un estudiante lo sintetiza así:

“Me engancho rápido cuando el video tiene alguna canción pegajosa de moda; me quedo tarareándola después sin darme cuenta. Hay veces que la escucho tantas veces en TikTok que ya la tengo metida en la cabeza todo el día.”(Respuesta 4, entrevista 6)

Este fragmento refleja una forma de ambivalencia afectiva que Jarman et al. (2021) describen como propia del consumo digital juvenil. El adolescente reconoce el carácter problemático de algunos contenidos, pero ese reconocimiento se da después de haber experimentado la risa, lo que sugiere un desplazamiento de la crítica. El juicio ético queda suspendido o relegado a un segundo plano. Este tipo de respuesta muestra cómo la emocionalidad inmediata —en este caso la diversión— puede neutralizar una lectura crítica, abriendo paso a formas de normalización simbólica de la violencia estética o sexual.

Este tránsito entre afecto, humor y desensibilización abre la puerta al análisis de otro recurso intensamente presente en la experiencia digital adolescente: la música, que opera como catalizador emocional y refuerza la conexión entre cuerpo, deseo y atención sostenida.

A veces me meto solo a buscar canciones nuevas, pero también me pasa que una canción que suena mucho en los trends me engancha. Si el ritmo está bueno, yo busco más videos con esa canción. Y si la bailan bien o hay alguien que se ve bien, mejor todavía (Respuesta 6, entrevista 13).

Se logra identificar una lógica combinatoria: lo musical refuerza lo visual, y viceversa. Esta sinergia produce un efecto amplificado de retención emocional y sensorial que resulta especialmente eficaz en el entorno digital juvenil. De acuerdo con Illouz (2007), las culturas digitales actuales están atravesadas por lo que ella denomina capitalismo emocional, un sistema donde las emociones se convierten en mercancía y los medios de comunicación moldean nuestras formas de sentir y vincularnos. La música, en este contexto, funciona como una herramienta de afectación masiva: crea estados de ánimo compartidos, fortalece la conexión con ciertas comunidades digitales y genera una atmósfera de identificación colectiva.

Sin embargo, esta dimensión emocional de la música no es neutral, puesto que muchas de las canciones más virales contienen letras que reproducen imaginarios sobre el amor, el

cuerpo, el deseo y la feminidad desde perspectivas estereotipadas, es así que cuando un adolescente varón asocia una canción pegajosa con la imagen de una joven bailando sensualmente, se establece una conexión simbólica entre la estética musical y la corporalidad femenina, que puede reforzar relaciones de género jerárquicas.

Es que no es solo que suene bien, sino cómo la usan. Como que hay canciones que ya uno relaciona con ciertos videos, y cuando la escucha, ya sabe qué esperar. A veces uno solo por la canción ya sabe si el video va a ser de humor o si va a salir una pelada bailando bien. Es como que uno ya se prepara para eso. (Respuesta 12, entrevista 15)

Este fragmento da cuenta de un condicionamiento afectivo-musical, donde ciertas canciones activan expectativas de contenido. La familiaridad genera anticipación y la anticipación facilita el consumo. Desde la perspectiva de Bourdieu (2011), se puede deducir que los adolescentes acumulan un tipo de capital cultural musical, que les permite moverse con soltura dentro de un circuito simbólico donde la música no solo se escucha, sino que se “usa” para clasificar, seleccionar y predecir el contenido que les interesa. Saber qué canciones están de moda y qué tipo de video las acompaña se convierte en una forma de estar actualizado, de pertenecer al ritmo cultural dominante.

Hay canciones que son como obligatorias, uno las escucha por todos lados. Y si no las conoce, es como que uno está perdido. Hasta en los descansos del cole, a veces alguien pone una canción del trend y todos saben qué viene (Respuesta 9, entrevista 14).

Esta práctica puede leerse desde la economía de la atención, desarrollada por Goldhaber (1997), quien plantea que, en una era de sobreabundancia informativa, lo escaso ya no es el contenido, sino la atención del usuario. La música viral actúa como un gancho poderoso que concentra esa atención y la distribuye hacia ciertos cuerpos, mensajes y estéticas. Por eso, no es accidental que muchos de los contenidos musicales más exitosos estén acompañados por

imágenes de cuerpos atractivos o movimientos seductores: es una estrategia de retención que combina estímulos para garantizar que el usuario no se vaya.

Para el trabajo social, esta conjunción entre ritmo, emoción e imagen plantea una tensión pedagógica: ¿cómo acompañar a los adolescentes en un uso crítico de lo que emocionalmente les resulta placentero? No se trata de censurar la música, ni de rechazar el goce que produce, sino de introducir preguntas: ¿qué dice esta canción? ¿Qué cuerpo acompaña su visualidad? ¿Por qué me gusta tanto este contenido? ¿Qué me hace sentir?

Yo siento que cuando la música es buena, uno se queda. Incluso si el video no tiene nada más, uno se queda escuchando. Pero cuando se junta con algo visual que también gusta, eso es como el combo perfecto (Respuesta 15, entrevista 20)

Este “combo perfecto” alude a una experiencia sensorial completa, que toca múltiples niveles del yo adolescente: el oído, la vista, el deseo, la pertenencia, volviendo a Illouz (2007), podríamos decir que las redes sociales han convertido las emociones en interfaces culturales. Y la música funciona como una de esas interfaces más poderosas. La música no solo acompaña sus días, sino que estructura su manera de estar en el mundo digital. Es, en muchos sentidos, la banda sonora de sus aprendizajes afectivos.

El consumo de redes sociales entre estudiantes varones de educación media se manifiesta como un fenómeno complejo y multifacético, influenciado por factores psicológicos, sociales y culturales. Su interacción con el humor, el atractivo físico, las tendencias virales, el contenido de baile y la música pegadiza se observa en relación con sus necesidades de entretenimiento, conexión social y formación de identidad. Estos patrones de consumo, sin embargo, también se asocian con la internalización de estereotipos de género, la presión por cumplir con ideales de belleza poco realistas y la participación en ciertos comportamientos.

5.1.4. La dinámica de interacción juvenil con contenido sugestivo y provocativo en redes sociales: atención, significados y prácticas

En el corazón de la vida cotidiana juvenil, las redes sociales han dejado de ser simples plataformas de entretenimiento para convertirse en verdaderos escenarios donde se juegan la visibilidad, la identidad y el deseo. La circulación incesante de contenido visual —que mezcla lo sugestivo con lo provocativo— no solo invade las pantallas, sino que moldea con fuerza las formas en que los y las jóvenes entienden su cuerpo, su sexualidad y sus relaciones con los demás. Esta exposición constante, muchas veces prolongada durante varias horas al día, no es neutra: configura modos de mirar, de mostrarse y de ser mirado.

En un contexto de saturación informativa, donde captar la atención es más valioso que generar ideas, los algoritmos premian lo que sacude los sentidos. La economía de la atención (Goldhaber 1997) convierte el cuerpo en herramienta, el deseo en estrategia y la provocación en moneda circulante. Al mismo tiempo, estas prácticas son asumidas, adaptadas y recreadas por jóvenes que no solo consumen contenido, sino que lo replican, lo disputan y lo inscriben en sus propias narrativas. Desde allí, es posible leer cómo estas dinámicas se articulan con construcciones sociales más amplias, donde los significados se reproducen y negocian día tras día, scroll tras scroll.

Paso varias horas al día en redes, y cuando veo videos con movimientos o imágenes que llaman la atención, casi siempre termino dando ‘me gusta’ o compartiéndolos con mis amigos. Es como que todos lo hacen, y uno no quiere quedarse fuera. (Entrevista 7, respuesta 2)

Este testimonio refuerza lo planteado por Goldhaber (1997) sobre la economía de la atención: la interacción no es solo individual, sino estratégica. Dar “me gusta” o compartir se convierte en una forma de permanecer dentro del flujo simbólico del grupo. Es también una

forma de validar un gusto colectivo que circula y se espera. En este sentido, los adolescentes no solo consumen el contenido que más llama la atención: también lo reproducen para no quedar excluidos del reconocimiento simbólico del grupo.

En un contexto donde la información es abundante pero la atención humana es limitada, como señala Goldhaber (1997), los contenidos visualmente atractivos y sugestivos funcionan como verdaderos imanes para captar y retener esa atención. La constante y prolongada exposición diaria hace que los jóvenes desarrollen una relación casi automática con estos contenidos, respondiendo repetidamente con interacciones como ‘me gusta’ o compartir para no perderse del flujo social. Esto no solo refleja un mecanismo de atracción al contenido, sino también una necesidad social de pertenencia y visibilidad en un entorno donde la atención se convierte en moneda de cambio.

A veces siento que los videos con cosas más provocativas me generan curiosidad, aunque a veces también me incomodan. Pero como paso mucho tiempo en redes, termino viendo más porque eso llama más la atención (Entrevistado 12, Respuesta 3).

Este testimonio, leído desde la teoría de la performatividad de género de Judith Butler (2007), permite comprender que el consumo de contenido provocativo no es una experiencia neutra, sino una forma reiterativa de constituir el deseo masculino. La exposición constante a cuerpos femeninos sexualizados configura una mirada normativa que objetiviza y establece lo femenino como espectáculo. Esta repetición visual funciona como un acto performativo: inscribe en el sujeto una forma de ser varón basada en la validación del cuerpo como objeto de deseo, reforzando así estructuras de poder simbólico entre los géneros.

La repetición constante de estos estímulos provoca una suerte de performatividad, tal como lo explica Butler (2007), donde los cuerpos y las normas sobre sexualidad se construyen y negocian continuamente a través del tiempo. La prolongada exposición a contenido

provocativo no solo despierta la curiosidad, sino que genera una tensión constante entre atracción y rechazo, un vaivén emocional que acompaña el proceso de formación identitaria de los jóvenes.

Así, el consumo no es simplemente pasivo, sino que se convierte en un espacio donde se enfrentan y renegocian los límites culturales en torno al cuerpo y el deseo. Lo que se juega en las redes no es únicamente la circulación de imágenes sugestivas o provocativas, sino la formación misma de subjetividades atravesadas por la exposición constante a estos estímulos.

Lejos de ser un fenómeno superficial o pasajero, las interacciones con este tipo de contenido revelan procesos profundos de construcción identitaria. En este escenario, el cuerpo se convierte en plataforma, el deseo en narrativa y la atención en un recurso codiciado. Los testimonios analizados muestran que la prolongada presencia de los y las jóvenes en estas plataformas no solo modifica sus hábitos de consumo, sino también su manera de percibirse a sí mismos y a los otros. (Butler, 2007)

En ese entorno, el reconocimiento no depende solo de lo que se dice, sino de cómo se muestra el cuerpo, de cuánta atención se logra captar y retener. La repetición de estas prácticas, día tras día, va moldeando disposiciones, afectos y normas que, como señala la teoría, se incorporan en lo más cotidiano y aparentemente inocente.

Las redes sociales, entonces, no son simples vitrinas del deseo ajeno: son espacios donde se aprende a desear, a mirar, a ser mirado. Y en ese aprendizaje continuo, mediado por horas de exposición, algoritmos y comentarios, se escriben nuevas formas de estar en el mundo. La comprensión de estas dinámicas es relevante para el análisis de lo social desde la complejidad de lo simbólico, lo corporal y lo digital.

5.2. Percepciones juveniles sobre la sexualización del cuerpo femenino en redes sociales

En el ecosistema digital contemporáneo, las redes sociales se han consolidado como agentes estructurantes de las formas en que las juventudes construyen su visión del mundo, de sí mismas y de los otros, especialmente entre los adolescentes, estas plataformas no solo median las interacciones sociales, sino que inciden de manera profunda en los significados que se asignan al cuerpo, al género y a la belleza. El cuerpo femenino, en particular, aparece como uno de los elementos más visibles y recurrentemente expuestos, generando una serie de representaciones que oscilan entre la seducción, la perfección estética y la performatividad erótica.

Este capítulo se adentra en las percepciones de los estudiantes varones de grados 10° y 11° frente a la sexualización del cuerpo femenino en redes sociales. El objetivo no es moralizar ni emitir juicios, sino comprender los sentidos que los adolescentes atribuyen a este fenómeno, partiendo de sus propios relatos y de una lectura crítica apoyada en marcos teóricos sólidos. La sexualización es entendida como un proceso sociocultural que excede la imagen misma: implica criterios de valoración, mecanismos de normalización, aprendizajes sobre el género y una constante reconfiguración del deseo bajo las reglas del mercado digital.

En este contexto, se han identificado variables clave como los conceptos de sexualización interiorizados por los estudiantes, los criterios de valoración que aplican frente a las imágenes corporales, la naturalización de ciertas conductas en el entorno virtual y las percepciones diferenciales de género que emergen en la interacción cotidiana con los contenidos, mediante el diálogo entre autores como Fredrickson y Roberts (1997), Thompson et al. (1999), Radford (2014), Rodgers y Rousseau (2022) y Jarman et al. (2021), se busca explorar cómo estas representaciones afectan la construcción de identidades y relaciones interpersonales en la adolescencia.

El capítulo se organiza en torno a siete apartados que desarrollan las distintas dimensiones de la sexualización desde la mirada juvenil, cada sección incorpora testimonios de los estudiantes y una triangulación teórica amplia que permite comprender las implicaciones sociales, emocionales y simbólicas de este fenómeno. Se parte del reconocimiento de que los adolescentes no son simples receptores pasivos, sino sujetos que negocian, reinterpretan y, en algunos casos, resisten los discursos dominantes sobre el cuerpo y la feminidad. Por ello, el análisis se propone como una herramienta para visibilizar estas experiencias, tensionar los imaginarios normalizados y aportar a la construcción de una pedagogía crítica de lo digital.

5.2.1. La Construcción de lo "Ideal" en el Entorno Digital: Una Mirada a la Sexualización Interiorizada

En el entorno digital contemporáneo, la noción de un cuerpo "perfecto" se configura de manera particular, influenciando profundamente las percepciones de los adolescentes. Los estudiantes identifican una disociación entre los cuerpos que observan en las redes sociales y aquellos que experimentan en la vida cotidiana.

El siguiente testimonio de un estudiante ofrece una visión inicial de la compleja interacción entre los ideales digitales observados y los sentimientos personales de presión. Esta percepción puede comprenderse a través de la teoría de la cosificación desarrollada por Fredrickson y Roberts (1997), la cual postula que los individuos, especialmente las mujeres, son socializados para internalizar una mirada externa y evaluadora, lo que lleva a la autopercepción como objetos estéticos.

Pues, en redes casi siempre muestran cuerpos superperfectos, como muy delgados o con músculos marcados, y muchas veces uno sabe que eso no es normal. Por ejemplo, en Instagram veo muchas chicas que parecen modelos, pero uno sabe que usan filtros o

se arreglan mucho para las fotos. A veces eso da como presión, porque uno piensa que así hay que verse para que les guste a los demás. (Respuesta 10, entrevista 8)

La observación de este estudiante pone de manifiesto una paradoja crucial: una conciencia cognitiva de la artificialidad de los estándares de belleza digital "uno sabe que eso no es normal," "usan filtros" (Respuesta 10, entrevista 8) coexiste con una presión emocional y psicológica palpable para conformarse "eso da como presión" (Respuesta 10, entrevista 8). Esta yuxtaposición sugiere que la internalización de los ideales estéticos opera a un nivel más profundo que la mera comprensión racional. El ideal, aunque se sepa fabricado, se convierte en un poderoso referente afectivo y social para la autoestima y la aceptación social dentro de la esfera digital, esto se alinea con el concepto de capital simbólico de Bourdieu (2011), donde el cuerpo se transforma en un recurso para la validación y el reconocimiento.

La persistencia de esta presión, a pesar de la conciencia de la irrealidad, sugiere que las intervenciones educativas que se centran únicamente en la alfabetización mediática sobre el uso de filtros pueden no ser suficientes. Es fundamental abordar los impulsores emocionales y sociales de la conformidad, explorando cómo la valía personal se vincula a la validación externa en los espacios digitales y cómo esta "mirada digital" se internaliza, lo que puede generar ansiedad crónica y auto-vigilancia.

En este contexto, el cuerpo femenino no se presenta como una expresión de individualidad o salud, sino como un proyecto estético ajustado a lo que se considera visible y atractivo. La sexualización no se limita al cuerpo en sí, sino a su forma de exhibirse: la pose, el ángulo, el encuadre, el gesto, estas microprácticas son interiorizadas por las adolescentes como estrategias para captar atención y validación, reproduciendo una lógica donde el cuerpo se convierte en el principal capital. La idea de lo "perfecto" que circula en las redes sociales no

es neutral; responde a una economía de la imagen donde lo sexualizado es lo visible, y lo visible es lo deseable.

La afirmación de que "el cuerpo femenino no aparece como expresión de individualidad o salud, sino como proyecto estético ajustado a lo que se espera que sea visible y atractivo" y que "el cuerpo es el capital principal" (Fredrickson y Roberts 1997) va más allá de la simple cosificación. Implica una presentación deliberada y estratégica del cuerpo en el ámbito digital. El cuerpo "perfecto" no es solo un ideal a consumir, sino un performance a ejecutar para obtener un beneficio social, como 'me gusta', validación y seguidores. Esto transforma el cuerpo en una forma de moneda digital, cuyo valor se determina por su capacidad para generar engagement dentro de la "economía de la atención" (Goldhaber, 1997). Esta dinámica sugiere un cambio de la autoexpresión natural a una autopresentación altamente curada y, a menudo, mercantilizada. Esto puede tener efectos a largo plazo en la autenticidad, fomentando una necesidad constante de validación externa y potencialmente obstaculizando el desarrollo de un sentido genuino e intrínseco de la propia valía. Además, plantea interrogantes sobre el costo psicológico de este trabajo estético continuo, especialmente para las mujeres jóvenes.

5.2.2. Criterios de Visibilidad y Valoración Algorítmica: El Cuerpo Femenino como Capital Digital

En el ecosistema digital contemporáneo, los criterios de visibilidad no son neutros ni democráticos; responden a una lógica algorítmica que privilegia ciertos cuerpos y narrativas visuales por encima de otras. Esta lógica se articula con lo que Bourdieu (2011) definió como capital simbólico, pero adaptado a las condiciones de las plataformas: aquello que genera mayor atención, interacción y circulación adquiere valor social. En este contexto, el cuerpo femenino —particularmente cuando responde a cánones estéticos dominantes— se convierte en un capital digital que acumula visualizaciones, likes y seguidores, y cuya exposición se convierte en estrategia recurrente para acceder a la relevancia simbólica en redes.

Goldhaber (1997) advierte que en la economía de la atención, la visibilidad se convierte en el bien más escaso y disputado. Esta economía no opera de forma neutral, sino que recompensa aquello que estimula emocionalmente y captura la mirada. En consecuencia, los cuerpos femeninos hipersexualizados se convierten en ganchos visuales privilegiados por los algoritmos, debido a su potencial para generar mayor interacción. Tal dinámica no solo reproduce una mirada masculina normativa sobre el cuerpo de las mujeres (Fredrickson & Roberts, 1997), sino que instrumentaliza dicha imagen como recurso de rentabilidad simbólica y económica.

Esta percepción de que el algoritmo privilegia cuerpos específicos no es abstracta; los propios adolescentes reconocen esta lógica de visibilidad digital, asociada a estándares corporales difíciles de alcanzar:

"Yo creo que los estándares son muy irreales, porque en TikTok y en Instagram todo es muy producido. Las chicas que suben contenido tienen cuerpos que no son fáciles de tener sin cirugía o sin mucho gym, y eso hace que uno se compare y se sienta mal. Además, casi todo lo que se viraliza es ese tipo de cuerpo, entonces parece que solo eso vale" (Respuesta 8, entrevista 8).

Este testimonio evidencia cómo la lógica algorítmica no solo reproduce cuerpos normativos, sino que construye un sistema simbólico en el que aquello que no se ajusta a estos estándares queda invisibilizado. La exposición repetida a estos cuerpos "producidos" genera procesos de autoevaluación y comparación, que impactan la autoestima y refuerzan una jerarquía estética en la que el cuerpo femenino se convierte en moneda de intercambio emocional y social. El algoritmo, al priorizar este tipo de cuerpos, legitima implícitamente que solo "eso vale", consolidando un ideal estético excluyente y profundamente condicionado por el mercado digital.

También subraya un sesgo sistémico crucial: la percepción del estudiante de que "casi todo lo que se viraliza es ese tipo de cuerpo, entonces parece que solo eso vale" (Respuesta 8, entrevista 8) sugiere que la priorización algorítmica de contenido con alto engagement amplifica, de manera inadvertida o directa, criterios estéticos específicos y a menudo poco realistas.

Este proceso conduce a la internalización de una definición estrecha de "valor" en el ámbito digital, lo que puede profundizar las desigualdades estructurales al privilegiar ciertos tipos de cuerpos sobre otros y fomentar la insatisfacción corporal. Este fenómeno no es solo una preferencia, sino un sesgo sistémico donde los algoritmos, a menudo percibidos como neutrales, participan activamente en la perpetuación y amplificación de sesgos sociales existentes, particularmente normas patriarcales que valoran los cuerpos femeninos en función de su atractivo visual y su conformidad con estándares de belleza restrictivos. Esto crea un potente ciclo de retroalimentación donde la demanda de engagement determina lo que se considera "valioso" en línea, afianzando las desigualdades de género al convertir el cuerpo femenino en una métrica cuantificable de éxito digital.

En este sistema, el cuerpo femenino se transforma en un vehículo de popularidad, una herramienta de capital social digital que puede ser gestionada, moldeada y performada para obtener visibilidad. El concepto de "engagement predictivo" es relevante aquí: los algoritmos tienden a ofrecer contenido similar al que el usuario ya ha consumido. Si un adolescente interactúa con videos que contienen cuerpos sexualizados, el sistema le devolverá más de lo mismo. De esta forma, se crea una "cámara de eco estética" donde el cuerpo hipersexualizado se normaliza como el único modelo visible, desplazando la diversidad corporal y generando efectos perjudiciales en la autopercepción.

La frase "parece que solo eso vale" (Respuesta 8, entrevista 8) sintetiza la percepción generalizada de que el valor simbólico en las redes se define por la capacidad de ajustarse a este ideal. Esto, a su vez, profundiza las desigualdades estructurales al privilegiar ciertos tipos de cuerpos sobre otros. La declaración del estudiante se vincula directamente con la "economía de la atención" (Goldhaber, 1997). En este contexto, la valoración algorítmica de tipos de cuerpo específicos transforma la autoestima en una métrica externa y cuantificable, expresada en 'me gusta', compartidos y visualizaciones. Esto implica una profunda mercantilización de la identidad, donde el valor personal de un individuo se vincula inextricablemente a su desempeño digital y a la aprobación algorítmica. Este proceso trasciende los problemas de autoestima y sugiere una peligrosa erosión del valor intrínseco, reemplazado por una búsqueda constante — y a menudo agotadora— de validación externa dentro de un sistema diseñado para explotar la atención con fines de lucro. Una implicación más amplia de esta lógica es un aumento en la ansiedad, la insatisfacción corporal y una percepción distorsionada del logro entre los jóvenes, ya que su valor percibido se vuelve contingente a un ideal en constante cambio, definido algorítmicamente.

En este ecosistema, los cuerpos femeninos que cumplen con los cánones estéticos dominantes no solo son más visibles, sino que acumulan mayor validación social y digital. Como señala Bourdieu (2011), este reconocimiento opera como una forma de capital simbólico, que en el entorno algorítmico se traduce en viralidad, seguidores y prestigio juvenil. Para los adolescentes varones, esta lógica no pasa desapercibida: se naturaliza la idea de que lo atractivo —en términos visuales y corporales— es lo que merece ser visto, compartido y validado. Esta naturalización no es inocente; reproduce y refuerza jerarquías simbólicas de género bajo una apariencia lúdica y espontánea.

5.2.3. La Normalización de la Estética Digital: Entre lo Artificial y lo Cotidiano

La exposición constante a las tecnologías de edición ha provocado una transformación progresiva en la percepción de lo "normal" y lo "atractivo" en el ámbito digital. La exposición constante a cuerpos alterados mediante filtros, cirugías estéticas o edición visual ha comenzado a moldear las percepciones adolescentes sobre lo que se considera deseable o normal. Como señala Thompson et al. (1999), la internalización de ideales estéticos funciona no solo como un referente externo, sino como una norma afectiva que reorganiza los gustos y las valoraciones personales. Esta transformación perceptiva aparece claramente en la voz de uno de los estudiantes entrevistados:

“Sí, antes no me fijaba mucho en cómo se veían las personas, pero ahora con las redes uno se acostumbra a ver cuerpos muy arreglados, con mucha edición y filtros. Por ejemplo, antes me gustaba más natural, pero ahora veo que casi todos los videos tienen como efectos para que se vean mejor.” (Respuesta 9, entrevista 6)

Este testimonio revela una transición que no es solo visual, sino simbólica y afectiva: lo natural se ve desplazado por lo producido, y lo artificial se convierte en el nuevo ideal. Como lo plantea Baudrillard (2009), el signo (lo visualmente impactante, estilizado, pulido) se impone sobre el contenido real, transformando la estética en un valor en sí mismo. Esta sustitución no solo modifica la percepción de la belleza, sino que afecta las formas de vinculación, deseo y reconocimiento social entre pares.

Así, lo “producido digitalmente” deja de ser percibido como una alteración y se instala como un estándar incuestionable de visibilidad y validación. Esta normalización de lo irreal genera una presión subjetiva que afecta tanto a quienes producen contenido como a quienes lo consumen. En el siguiente apartado, se analizará cómo esta búsqueda de atención y validación

transforma al cuerpo femenino en un espectáculo cuidadosamente diseñado para captar la mirada algorítmica.

Esta naturalización de lo artificial no se da en un vacío, sino en un entorno digital que promueve y facilita tecnológicamente el perfeccionamiento constante. Aplicaciones que “mejoran” la piel, afinan la cintura o agrandan los ojos, y la proliferación de influencers que comparten "rutinas" estéticas, refuerzan una cultura visual donde la autenticidad es desplazada por la perfección estilizada. Lo que antes era una intervención es ahora la norma esperada.

Una implicación significativa de este fenómeno es que los jóvenes están siendo socializados en una realidad digital donde el "ideal" es, por definición, inalcanzable sin intervención tecnológica, esto puede fomentar estados constantes de autoconciencia, comparación social crónica y sentimientos de insuficiencia, al medir sus cuerpos reales frente a representaciones digitales curadas y editadas. Además, el texto menciona que alcanzar estos estándares implica un esfuerzo considerable: aplicaciones de edición, poses calculadas, monitoreo de la propia imagen y performance estética continua. Este trabajo emocional y temporal, aunque invisible, es exigido implícitamente por el ecosistema digital, sobre todo a las mujeres jóvenes, tal exigencia puede traducirse en una sobrecarga mental que impacta negativamente la salud emocional y desvía recursos psíquicos y afectivos de otras dimensiones clave del desarrollo adolescente.

5.2.4. La Performatividad de la Atención: El Cuerpo Femenino como Espectáculo en Redes

En la lógica de las plataformas digitales, la atención se convierte en una moneda de cambio, y el cuerpo femenino en un recurso central para obtenerla, esta performatividad no es neutra: responde a un sistema que premia lo provocativo, lo visualmente estimulante y lo que capta de inmediato la mirada del espectador (Butler, 2007).

Los adolescentes varones también reconocen el tipo de contenidos que más les atrae, y cómo estos están moldeados para capturar su atención desde lo visual y lo corporal, como lo evidencia un estudiante:

“Me llaman la atención los videos donde las chicas bailan, sobre todo cuando usan ropa ajustada o hacen movimientos que llaman la atención.”(Respuesta 7, entrevista 3)

Este testimonio sugiere que los estudiantes reconocen el uso estratégico del lenguaje corporal y la vestimenta para maximizar la visibilidad y el engagement. El énfasis en "ropa ajustada" y "movimientos que llaman la atención" (Respuesta 7, entrevista 3) refleja una comprensión implícita de cómo el cuerpo femenino se cura para satisfacer las demandas de la economía de la atención (Goldhaber 1997), transformando la autoexpresión en una performance diseñada para la amplificación algorítmica.

En este testimonio, se evidencia cómo el cuerpo femenino no solo aparece como un componente del contenido, sino como el centro del espectáculo. La “doble atracción” (belleza y humor) forma parte de una lógica performativa donde las mujeres son representadas para ser vistas, deseadas y compartidas. Esta visibilidad no es neutral: implica la conversión del cuerpo en herramienta de validación y consumo, y refuerza su condición de objeto visual disponible para la mirada masculina.

En palabras de Judith Butler (2007), esta repetición de formas de mostrarse y de ser vistas produce y solidifica normas de género. El cuerpo femenino, al volverse contenido, es intervenido simbólicamente por la lógica algorítmica, que premia lo espectacular, lo sugerente y lo que capta atención inmediata. Así, se configura una escena digital donde las mujeres son invitadas a performar para ser vistas, y los hombres a consumir para validar. Este ciclo, aunque disfrazado de entretenimiento, reproduce relaciones de poder profundamente desiguales.

Esta lógica de la atención, centrada en lo visualmente estimulante, establece las condiciones para que contenidos problemáticos sean percibidos como entretenidos o inocuos. Es precisamente esta tensión entre disfrute y conciencia crítica la que se abordará en el siguiente apartado, donde se analiza la ambivalencia juvenil frente a la sexualización.

Esta afirmación da cuenta de cómo la visibilidad femenina en redes está vinculada a una exposición corporal cuidadosamente trabajada. Lo que resulta visible es aquello que responde a los parámetros visuales esperados: sensualidad, estética y provocación.

Otro testimonio complementa esta percepción:

“Lo que más veo son los bailes que ponen en TikTok, especialmente cuando las chicas hacen movimientos provocativos o poses que llaman mucho la atención.” (Respuesta 7, entrevista 5)

El enfoque del estudiante en "movimientos provocativos o poses que llaman mucho la atención" (Respuesta 7, entrevista 5) indica una clara percepción de la naturaleza performativa de la sexualización digital, esto sugiere que la autoexposición a menudo se ajusta para alinearse con las preferencias algorítmicas y las expectativas culturales de lo que constituye "sexy" o "deseable", reforzando la noción de que el valor del cuerpo en la esfera digital depende de su capacidad para generar clics, interacciones y seguidores (Radford, 2014).

Además, el texto destaca que "la demanda de atención que recae sobre las mujeres jóvenes no es casual: está sostenida por una cultura que ha enseñado que el cuerpo femenino vale más cuando se muestra, cuando se ofrece visualmente, cuando seduce", esto indica que la necesidad constante de "llamar la atención" fomenta una cultura omnipresente de auto-vigilancia y auto-cosificación entre las mujeres jóvenes. No solo son cosificadas por otros, sino que internalizan y realizan activamente esta cosificación, impulsadas por la necesidad percibida de visibilidad y validación en el ámbito digital.

Esto va más allá de la presión externa; se convierte en un mecanismo internalizado donde los individuos monitorean y ajustan constantemente sus cuerpos y comportamientos para ajustarse al "espectáculo" que exige el entorno digital. La implicación es un posible impacto a largo plazo en el bienestar psicológico, ya que los individuos pueden tener dificultades para separar su valor intrínseco de su identidad digital performativa, lo que lleva a una auto-vigilancia crónica y a una disminución del sentido de un yo auténtico.

Desde esta perspectiva, puede observarse cómo los contenidos que incorporan movimiento corporal provocativo se posicionan como los más recurrentes y visibles, configurando una rutina de consumo visual donde el cuerpo femenino opera como anzuelo de atención. Esta lógica está estrechamente ligada a la economía de la atención en tanto prioriza lo que retiene la mirada (Goldhaber, 1997).

En relación con la teoría de la performatividad de género estos comportamientos visuales no emergen de una elección libre o individual, sino de una reiteración normativa: el cuerpo debe mostrarse de determinadas maneras para entrar en los circuitos de validación algorítmica (Butler, 2007). Desde esta óptica, las formas de estar presentes en redes no son neutrales ni espontáneas, sino modeladas por códigos simbólicos que delimitan qué cuerpos y qué modos de mostrarlos resultan valiosos para el sistema.

5.2.5. "Eso es normal, pero no tan real": entre la crítica y la aceptación colectiva

Los testimonios de los estudiantes revelan una tensión constante entre el juicio crítico y la aceptación naturalizada de conductas sexualizadas. La palabra "normal" se repite como una forma de resignación, indicando que algo no está del todo bien, pero al mismo tiempo se acepta porque es omnipresente. Esta ambigüedad no es casual ni individual, sino una expresión colectiva de cómo se negocian los significados sociales en torno al cuerpo femenino dentro del entorno digital juvenil.

El siguiente testimonio estudiantil revela una comprensión matizada del contenido sexualizado, reconociendo tanto su prevalencia como las motivaciones subyacentes para su creación. Esta observación apunta a una ambivalencia inherente en el procesamiento adolescente de la sexualización, donde el juicio crítico coexiste con una aceptación colectiva, como describen Jarman et al. (2021):

“Con mis amigos hablamos mucho de si las chicas están atractivas o si suben videos que llaman la atención. A veces es como normal, pero también sabemos que muchas solo lo hacen para tener más seguidores o likes.” (Respuesta 9, entrevista 2)

Este testimonio muestra cómo las prácticas de observación, evaluación y circulación de contenido sexualizado forman parte de las interacciones cotidianas entre varones adolescentes, sin que ello implique necesariamente una posición crítica frente a la lógica que las sostiene. La frase “es como normal” da cuenta de un desplazamiento en la percepción, en el que la repetición constante de estos contenidos diluye su carácter problemático, sin que desaparezca del todo la sospecha sobre sus motivaciones o efectos.

Algunos jóvenes, sin embargo, expresan una mayor conciencia de la implicación social de estos contenidos. Aunque no se posicionan en un rechazo abierto, reconocen que dichas prácticas pueden influir en su manera de percibir a las mujeres. Así lo indica otro entrevistado:

“Algunos piensan que es solo para llamar la atención, pero otros como que lo ven normal. A veces siento que es como un juego, pero también sé que puede afectar cómo vemos a las chicas.” (Respuesta 2, entrevista 8)

La descripción del estudiante del consumo de contenido como "como un juego" (Respuesta 2, entrevista 8) es una observación crítica, ya que sugiere una desensibilización a las implicaciones en el mundo real al reducir las complejas interacciones sociales a un conjunto de reglas y recompensas. Esta "gamificación" puede trivializar el daño potencial, la

cosificación y la desigualdad, fomentando una cultura donde las consideraciones éticas son secundarias a la obtención de "victorias digitales" y reforzando un mandato colectivo de "no problematizar" lo que es común.

Esta ambigüedad inherente se analiza a través del marco de Jarman et al. (2021), quienes identifican esta ambivalencia como una característica estructural de cómo los adolescentes procesan la sexualización. Los jóvenes oscilan entre el deseo de pertenecer a las dinámicas sociales dominantes y la incomodidad que esas mismas dinámicas pueden generar. Esta oscilación crea un contexto donde lo problemático se tolera porque se ha vuelto cotidiano ("normal"). La afirmación de que una chica "lo hace para ganar likes" (Respuesta 9, entrevista 2) no implica necesariamente una crítica directa a la persona, sino una aceptación tácita de las reglas establecidas del "juego" digital.

El análisis enfatiza que lo que está en juego no es solo el cuerpo, sino su capital simbólico: el número de visualizaciones, los comentarios, el prestigio social que se obtiene a través de la exposición. La noción del consumo de contenido como un "juego" (Respuesta 2, entrevista 8) se examina críticamente, destacando cómo este encuadre puede enmascarar dinámicas de poder de género subyacentes, donde los cuerpos femeninos se exhiben para la evaluación de observadores masculinos. Jarman et al (2021) advierten que esta asimetría no solo perpetúa estereotipos, sino que también impide el desarrollo de formas de interacción más equitativas y reflexivas.

Además, se discute el papel significativo del grupo de pares: las opiniones y valores de los amigos a menudo funcionan como reguladores simbólicos de lo que se puede decir o no, mirar o no, criticar o naturalizar. Incluso cuando un adolescente siente incomodidad ante una publicación sexualizada, el mandato colectivo de "no problematizar" lo común puede inhibir la crítica, y con ello, reproducir la práctica. El texto señala que "el silencio o la risa cómplice

ante ciertos contenidos también son formas de reforzar la normalización. Incluso si un adolescente siente incomodidad frente a una publicación sexualizada, el mandato colectivo de 'no problematizar' lo común puede inhibir la crítica, y con ello, reproducir la práctica".

Esto se asemeja directamente al "efecto espectador" observado en la psicología social, donde los individuos son menos propensos a intervenir en una situación problemática cuando otros están presentes o parecen aceptarla. Esto sugiere que el entorno digital fomenta una inacción colectiva o una aceptación pasiva del contenido sexualizado, incluso cuando existe una incomodidad individual. Esto implica que el problema no es solo la ignorancia o la malicia individual, sino un problema sistémico de presión de grupo y conformidad social dentro de los espacios digitales que suprime activamente el pensamiento crítico y la intervención ética

Por último, este fragmento incorpora una dimensión reflexiva que no es necesariamente disruptiva, pero que introduce una lectura sobre las consecuencias simbólicas de estos contenidos. La referencia al "juego" permite entender la interacción con estos cuerpos como parte de una cultura de entretenimiento banalizado, donde el componente sexual se disfraza de diversión. No obstante, la advertencia final ("puede afectar cómo vemos a las chicas") apunta a una problematización latente que aún no se traduce en transformación cultural, pero que insinúa un terreno fértil para intervenciones críticas desde el trabajo educativo y social.

5.2.6. La Disonancia Corporal: Impacto de la Comparación entre lo Virtual y lo Real

En el contexto de las plataformas digitales contemporáneas, la presencia constante de imágenes que exaltan cuerpos intervenidos, musculosos, sin imperfecciones visibles y marcadamente normativos, ha configurado una experiencia adolescente atravesada por una tensión entre el yo observado y el yo aspirado. Para los varones, esta experiencia no es neutra. Aunque la presión estética históricamente ha recaído con más fuerza sobre las mujeres, los

relatos recogidos en esta investigación muestran que los hombres también enfrentan procesos de autoevaluación que provocan inseguridad y malestar subjetivo.

El uso cotidiano de redes sociales como Instagram, TikTok o Facebook expone a los adolescentes a un flujo continuo de representaciones corporales ajustadas a ideales estéticos que, aunque reconocidos como producidos —mediante filtros, aplicaciones de edición o intervención médica—, siguen funcionando como referentes de deseabilidad. Esta exposición genera una distancia afectiva entre el cuerpo que se habita y aquel que se valora públicamente. Un entrevistado lo expresa así:

“A veces uno ve tantas fotos de gente con cuadritos y sin barriga que se siente mal. Uno se ve al espejo y no se parece a nada de eso.” (Respuesta 2, entrevista 10).

Este fragmento revela de forma directa el efecto psicológico que produce la comparación visual constante. La referencia a los “cuadritos” y la “barriga” no remite simplemente a una preferencia estética, sino a la incorporación de una lógica visual jerarquizada que ordena los cuerpos entre deseables e indeseables. Mirarse al espejo y no reconocerse en lo que circula digitalmente produce una fisura en la autopercepción, que impacta tanto en la autoestima como en la forma en que se interpreta la valía personal. Lo que se observa en redes no solo se mira: se absorbe emocionalmente, se vuelve parámetro y se convierte en medida silenciosa de aceptación o rechazo.

Lo más llamativo de esta experiencia es que la conciencia crítica sobre la artificialidad de estos cuerpos no basta para disolver el efecto emocional que provocan. Es decir, el saber no neutraliza el sentir. Un segundo testimonio refuerza esta idea:

“A veces uno sabe que no es real, pero igual uno se compara y eso puede hacer que uno se sienta mal o inseguro.” (Respuesta 7, entrevista 4)

En esta afirmación aparece una disociación clara entre el conocimiento racional —“uno sabe que no es real”— y la vivencia afectiva —“igual uno se compara”. Este tipo de contradicción subjetiva, que Fardouly y Rapee (2019) describen como un mecanismo de comparación social automatizado, pone en evidencia la fuerza simbólica de los contenidos digitales. Incluso cuando se cuestiona su veracidad, las imágenes tienen un impacto performativo que incide directamente sobre la experiencia emocional del cuerpo. La comparación se vuelve inevitable, naturalizada, y muchas veces dolorosa. Es una comparación silenciosa, privada, pero que reconfigura la relación con uno mismo.

Asimismo, el efecto de esta disonancia no se limita a una sensación puntual de inconformidad, sino que se manifiesta en una melancolía persistente, en un anhelo de adecuación corporal que rara vez se verbaliza en espacios sociales. Un tercer estudiante señala:

“La diferencia es mucha, porque en redes todo es más perfecto y en la vida real no es así. A veces me da como tristeza porque uno sabe que no todo es verdad, pero igual es difícil no compararse o no querer verse igual.”(Respuesta 10, entrevista 10)

Este testimonio aporta un matiz fundamental: el reconocimiento de la brecha entre lo digital y lo cotidiano genera un sentimiento de frustración. El término “tristeza” no alude simplemente a una emoción transitoria, sino a una insatisfacción acumulada, que emerge de la imposibilidad de alcanzar lo que se muestra como deseable. Esta declaración sugiere que lo virtual no solo influye en la representación externa del cuerpo, sino que transforma la vivencia subjetiva de habitarlo. Aunque el estudiante afirma que “uno sabe que no todo es verdad”, también reconoce que “es difícil no compararse”. Esta ambivalencia revela cómo la hegemonía visual del entorno digital no opera solamente como una referencia externa, sino que se internaliza, colonizando el deseo, moldeando la autoimagen y, en última instancia, afectando el bienestar emocional.

Desde esta perspectiva, puede afirmarse que las redes sociales no son simplemente vitrinas de cuerpos, sino dispositivos de producción de sentido que operan sobre la subjetividad. No se trata únicamente de lo que se muestra, sino de cómo eso que se muestra reconfigura lo que se siente. El algoritmo, al priorizar cuerpos estilizados, filtrados y culturalmente validados, contribuye a consolidar un imaginario corporal excluyente, que establece qué cuerpos merecen atención y cuáles quedan fuera del campo de lo visible. En los adolescentes varones, esto se traduce en una tensión constante entre aceptación y deseo de transformación, entre consciencia crítica y necesidad de aprobación.

5.2.7. Expectativas de Género Diferenciadas: La Presión Estética sobre el Cuerpo Femenino

Las dinámicas de representación corporal en redes sociales no operan bajo condiciones simétricas entre hombres y mujeres. Tal como se desprende de los testimonios recogidos, los adolescentes identifican claramente una diferencia en la presión estética que enfrentan sus pares femeninas frente a la relativa despreocupación que caracteriza la exposición masculina. Esta diferenciación responde a construcciones históricas de género que asignan al cuerpo femenino un papel central en la validación social, mientras que el cuerpo masculino puede mantener una presencia más funcional o desenfadada sin comprometer su aceptación.

Esta percepción no es exclusiva de los análisis teóricos, sino que aparece explícitamente en los discursos juveniles. Un estudiante varón, al ser consultado sobre cómo observa las prácticas de exposición en redes, afirma:

“Yo he notado que las chicas muestran más su cuerpo y se arreglan más para los videos, mientras que los chicos somos más relajados. Creo que las chicas tienen más presión para verse bien porque las juzgan más.”(Respuesta 6, entrevista 8)

Este testimonio señala con claridad la disparidad en las exigencias que enfrentan mujeres y hombres en el entorno digital. La observación de que “las chicas muestran más su cuerpo y se arreglan más” (Respuesta 6, entrevista 8) alude no solo a un acto de preparación estética, sino a una forma de adecuación a las expectativas externas, en las que la apariencia se convierte en un criterio de validación. En contraste, la afirmación de que “los chicos somos más relajados” (Respuesta 6, entrevista 8) sugiere que los varones no enfrentan la misma presión, lo que refuerza una simetría desigual de expectativas. Finalmente, la expresión “porque las juzgan más” (Respuesta 6, entrevista 8) introduce una clave interpretativa central: las mujeres no solo se exponen, sino que lo hacen en un campo de constante evaluación, donde cada gesto, prenda o postura puede ser objeto de escrutinio.

Este patrón se vincula con los planteamientos de Fredrickson y Roberts (1997), quienes explican que la cosificación femenina no solo consiste en ser vistas, sino en verse a sí mismas desde una mirada externa interiorizada. Las adolescentes, al producir contenido para redes, incorporan esta mirada como parte del proceso de autorrepresentación, intensificando así la presión por cumplir con ciertos estándares corporales y estéticos. La performatividad corporal femenina, en este contexto, no es solamente deseada; es esperada.

Otro estudiante ofrece una reflexión que complementa esta lectura, incorporando una crítica más explícita al mandato estético diferenciado:

“Sí, las chicas suelen mostrar más su físico y hacer cosas para llamar la atención, mientras que los chicos no tanto. Pienso que eso pasa porque la sociedad espera que las mujeres se vean bonitas y los hombres no tanto, pero eso está mal porque todos deberían estar libres de esa presión.”(Respuesta 6, entrevista 6)

En este segundo testimonio se refuerza la idea de que “las chicas suelen mostrar más su físico” (Respuesta 6, entrevista 6) y que esta práctica responde a una expectativa social que se

naturaliza desde edades tempranas. El joven no solo reconoce que existe una presión diferencial, sino que la valora críticamente al afirmar que “eso está mal” (Respuesta 6, entrevista 6), evidenciando una conciencia incipiente sobre la necesidad de cuestionar las normas estéticas que afectan principalmente a las mujeres.

Desde esta perspectiva, la exposición femenina se presenta como una obligación estética, donde mostrarse —y mostrarse atractiva— se convierte en condición para ser vista. Por el contrario, los varones pueden adoptar una postura de no-performatividad, sin que eso suponga una pérdida de capital simbólico. Esta asimetría constituye una forma específica de desigualdad simbólica, que se reproduce mediante la interacción cotidiana en entornos digitales.

El contraste entre la obligación de las chicas de “verse bien” y la posibilidad de los chicos de “estar relajados” (Respuesta 6, entrevista 8) no solo refleja una diferencia de comportamientos, sino una estructura de género que asigna roles diferenciados en la economía de la atención (Goldhaber 1997). Mientras las mujeres son convertidas en contenido, los hombres pueden mantenerse como espectadores o productores ocasionales sin someterse al mismo nivel de presión estética. Esta brecha evidencia cómo la cultura visual de las redes contribuye a reforzar jerarquías de género preexistentes, adaptándolas al lenguaje algorítmico sin ponerlas en entredicho.

Los discursos analizados evidencian cómo los adolescentes varones internalizan, reproducen y legitiman la idea de que las mujeres deben mostrar su cuerpo para ser vistas y valoradas. Esta lógica de exposición se articula con lo que Illouz (2007) ha denominado el “capital erótico” dentro del capitalismo emocional, donde la visibilidad del cuerpo opera como moneda simbólica que se intercambia por atención, deseo o aceptación social. Así, la

sexualización no se impone únicamente desde afuera, sino que es también asumida como parte del juego simbólico que estructura la participación en plataformas como TikTok o Instagram.

Esta noción se refuerza con el aporte de Thompson et al. (1999), quienes destacan que la internalización de ideales estéticos inalcanzables genera procesos de disonancia corporal y malestar psicológico. Los adolescentes entrevistados parecen tener conciencia parcial de estas tensiones: por un lado, reconocen que las imágenes que consumen no siempre son reales o saludables; por otro, las validan como parte del estándar aceptado. Esta ambivalencia, descrita también por Jarman et al. (2021), se manifiesta como una forma de resignación simbólica: los jóvenes identifican el carácter problemático de la sexualización, pero no lo cuestionan activamente, ya que forma parte de su cotidianidad mediática.

El algoritmo de las redes contribuye también a esta reproducción de lo ideal, pues prioriza y viraliza los cuerpos que se ajustan a ciertos cánones visuales. Como advierte Goldhaber (1997), en la economía de la atención, aquello que capta la mirada es lo que se posiciona, lo que implica que los cuerpos más expuestos y normativos son los que circulan con mayor eficacia. Esta dinámica genera un entorno en el que lo “ideal” se construye no desde la diversidad, sino desde la repetición de estéticas homogéneas, centradas en la delgadez, la sensualidad y la juventud femenina.

Desde el Trabajo Social, esta problemática interpela directamente los principios de equidad y justicia simbólica. Comprender cómo se construyen los ideales en el entorno digital no solo es clave para analizar el fenómeno de la sexualización, sino también para generar procesos pedagógicos que cuestionen críticamente estos mandatos estéticos. Tal como plantea Banks (2010), la intervención social debe orientarse a desnaturalizar las formas simbólicas que sostienen la desigualdad, y en este caso, ello implica abrir espacios de reflexión con adolescentes sobre los efectos de los estándares corporales impuestos por la cultura digital.

5.3 Mujeres en vitrina: Estéticas dominantes y presión visual en redes sociales

En el universo digital actual, la representación del cuerpo femenino responde a una lógica estética intensamente codificada. Las plataformas sociales, especialmente aquellas centradas en la imagen y el video breve, se configuran como vitrinas donde los cuerpos no solo circulan, sino que compiten por atención bajo criterios visuales que privilegian ciertas formas, gestos y estilos. En este contexto, el cuerpo de la mujer adquiere un valor diferencial en tanto se ajusta —o no— a los parámetros que rigen la viralidad y la aprobación social. Así, la presencia femenina en redes no se da en condiciones de igualdad simbólica, sino dentro de un sistema de exposición altamente regulado por expectativas estéticas normativas.

Desde la mirada de los adolescentes, esta dinámica se percibe como una repetición constante de una misma estética corporal que opera como modelo dominante. Lo que circula con mayor fuerza en las redes es, justamente, aquello que responde a un patrón corporal específico: cuerpos delgados pero curvilíneos, piel expuesta, maquillaje visible, vestimenta ceñida, y un lenguaje corporal sexualizado pero aparentemente espontáneo. Esta fórmula visual, aunque revestida de naturalidad o de “autenticidad”, es vivida por los propios jóvenes como algo repetitivo, predecible y, en algunos casos, cuestionable.

Uno de los entrevistados lo expresa de la siguiente manera:

“Las chicas que más salen en redes tienen ese mismo estilo: cuerpo marcado, ropa muy ajustada, labios grandes. Parece como que todas se ven igual, como un molde.” (Respuesta 3, entrevista 6)

Este testimonio revela una percepción aguda sobre la homogeneización estética que domina los contenidos protagonizados por mujeres. La expresión “como un molde” (Respuesta 3, entrevista 6) remite a la sensación de uniformidad, donde lo singular y lo diverso quedan opacados por la reiteración de un único ideal corporal. Esta idea conecta directamente con los

planteamientos de Susan Bordo (1993) quien advierte que los cuerpos femeninos, en contextos de fuerte regulación simbólica, tienden a convertirse en superficies moldeables que deben adecuarse a los deseos sociales. Aunque las tecnologías actuales permiten una supuesta libertad de autoexpresión, los testimonios muestran que esa libertad se ejerce bajo condicionamientos visuales y simbólicos que son profundamente generizados.

La reiteración estética también es percibida como una forma de estrategia o adaptación. Otro joven, al reflexionar sobre este fenómeno, introduce una dimensión crítica respecto a la autonomía en la autoexposición:

“Yo creo que hay como una estética que todas copian. A veces es difícil saber si lo hacen porque quieren o porque eso es lo que más se ve y gusta en redes.”(Respuesta 6, entrevista 5)

Aquí se problematiza la noción de agencia en la autoexposición femenina. El estudiante no niega la posibilidad de que exista una voluntad propia, pero al mismo tiempo reconoce que las elecciones estéticas están fuertemente influenciadas por las dinámicas algorítmicas y sociales de validación. La frase “lo que más se ve y gusta” (Respuesta 6, entrevista 5) sugiere que las adolescentes internalizan lo que las plataformas premian, y que esa internalización moldea sus decisiones, no solo en términos de estética, sino también en la manera de habitar su cuerpo frente a la cámara.

Esta observación coincide con lo planteado por Angela McRobbie (2015), quien sostiene que en el postfeminismo contemporáneo la sexualización ha dejado de ser impuesta de forma directa por figuras patriarcales para ser asumida como elección libre, aunque dicha elección esté moldeada por normas culturales invisibles. De ese modo, el mandato de estar “visible” y “deseable” no es vivenciado como una obligación externa, sino como una responsabilidad individual para destacar y pertenecer. La autoexposición femenina, en este

marco, se convierte en una performance cuidadosamente calibrada, donde mostrarse —de cierta manera— es sinónimo de valer, ser vista y existir en la esfera digital.

La expresión corporal también se vuelve lenguaje codificado. No basta con mostrarse; hay que hacerlo bajo ciertas formas: mirar a la cámara con intención, moverse al ritmo de tendencias virales, adoptar poses sugerentes que no parezcan deliberadas. Este repertorio visual, si bien es asumido por muchas adolescentes como parte del juego digital, implica una carga simbólica que no suele ser reconocida abiertamente. Gill (2007) advierte que este fenómeno produce una forma de autoobjetivación que se disfraza de libertad, pero que refuerza los sistemas de género tradicionales bajo una nueva retórica de empoderamiento individual.

Asimismo, el testimonio citado también introduce una ambigüedad fundamental: “no se sabe si lo hacen porque quieren o porque es lo que se ve”. Esta ambivalencia revela cómo los algoritmos, al amplificar ciertos contenidos y silenciar otros, terminan moldeando la percepción colectiva sobre qué cuerpos merecen atención y qué formas de mostrarse son aceptables. De esta manera, se produce una pedagogía visual no institucionalizada, pero altamente eficaz, que educa a las jóvenes sobre cómo deben verse y comportarse para ser reconocidas en el entorno digital.

Los relatos presentados permiten observar que, aunque existe una incipiente conciencia crítica en los adolescentes sobre la presión estética que enfrentan las mujeres en redes, esta crítica coexiste con una aceptación tácita de las reglas del juego. Los cuerpos femeninos siguen siendo el centro del espectáculo visual, medido en likes, visualizaciones y comentarios. En este sistema, quien no se ajusta al molde queda fuera del campo de lo visible o es leído como menos válida dentro del circuito de reconocimiento juvenil. En consecuencia, el cuerpo de la mujer no solo es vitrina: es mercancía simbólica, recurso de validación y filtro de pertenencia.

5.3.1. Imitar para pertenecer: Influencers, mimetismo corporal y aspiración digital

La configuración de los imaginarios corporales entre adolescentes no puede analizarse sin considerar la función que cumplen los creadores de contenido en redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube. Aunque estos actores no siempre se identifican formalmente como “influencers”, sus prácticas, estilos de presentación, estéticas corporales y formas de comunicación adquieren un carácter prescriptivo entre las audiencias jóvenes, que no solo los consumen, sino que los imitan y replican. La figura del influencer, sin necesidad de nombrarse como tal, encarna un modelo aspiracional que combina visibilidad, atractivo físico, estilo de vida deseado y capacidad para generar atención sostenida. En ese sentido, su influencia sobre los patrones de comportamiento, consumo y autoimagen es profundamente performativa.

Desde el marco de análisis sociológico, esta influencia puede entenderse a través del concepto de “presentación del yo” de Erving Goffman (2009), en el que los sujetos construyen una identidad pública a partir de guiones preexistentes que se actualizan en función de las audiencias. En redes sociales, estas presentaciones se organizan en torno a formatos estandarizados —coreografías, retos, bailes, primeros planos— que son fácilmente replicables y que permiten a otros usuarios “ensayar” el mismo tipo de visibilidad. Sin embargo, lo que se presenta como participación lúdica encierra también un sistema simbólico jerarquizado, donde ciertos cuerpos, poses y estéticas son más eficaces para atraer reconocimiento.

Uno de los adolescentes entrevistados describe esta lógica de repetición desde su experiencia cotidiana en redes:

“La mayoría de las peladas que sigo hacen lo mismo: bailes con ropa corta, maquillaje muy marcado, cuerpos muy parecidos. Y luego uno ve que las chicas del colegio suben videos parecidos.” (Respuesta 5, entrevista 7)

Este testimonio permite identificar dos niveles de reproducción simbólica: por un lado, la repetición entre los propios creadores de contenido (quienes adoptan una estética común) y, por otro, la apropiación de esos mismos códigos por parte de jóvenes que no necesariamente tienen visibilidad masiva, pero que buscan replicar el estilo para insertarse en la dinámica digital. La observación de que “todas hacen lo mismo” (Respuesta 5, entrevista 7) apunta a una uniformidad visual que no solo se acepta, sino que se espera. Se configura así un ciclo de retroalimentación en el que el contenido más visible se convierte en modelo, y ese modelo es imitado para intentar conseguir visibilidad. Como señala Marwick (2015), esta lógica no se impone de forma autoritaria, sino que opera a través del deseo de pertenecer a una comunidad simbólica de reconocimiento.

En este mismo sentido, otro adolescente ofrece una mirada complementaria que enfatiza el carácter progresivo del mimetismo corporal en redes:

“Hay muchas que copian los mismos estilos o retos. Si una muestra más, las otras también empiezan a hacer eso, como si fuera la forma de volverse famosa.”
(Respuesta 2, entrevista 6)

Aquí se destaca cómo la exposición corporal se convierte en estrategia relacional: mostrar más se asocia con tener más éxito en redes. La frase “como si fuera la forma de volverse famosa” (Respuesta 2, entrevista 6) refleja el modo en que el contenido sexualizante se integra como vía legítima para alcanzar prestigio digital, especialmente entre las mujeres. Esta idea conecta con el concepto de “capital simbólico corporal” (Bourdieu, 2011), en tanto el cuerpo —en su forma visual y performativa— se convierte en recurso de intercambio para obtener reconocimiento, atención y estatus dentro de un campo social (en este caso, el digital).

Lo anterior también puede ser interpretado desde la lectura que hace Gill (2008) sobre la autoexposición sexualizada como mandato neoliberal. Bajo esta lógica, las adolescentes son

convocadas a mostrarse no por imposición externa directa, sino por una exigencia internalizada que les señala que solo mediante ciertos códigos de visibilidad podrán ser reconocidas, vistas, seguidas y, eventualmente, valoradas. Este mandato no se enuncia de forma explícita, pero se reproduce en los algoritmos, en los comentarios, en las reacciones, y en los cuerpos que son viralizados. El contenido que mejor circula en plataformas suele estar cargado de una estética erótica, cuidadosamente trabajada para parecer casual, lo que impone una nueva forma de sexualización enmascarada por el lenguaje de la diversión o la espontaneidad.

En este escenario, el rol de los influencers es doble. Por un lado, legitiman los modelos de exposición estética que ya circulan; por otro, los amplifican mediante su llegada masiva y su capacidad para marcar tendencias. Lo problemático no es solamente la repetición de ciertas estéticas, sino la construcción de un marco simbólico en el cual la visibilidad depende de la capacidad del cuerpo para ser deseable y repetible. En otras palabras, no cualquier contenido es susceptible de viralizarse: debe ajustarse a ciertas coordenadas visuales que reafirman la lógica de erotización como herramienta de atención.

Bauman (2007) sugiere que en la modernidad líquida, la visibilidad se convierte en una forma de existencia. En el contexto digital, esto se traduce en la necesidad de mostrarse bajo ciertos estándares si se quiere existir simbólicamente en la comunidad juvenil online. Mostrar el cuerpo no es simplemente una elección individual; es una forma de responder a una demanda cultural más amplia, sostenida por los algoritmos y las miradas del entorno. Esta respuesta se ve reforzada por el mimetismo estético que los adolescentes perciben y replican, como mecanismo para insertarse en una estructura de validación que convierte al cuerpo femenino en moneda visual.

Finalmente, es importante destacar que, si bien los adolescentes entrevistados no siempre verbalizan una crítica directa a esta lógica, sus observaciones revelan una conciencia

latente sobre su funcionamiento. Reconocen que hay una estética repetida, que esa repetición se asocia al éxito en redes, y que la aspiración a “volverse famosa” pasa por adoptar los mismos códigos visuales que han sido naturalizados como deseables. Esta consciencia, aunque incipiente, permite abrir caminos para cuestionar colectivamente el peso que tiene el cuerpo como única o principal vía de acceso al reconocimiento digital.

En las dinámicas de consumo digital entre adolescentes, la exposición corporal femenina en redes sociales no siempre es interpretada como sexualización explícita o como un problema social; por el contrario, con frecuencia se presenta bajo la forma de entretenimiento ligero, humor, retos virales o danza. Este encubrimiento simbólico —donde el deseo es filtrado a través del código del entretenimiento— opera como una estrategia que neutraliza el carácter problemático de la hipervisibilidad del cuerpo femenino, convirtiéndolo en parte del paisaje digital cotidiano. De este modo, el contenido sexualizante deja de ser interrogado críticamente y pasa a formar parte de una rutina de consumo validada tanto por los algoritmos como por los usuarios.

Judith Butler (2004) sostiene que las normas de género se consolidan a través de la repetición performativa: aquello que se hace reiteradamente bajo ciertas reglas se convierte en lo que se considera natural. Esta noción es especialmente útil para comprender cómo los bailes, gestos y poses corporalmente sexualizadas se instalan como prácticas comunes entre mujeres jóvenes en redes sociales, sin ser necesariamente nombradas como “sexualizadas”. En el proceso, la performatividad femenina se vuelve una práctica de exposición que responde a mandatos de visibilidad, más que a decisiones completamente autónomas.

Otro testimonio refuerza esta lógica al reconocer que las formas de atraer atención están directamente relacionadas con el tipo de cuerpo y con la manera en que este se presenta:

“Uno ve esos videos y se entretiene, pero también sabe que están hechos para eso, para llamar la atención. A veces me da cosa pensar que todas tienen que mostrarse así.”
(Respuesta 9, entrevista 5)

El malestar expresado en la frase “*me da cosa pensar que todas tienen que mostrarse así*” (Respuesta 9, entrevista 5) introduce una dimensión crítica que, si bien no se desarrolla completamente, deja entrever una preocupación respecto a la presión estética y performativa que enfrentan las mujeres jóvenes. Esta presión no se da de forma directa, pero se reproduce simbólicamente: las que se exponen son premiadas con likes y visualizaciones, mientras que quienes no encajan en esa lógica suelen quedar fuera del circuito de validación. Como señalan Fredrickson y Roberts (1997), esta dinámica genera procesos de autoobjetivación, en los que las adolescentes no solo se muestran, sino que comienzan a verse a sí mismas desde una mirada externa que anticipa y moldea sus comportamientos.

En esta lógica de exposición, el cuerpo femenino deja de ser una dimensión privada o íntima para convertirse en contenido. Lo que se muestra no es solo una imagen corporal, sino una forma codificada de ser reconocida. Este tránsito del cuerpo a contenido está mediado por los algoritmos, que seleccionan, jerarquizan y promueven aquello que mayor interacción genera. La sexualización se presenta entonces no como un exceso, sino como una condición de visibilidad: ser vista implica mostrarse de una determinada forma, ajustada a los códigos del deseo que circulan disfrazados de humor o tendencia.

Cabe resaltar que este fenómeno no implica una imposición explícita, sino una forma de coacción simbólica que se percibe como natural. Las jóvenes internalizan que ciertas formas de estar en redes producen mejores resultados, lo que refuerza un comportamiento de adaptación estética. En palabras de Rosalind Gill (2007), se trata de una subjetividad

sexualizada que no es impuesta desde fuera, sino que se construye desde dentro como parte del ideal de éxito digital.

En resumen, los testimonios de los adolescentes reflejan una comprensión incipiente, aunque aún parcial, del papel que juega el contenido sexualizante en la conformación de lo femenino como espectáculo. La validación algorítmica refuerza prácticas de autoexposición sostenidas en la erotización ligera, donde el cuerpo es recurso, mensaje y estrategia de reconocimiento. La sexualización no se impone por la fuerza, pero se naturaliza por repetición, desplazando la crítica y consolidando un imaginario en el que la exposición visual del cuerpo femenino es vista como inevitable, funcional y, sobre todo, entretenida.

5.3.2. Sexualizar para entretener: Entre el deseo banalizado y la validación algorítmica

En las dinámicas de consumo digital entre adolescentes, la exposición corporal femenina en redes sociales no siempre es interpretada como sexualización explícita o como un problema social; por el contrario, con frecuencia se presenta bajo la forma de entretenimiento ligero, humor, retos virales o danza. Este encubrimiento simbólico —donde el deseo es filtrado a través del código del entretenimiento— opera como una estrategia que neutraliza el carácter problemático de la hipervisibilidad del cuerpo femenino, convirtiéndolo en parte del paisaje digital cotidiano. De este modo, el contenido sexualizante deja de ser interrogado críticamente y pasa a formar parte de una rutina de consumo validada tanto por los algoritmos como por los usuarios.

Judith Butler (2004) sostiene que las normas de género se consolidan a través de la repetición performativa: aquello que se hace reiteradamente bajo ciertas reglas se convierte en lo que se considera natural. Esta noción es especialmente útil para comprender cómo los bailes, gestos y poses corporalmente sexualizadas se instalan como prácticas comunes entre mujeres jóvenes en redes sociales, sin ser necesariamente nombradas como “sexualizadas”. En el

proceso, la performatividad femenina se vuelve una práctica de exposición que responde a mandatos de visibilidad, más que a decisiones completamente autónomas.

Uno de los entrevistados ilustra esta normalización del contenido sexualizado a través de la estructura humorística o lúdica de los videos:

“Uno se ríe o lo ve normal, pero si uno lo piensa, casi siempre los videos graciosos son de viejas moviéndose de forma provocativa o haciendo cosas que llaman mucho la atención.”

(Respuesta 8, entrevista 3)

Este testimonio sugiere una percepción ambivalente. Por un lado, se reconoce el carácter aparentemente inofensivo del contenido —“uno se ríe o lo ve normal”— pero al mismo tiempo se identifica que, en muchos casos, ese entretenimiento está sostenido sobre la exposición provocativa del cuerpo femenino. Esta observación permite conectar con lo planteado por Jarman et al. (2021), quienes advierten que los adolescentes oscilan entre la conciencia crítica y la aceptación resignada frente a la sexualización en redes. Esa oscilación impide una lectura clara del fenómeno, y facilita que contenidos con carga erótica implícita sean consumidos sin resistencia bajo la excusa de lo “divertido”.

El humor, como estrategia discursiva, se convierte así en un mecanismo de desactivación simbólica: lo que podría ser leído como objetivación o cosificación, se interpreta como parte del juego, del “entretenimiento sin intención”. Este mecanismo de encubrimiento permite que ciertos cuerpos sean constantemente mostrados, comentados y viralizados, sin que ello genere incomodidad colectiva. A través del humor, se sostiene una forma de erotización banalizada que opera con eficacia, precisamente porque no se presenta como tal.

Otro testimonio refuerza esta lógica al reconocer que las formas de atraer atención están directamente relacionadas con el tipo de cuerpo y con la manera en que este se presenta:

“Uno ve esos videos y se entretiene, pero también sabe que están hechos para eso, para llamar la atención. A veces me da cosa pensar que todas tienen que mostrarse así.” (Respuesta 9, entrevista 5)

La frase “están hechos para eso, para llamar la atención” (Respuesta 9, entrevista 5) revela una comprensión aguda del funcionamiento algorítmico: los videos más visibles son aquellos que apelan a lo visualmente provocativo, donde el cuerpo femenino es utilizado como recurso principal para captar y sostener la mirada.

El malestar expresado en la frase “me da cosa pensar que todas tienen que mostrarse así” (Respuesta 9, entrevista 5) introduce una dimensión crítica que, si bien no se desarrolla completamente, deja entrever una preocupación respecto a la presión estética y performativa que enfrentan las mujeres jóvenes.

Cabe resaltar que este fenómeno no implica una imposición explícita, sino una forma de coacción simbólica que se percibe como natural. Las jóvenes internalizan que ciertas formas de estar en redes producen mejores resultados, lo que refuerza un comportamiento de adaptación estética. En palabras de Rosalind Gill (2007), se trata de una subjetividad sexualizada que no es impuesta desde fuera, sino que se construye desde dentro como parte del ideal de éxito digital.

En resumen, los testimonios de los adolescentes reflejan una comprensión incipiente, aunque aún parcial, del papel que juega el contenido sexualizante en la conformación de lo femenino como espectáculo. La validación algorítmica refuerza prácticas de autoexposición sostenidas en la erotización ligera, donde el cuerpo es recurso, mensaje y estrategia de reconocimiento.

Capítulo 6.

Conclusiones

El presente estudio permitió comprender cómo los adolescentes varones construyen sus imaginarios sobre el cuerpo femenino a partir de su experiencia cotidiana en plataformas digitales, en las cuales el contenido sexualizante ocupa un lugar privilegiado en términos de visibilidad y validación social. A través del análisis de sus percepciones, discursos y prácticas de consumo, se reveló un entramado simbólico en el que el cuerpo de la mujer no solo es observado, sino producido como mercancía visual y vehículo de atención en la economía algorítmica. El trabajo permitió identificar, desde una mirada crítica y situada, cómo las tecnologías digitales no solo median las relaciones entre pares, sino que moldean profundamente la manera en que los jóvenes comprenden, evalúan y asignan valor al cuerpo femenino.

Esta investigación se planteó examinar la influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad social de los jóvenes de Santander de Quilichao, con énfasis particular en la sexualización del cuerpo femenino. A través de un enfoque cualitativo hermenéutico-interpretativo con adolescentes varones de décimo y undécimo grado de la Institución Educativa Cauca, se identificaron patrones reveladores que dan respuesta a la pregunta central del estudio.

Los datos recolectados muestran que las redes sociales funcionan como espacios pedagógicos informales que moldean de manera activa las percepciones masculinas sobre lo femenino. Esta influencia se concreta mediante tres procesos centrales: la progresiva normalización de contenido sexualizado a través del entretenimiento, la consolidación de expectativas diferenciadas por género que ejercen presión específicamente sobre el cuerpo femenino, y la configuración de una masculinidad espectadora que se valida mediante el consumo y aprobación de material cosificante. Los jóvenes entrevistados han desarrollado

rutinas de consumo donde el humor actúa como gancho principal, siendo TikTok e Instagram las plataformas más utilizadas. Su exposición diaria oscila entre 3 y 4 horas, período durante el cual reciben constantemente representaciones sexualizadas del cuerpo femenino.

Para ilustrar de manera sintética cómo estas plataformas operan de forma diferenciada en la subjetividad de los jóvenes, se presenta a continuación un cuadro comparativo que detalla los rasgos de contenido e interacción hallados en TikTok e Instagram durante el estudio

Tabla 1

Red Social	Descripción y Lógica	Rasgos de Contenido e Interacción	Diferencias en la Identidad/Sexualización
TikTok	Plataforma basada en la viralidad y el entretenimiento rápido a través de videos cortos.	Contenido: Retos (challenges), bailes y música pegajosa. Interacción: Basada en el engagement masivo y la reproducción de "erotización ligera".	El cuerpo se percibe como una herramienta de espectáculo. La identidad se liga a la capacidad de replicar tendencias globales.
Instagram	Red social de carácter visual enfocada en la estética y la curaduría de la imagen.	Contenido: Fotografías editadas y estilos de vida aspiracionales. Interacción: Validación mediante likes. Fomenta el mimetismo corporal y la comparación.	El cuerpo funciona como una "vitrina". Se refuerzan los estándares de belleza hegemónicos y la "mujer-objeto" como ideal estético.

Como se observa en la **Tabla 1**, aunque ambas plataformas convergen en la cosificación del cuerpo, TikTok lo hace a través del espectáculo del movimiento, mientras que Instagram lo hace mediante la perfección de la imagen estática. Esta distinción es clave para entender que

la intervención social y pedagógica debe abordar de forma crítica los diferentes lenguajes digitales.

Al indagar sobre las percepciones estudiantiles respecto a la sexualización del cuerpo femenino, los adolescentes identificaron la existencia de patrones estéticos que funcionan "como un molde", restringiendo la diversidad corporal. Los participantes expresaron una ambivalencia particular mediante afirmaciones como "eso es normal, pero no tan real", lo cual demuestra una tensión permanente entre el reconocimiento crítico inicial y la aceptación colectiva de estas dinámicas. Esta ambivalencia opera como mecanismo psicosocial que facilita naturalizar el consumo de desigualdad disfrazado de entretenimiento, permitiendo mantener simultáneamente conciencia sobre la artificialidad del contenido y participación activa en su consumo.

El examen de las modalidades e influencias del contenido sexualizante en la formación de imaginarios sobre el cuerpo femenino identificó dos dinámicas principales: el "mimetismo corporal como estrategia de pertenencia", donde las adolescentes ajustan su autorrepresentación a códigos algorítmicos, y la "sexualización como recurso de entretenimiento", proceso mediante el cual el cuerpo femenino se convierte en contenido digital normalizado. Los hallazgos demuestran que las redes sociales operan como ecosistemas que generan activamente subjetividades marcadas por el género, donde la lógica algorítmica favorece contenidos que explotan vulnerabilidades psicológicas juveniles, amplificando sistemáticamente representaciones sexualizadas que se naturalizan bajo la fachada del entretenimiento.

Los participantes han internalizado expectativas diferenciadas por género donde las mujeres enfrentan presión estética considerablemente mayor para "verse bien" en redes sociales, mientras los varones se ubican como observadores que validan sin estar sometidos a

las mismas exigencias performativas. El estudio evidenció que el contenido sexualizante actúa como pedagogía visual no institucionalizada que enseña qué cuerpos merecen atención y cuáles formas de feminidad son socialmente valoradas, compitiendo directamente con los esfuerzos educativos formales por promover ciudadanía digital crítica.

El trabajo aporta evidencia empírica desde un contexto rural colombiano, cubriendo un vacío importante en la literatura académica que se concentra mayoritariamente en entornos urbanos. La investigación puso en evidencia la perspectiva de los adolescentes varones como agentes activos en la reproducción de dinámicas de género, superando aproximaciones que los consideran meramente espectadores pasivos. Los resultados validaron la relevancia de marcos conceptuales como capital simbólico (Bourdieu, 2011), teoría de la cosificación (Fredrickson y Roberts, 1997), performatividad de género (Butler, 2007) y ambivalencia juvenil (Jarman et al., 2021) para entender fenómenos digitales actuales.

El estudio presenta limitaciones significativas. Se desarrolló en un contexto particular con una población específica, lo que restringe la generalización de los resultados a otros entornos educativos y territoriales. Se focalizó exclusivamente en la perspectiva masculina, requiriéndose estudios complementarios que incorporen las voces de las adolescentes como sujetas activas en estos procesos. La metodología cualitativa, aunque permitió profundidad interpretativa, no posibilitó cuantificar la magnitud del fenómeno a nivel poblacional. Además, el período de recolección de datos fue relativamente breve, impidiendo observar variaciones temporales en las percepciones estudiantiles.

Los resultados apuntan hacia líneas de investigación prioritarias: análisis de estrategias de resistencia desarrolladas por las adolescentes frente a presiones estéticas digitales, estudios comparativos entre contextos rurales y urbanos, investigación sobre efectividad de intervenciones educativas en ciudadanía digital crítica, y análisis del rol de familias e

instituciones educativas en la mediación del consumo digital juvenil. Se necesitan estudios longitudinales que documenten la evolución de estas percepciones durante la transición hacia la adultez temprana, así como investigaciones que exploren las diferencias generacionales en el consumo e interpretación de contenidos digitales.

Los hallazgos exigen desarrollar estrategias de intervención que superen el trabajo individual para abordar las condiciones estructurales que configuran las subjetividades juveniles. Resulta fundamental diseñar programas de educación crítica en medios, fortalecer espacios de reflexión grupal sobre masculinidades y promover advocacy por regulaciones que limiten la amplificación algorítmica de contenidos sexualizantes dirigidos a poblaciones adolescentes. En contextos rurales como Santander de Quilichao, donde las redes sociales ejercen influencia desproporcionada debido a la limitada disponibilidad de alternativas de socialización, se vuelve imperativo disputar los sentidos dominantes y promover narrativas alternativas que no reproduzcan lógicas de cosificación.

La investigación puso en evidencia que comprender las dinámicas digitales contemporáneas constituye una competencia indispensable para el Trabajo Social del siglo XXI. Las redes sociales no únicamente influyen en el consumo juvenil, sino que moldean activamente la construcción de sentido sobre el cuerpo, el género y las relaciones interpersonales. El contenido sexualizante se establece como estructura visual que moldea el deseo, orienta las expectativas y condiciona las maneras de imaginar y valorar el cuerpo femenino. Entender estas dinámicas representa el paso inicial para diseñar intervenciones educativas, pedagógicas y sociales que no ignoren la potencia simbólica de lo digital, sino que la confronten con herramientas críticas, éticas y transformadoras. Esto requiere intervenciones profesionales que integren estrategias capaces de disputar la hegemonía simbólica del ecosistema digital contemporáneo, reconociendo que la construcción de ciudadanía en el siglo

XXI pasa necesariamente por la capacidad de leer críticamente los códigos que estructuran la experiencia digital juvenil

.

Capítulo 7

Reflexiones

El recorrido por los imaginarios juveniles en torno al cuerpo femenino, mediados por la lógica algorítmica y las estéticas dominantes en redes sociales, deja entrever una realidad compleja en la que el deseo, el entretenimiento y la presión simbólica conviven sin fricciones aparentes. En un mundo donde lo visible equivale a lo valioso, el cuerpo —particularmente el cuerpo de las mujeres— se convierte en una moneda de circulación simbólica, cuya exposición es recompensada con atención, pero también vigilada, juzgada y disciplinada.

Los adolescentes entrevistados muestran una sensibilidad ambigua ante este fenómeno. Por un lado, reconocen los códigos que operan en su entorno digital: saben qué tipos de cuerpos se viralizan, qué gestos atraen más vistas y qué estéticas deben replicarse para pertenecer. Por otro lado, muchos de ellos expresan dudas, incomodidades o cuestionamientos que no logran articularse como resistencia consciente, pero que pueden ser semillas de pensamiento crítico si se cultivan en espacios adecuados. Esta brecha entre lo que se sabe y lo que se reproduce es el terreno fértil para el Trabajo Social: allí donde el sujeto no logra nombrar del todo la tensión que experimenta, pero la siente, el trabajo educativo, pedagógico y social puede hacer la diferencia.

Reflexionar sobre la influencia del contenido sexualizante en la construcción de imaginarios no es únicamente una tarea académica. Implica cuestionar las formas en que las juventudes están siendo educadas —no solo por sus familias o instituciones— sino por flujos de imágenes, cuerpos y discursos que configuran lo deseable, lo posible y lo tolerable. Implica preguntarse quién define qué cuerpos merecen ser vistos, qué se pierde en esa visibilidad forzada y qué otras formas de habitar el cuerpo y el deseo están siendo silenciadas. Esta reflexión exige ir más allá del diagnóstico y comprometerse con la creación de espacios donde

las y los adolescentes puedan imaginar alternativas a las narrativas hegemónicas que hoy los atraviesan.

El Trabajo Social, como disciplina comprometida con la transformación de las condiciones que sostienen las desigualdades y las violencias simbólicas, está llamado no solo a acompañar procesos individuales, sino a intervenir en los discursos sociales que producen subjetividades. En el contexto actual, esto implica incorporar una mirada crítica sobre el papel de las tecnologías, las industrias culturales y las estéticas dominantes en la configuración del sujeto joven. Implica también revisar nuestras propias prácticas: ¿cómo hablamos del cuerpo?, ¿cómo intervenimos sin reforzar la vergüenza, el juicio o el control?

Esta investigación no pretende agotar la discusión, sino abrir caminos. Las voces de los adolescentes nos recuerdan que no todo está dicho, que las tensiones que experimentan pueden convertirse en puntos de partida para el pensamiento crítico, la acción colectiva y la resignificación de los cuerpos más allá del espejo digital.

Bibliografía

- Africano, A., Caicedo, B., & Fernández, C. (2022). Los "me gusta" como métrica de autovalía: Influencia de la aprobación en redes sociales sobre la autoestima en jóvenes de Santander de Quilichao, Colombia. *Revista Colombiana de Psicología*, 31(2), 145-162.
- ALIGN Platform. (2024). Social media and gender norms among adolescent boys: A briefing note. ALIGN. <https://www.alignplatform.org/resources/social-media-and-gender-norms-among-adolescent-boys-briefing-note>
- Arévalo Cabrera, L. C., Henríquez Coronel, M. A., & Erazo Álvarez, C. A. (2022). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador. *Explorador Digital*, 6(3), 149-165. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>.
- Banks, S. (2010). *Ética y valores en el trabajo social*. Editorial Alianza.
- Bartky, S. L. (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Routledge.
- Baudrillard, J. (2009). *Cultura y simulacro*. Kairós.
- Bauman, Z. (2007). *Vida líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método*. Hora.
- Beauchamp, T. L., & Childress, J. F. (2002). *Principios de ética biomédica* (4a ed.). Paidós.
- Becerra, F., & Calle, M. (2005). *Metodología de la investigación*. Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. Penguin.
- Bordo, S. (1993). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. University of California Press.
- Bourdieu, P. (2011). Las formas del capital. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 16(48), 235-263. <https://www.comie.org.mx/revista/v2018/rmie/index.php/nrmie/article/view/550>.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad* (M. A. Muñoz García, Trad.). Paidós.

- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2012). Manual de investigación cualitativa (Vol. 1). Gedisa
- Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.
- Elias, A. S., & Gill, R. (2018). Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism. *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 59–77. <https://doi.org/10.1177/1367549417705604>.
- Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). The impact of social media on the perception of women's body image: A systematic review. *Journal of Eating Disorders*, 7(1), 1-10. https://www.researchgate.net/publication/375299714_The_Impact_of_Social_Media_on_Women's_Body_Image_Perception_A_Meta-Analysis_of_Well-being_Outcomes.
- Flick, U. (2007). Introducción a la investigación cualitativa (2a ed.). Ediciones Morata.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>.
- Gadamer, H. G. (1991). Verdad y método I: Fundamentos de una hermenéutica filosófica (7a ed.). Ediciones Sígueme.
- Glaser, B. G., y Strauss, A. L. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Aldine
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity Press.
- Gill, R. (2008). Empowerment/sexism: Figuring female sexual agency in contemporary advertising. *Feminism & Psychology*, 18(1), 35–60. <https://doi.org/10.1177/0959353507084950>
- Goffman, E. (2009). La presentación de la persona en la vida cotidiana (9a ed. reimp.). Amorrortu Editores.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw-Hill Education.
- Higa, M. (2017). Uso de redes sociales y empatía: Diferencias de género y sexualización de la imagen adolescente. *Revista de Psicología Social*, 32(4), 789-810.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas: Las emociones en el capitalismo*. Katz Editores.
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (2023). *Sistema de alertas tempranas*. <https://www.icbf.gov.co>
- Jarman, F., Wallace, J., & Thurston, A. (2021). Ambivalencia y normalización del contenido sexualizado entre adolescentes. *Journal of Youth Studies*, 24(6), 789–807. <https://doi.org/10.1080/13676261.2020.1773513>
- Jiménez, A., & Ramírez, B. (2021). Relación entre consumo digital excesivo y habilidades interpersonales en escolares peruanos. *Revista de Psicología y Educación*, 16(3), 45-62. <https://www.revistadepsicologiayeducacion.es/pdf/20231801.pdf>.
- Klam, L. (2024). Algorithms, addiction, and abuse: The need to protect children online. *First Focus on Children*. <https://firstfocus.org>
- Lardies, F., & Victoria Potes, M. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente?. *Avances En Psicología*, 30(1), e2528. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528>.
- Ley 176 de 2019. Por medio de la cual se promueve la Cátedra de Media Social en las instituciones educativas. *Diario Oficial de Colombia*. <https://www.funcionpublica.gov.co>
- Marwick, A. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160. <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>
- McRobbie, A. (2015). *Las chicas y el posfeminismo* (2a ed.). Ediciones Morata.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4ª ed.). Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Ministerio de Educación Nacional. (2022). *Hábitos digitales en educación media*. <https://www.mineduacion.gov.co>
- Ministerio de Educación Nacional & ICFES. (2022). *Encuesta Nacional de Convivencia Escolar y Circunstancias que la Afectan - ENECA 2022. Resultados Nacionales. Gobierno de Colombia*.

<https://www.mineduacion.gov.co/portal/Encuesta-Nacional-de-Convivencia-Escolar-ENECA/303769:Resultados-2022>.

- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público* (2ª ed.). Huemul.
- Molina Higuera, M. O. (2021). *Uso problemático de Internet, ansiedad, ciberacoso y dinámica familiar en adolescentes de instituciones educativas de Sincelejo* [Tesis de doctorado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/76900>.
- Morán, J., & Popo, L. (2015). *Construcción de identidad y estéticas normativas en jóvenes del Norte del Cauca* [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Repositorio Institucional Univalle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/entities/publication/836b8a82-3ee6-40a8-859c-0585229acc95>.
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6–18. <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>
- Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2001). Ethics in qualitative research. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(1), 93–96. <https://sigmapubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1547-5069.2001.00093.x>.
- Paredes, M. (2022). *Competencias digitales y afectivas docentes para abordar el ciberacoso y la dependencia emocional en estudiantes de secundaria en Ecuador* [Tesis de maestría, Universidad San Francisco de Quito]. Repositorio USFQ. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/12345>.
- Patton, M. Q. (2015). *Investigación cualitativa y métodos de evaluación* (4ª ed.). Ediciones Morata
- Pew Research Center. (2023). *Teens, social media and technology*. <https://www.pewresearch.org/internet/2023/08/10/teens-social-media-and-technology-2023/>
- Radford, J. (2014). Sexualización como práctica sistemática. *Feminist Media Studies*, 14(2), 267–284. <https://doi.org/10.1080/14680777.2013.846577>.
- Redondo, M. (2022). Redes sociales y discursos polarizados de género: Un análisis desde la juventud en Bogotá. *Revista Colombiana de Sociología*, 45(2), 89–110.
- Regehr, K. (2024). Social media algorithms amplify misogynistic content to teens. *University College London News*. <https://www.ucl.ac.uk/news>.

- Restrepo, M. J., García, L., Vargas, P., & Díaz, C. (2019). Redes sociales, cuerpo y sexualidad: Percepciones de adolescentes escolarizados en Cali, Colombia. *Revista Colombiana de Psicología*, 28(2), 45-65.
- Rodgers, R. F., & Rousseau, A. (2022). Algorithmic amplification and adolescent body image. *Journal of Adolescent Health*, 70(4), 627–635. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2021.11.008>.
- Rubio, A. (2022). El rol de las redes sociales en la construcción de identidad adolescente: Perspectivas, experiencias y significados [Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio Institucional UBA. <http://hdl.handle.net/123456789/12345>.
- Stake, R. E. (1999). Investigación con estudio de casos (2a ed.). Ediciones Morata.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2000). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados (3a ed.). Paidós.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>.
- Torre, E., & Vaillard, J. (2012). Facebook como espacio total: La fusión de entretenimiento, socialización e identidad. In M. Pérez & A. López (Eds.), *Cultura digital y juventud en América Latina* (pp. 155-180). CLACSO.
- Zapata Guerrero, R. L. (2024). Estereotipos de género en universitarias con alto rendimiento académico en Cartagena de Indias (Tesis de maestría, Maestría en Desarrollo Social, Universidad del Norte). Repositorio institucional Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. <http://hdl.handle.net/10584/13133>.
- Zillmann, D. (2000). Mood management in the context of selective exposure theory. *Communication Yearbook*, 23(1), 103–123.

Anexos

Anexo 1. Entrevista : Redes sociales, cuerpos e imaginarios en adolescentes

Perfil del Entrevistado: Adolescente varón, Grados 10°-11°, Institución Educativa Cauca.

Enfoque: Cualitativo / Hermenéutico.

Esta entrevista tiene fines exclusivamente académicos. No hay respuestas correctas o incorrectas. Se protegerá la identidad de los entrevistados.

1. En un día normal, cuando del colegio o tienes un rato libre. ¿Cuáles son esas aplicaciones que abres casi sin pensarlo? ¿Qué es lo primero que buscas ver para 'desconectarte'?"
2. Si ingresara a tu sección de 'Para Ti' en TikTok o a Instagram, ¿qué encontraría? ¿Qué tipo de videos te muestra el algoritmo repetidamente?"
3. ¿Qué tiene que tener un video para que tú te detengas y lo veas completo? ¿Es el humor, la música, o quién sale en el video?"
4. Algunos videos de risa o memes incluyen mujeres atractivas o situaciones de pareja. ¿Te ha pasado que te quedas viendo un video porque es chistoso, pero también porque la chica que sale te llama la atención? ¿Cómo funciona esa mezcla para ti?"
5. En las redes salen 'trends' de bailes o retos donde las chicas usan ropa ajustada o hacen movimientos llamativos. ¿Sientes que el algoritmo te 'empuja' a ver contenido aunque no lo busques??"
6. Cuando ves a una chica subiendo este tipo de videos provocativos, ¿qué crees que busca?

7. ¿Has notado si las chicas que sigues o que son famosas tienen un tipo de cuerpo o estilo muy parecido? ¿Cómo describirías ese 'cuerpo ideal' que más se repite en tu inicio?"
8. Crees que a los hombres se les exige lo mismo? Si un hombre sube un video bailando normal vs. una mujer haciendo lo mismo, ¿quién recibe más críticas o comentarios sobre su físico? ¿Por qué crees que pasa eso?"
9. ¿Creas que para una mujer es necesario mostrar el cuerpo si quiere volverse viral o famosa rápido?
10. ¿Has visto que tus compañeras o amigas intenten copiar esos estilos o bailes de las influencers? ¿Creas que lo hacen por gusto o porque sienten presión para encajar y tener 'likes'?"
11. ¿Creas que si los hombres dejaran de dar 'like' o comentar esos videos, las chicas dejarían de subirlos, o ya es algo que va más allá de ustedes?"
12. ¿Alguna vez te has comparado con esos 'ideales' de internet y te has sentido mal o 'menos'? ¿Cómo manejas esa sensación?"
13. ¿Creas que saber que es falso ayuda, o de todas formas uno termina deseando o buscando esa perfección en la vida real?"
14. ¿Creas que ver tantos cuerpos sexualizados todo el tiempo nos está volviendo insensibles o está cambiando la forma en que tratamos a las mujeres fuera de la pantalla?"
15. Si pudieras cambiar cómo funcionan las redes sociales o lo que nos enseñan sobre hombres y mujeres, ¿qué cambiarías para que el ambiente fuera menos tóxico o presionante?"

Anexo 2. Consentimiento informado para menores de edad**Título del estudio:**

Redes sociales, cuerpos e imaginarios en adolescentes varones de la Institución Educativa Cauca

Investigador(a) responsable:

[]

Propósito del estudio:

El objetivo de esta investigación es comprender cómo los adolescentes varones perciben el contenido que circula en redes sociales, especialmente relacionado con la exposición del cuerpo, las tendencias visuales y la construcción de ideas sobre lo femenino.

Procedimiento:

Se te pedirá que participes en una entrevista anónima que incluye preguntas sobre el uso que haces de redes sociales, el tipo de contenido que consumes, tus opiniones sobre los cuerpos que se muestran en línea, y tus percepciones sobre las diferencias entre hombres y mujeres en ese entorno.

Voluntariedad:

Tu participación es completamente voluntaria. Puedes decidir no participar o retirarte en cualquier momento sin que eso tenga consecuencias para ti. Nadie te obligará a responder nada que no quieras.

Confidencialidad:

Tu nombre no será solicitado ni registrado. Las respuestas que brindes serán utilizadas

exclusivamente con fines académicos y se analizarán de forma colectiva, sin identificarte de ninguna manera. Los datos se manejarán con total confidencialidad.

Beneficios y riesgos:

No existen riesgos para ti al participar. Esta investigación no busca evaluar ni juzgar tus respuestas. Aunque no recibirás un beneficio directo, tu participación puede ayudar a comprender mejor cómo influye el contenido digital en los jóvenes, lo cual podría ser útil para futuras intervenciones educativas y sociales.

Contacto:

Si tienes dudas, preguntas o deseas retirarte del estudio en cualquier momento, puedes comunicarte con JUAN JOSE ORTIZ GOMEZ o BRAIDON ESTIVEN SALAMANCA al Número telefónico 313 2831407 o 322 575 9247

He leído y comprendido la información anterior. Sé que mi participación es voluntaria, que puedo retirarme cuando desee, y que mis respuestas serán confidenciales. Acepto participar en esta entrevista.

Nombre (seudónimo o iniciales): _____

Edad: _____

Fecha: ____ / ____ / ____

Firma: _____