



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**Instagram y estereotipos de belleza corporal: análisis de su influencia
en la identidad y autoimagen de adolescentes que practican danza en
The MAFF Studio Dance**

Presenta:

Guillén Martínez Yesni Zamari

Tesis presentada para obtener el título de Licenciada en Sociología

Asesoría:

Suarez Burgos Amanda

Ciudad de México, agosto 2025

Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dolores, mi mamá por su amor y su esfuerzo de todos los días, para darme todo, me enseñaste a ser fuerte a no rendirme, me brindó la fortaleza para culminar mi investigación, así como, ser una guía, motivación para lograr mis objetivos.

De igual forma quiero agradecer a Alfredo, mi papá, Rita y Carlos mis tíos, los cuales me brindaron apoyo, orientación y acompañamiento en este proceso.

De manera especial, expreso mi gratitud a mi asesora Amanda, que con su constante revisión, orientación y críticas constructivas enriqueció este trabajo, su apoyo y motivación a seguir conforme a las dificultades que se presentaron.

Finalmente agradezco a Fer, dueña de la academia The MAFF Studio Dance, por su confianza al haberme abierto las puertas de la academia y permitir que esta investigación se llevara a cabo.

Índice

Contenido

1. Introducción	1
2. Planteamiento de problema	2
3. Justificación:	3
4. Revisión de investigaciones sobre el estudio de los estereotipos de belleza en redes sociales	6
5. Marco teórico- conceptual	10
5.1 La adolescencia en una etapa de construcción de identidad y autoimagen	10
5.2 La estructura social como marco de producción de los estereotipos de belleza corporal	12
5.3 Instagram como espacio cultural e interacción simbólica	15
5.4 La autoimagen en la adolescencia	18
6. Metodología	20
7. Identidad y autoimagen: hallazgos sobre la influencia de estereotipos de belleza corporal y Instagram.....	23
7.1 Construcción simbólica de los estereotipos de belleza	23
7.2 Validación social en la adolescencia.....	28
7.3 Identidad real vs identidad digital	31
7.4 Adaptación de autoimagen conforme a estereotipos de belleza	33
8. Conclusiones.....	35
9. Bibliografía	37

Resumen/abstract

La presente investigación analiza la influencia de los estereotipos de belleza corporal presentes en Instagram en la construcción de la identidad y autoimagen de adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance. A partir de un método de investigación etnográfico, con herramientas de investigación como el diario de campo, observaciones y entrevistas semiestructuradas, con las cuales se identificaron cuatro categorías de análisis: construcción simbólica de los estereotipos de belleza, validación social en la adolescencia, identidad real vs. identidad digital y adaptación de la autoimagen conforme a estereotipos de belleza.

Los resultados muestran que Instagram se ha convertido en un espacio con una influencia significativa, con una visibilidad, validación social en un tipo de cuerpo idealizado que influye en la construcción de definición que los adolescentes tienen sobre sí mismos y provoca que modifiquen su autoimagen para ajustarse a las expectativas corporales. Asimismo, se evidenció la discordancia entre la identidad real y la identidad digital.

En conclusión, los estereotipos de belleza difundidos en Instagram se han normalizado tanto que tienen una influencia directa en la forma en que los jóvenes construyen su identidad y autoimagen, principalmente aquellos que se dedican a una disciplina artística, por la presión social de cumplir con los estándares.

1. Introducción

En la actualidad las redes sociales han adquirido un papel fundamental en los procesos de socialización e identitarios, principalmente en la etapa de la adolescencia en donde se busca aceptación y pertenencia, por su constante uso en de las redes, específicamente en Instagram al ser una plataforma visual y por sus herramientas de visualización e interacción, llegan a circular estereotipos de belleza corporal por las tendencias digitales y cuestiones culturales tradicionales que influyen en la forma en que los jóvenes se perciben a sí mismos al construir su identidad y autoimagen, este fenómeno cobra mayor relevancia en un contexto en donde el cuerpo es instrumento de expresión, como lo es en la danza.

Esta investigación se enfoca en analizar la influencia de Instagram y los estereotipos de belleza corporal en la identidad y autoimagen de adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance, un espacio artístico donde se tienen exigencias corporales, en escenarios físicos como digitales. Bajo este contexto, la relevancia de este trabajo se encuentra en profundizar de qué forma los estereotipos de belleza corporal difundidos en Instagram influyen en los procesos identitarios, en un grupo específico que son adolescentes que practican danza.

Como primer punto de partida se encuentra el estado del arte que pretende mostrar y analizar artículos previos que se han enfocado en el estudio del efecto de las redes sociales en la identidad. En segundo lugar, se presenta el marco teórico conceptual, el cual está dividido en cuatro subtemas, que retoman a teóricos como Pérez y Santiago (2002), Castells (2001), Duek y Inda (2014), Simmel (2014), Gonzales (2018), entre otros.

En tercer lugar, se abordó una metodología de corte etnográfico, realizando observaciones participantes y no participantes, de forma presencial y digital, así como se elaboraron entrevistas semiestructuradas, para comprender cómo los adolescentes experimentan, reproducen e interiorizan los estereotipos de belleza difundidos en Instagram.

Finalmente, se muestran los hallazgos, en donde se desarrolló la adaptación de identidad y autoimagen que los adolescentes practican por la influencia de los estereotipos de belleza corporal. De este modo, se pretende aportar al análisis crítico las formas de representación corporal en la actualidad, visualizando los efectos que los entornos digitales tienen en los jóvenes artistas.

2. Planteamiento de problema

La investigación que se propone realizar está enfocada en analizar cómo los estereotipos de belleza difundidos en Instagram influyen en la construcción de la identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza. La importancia del estudio radica en que en la actualidad las redes sociales se han convertido en un medio de distracción, entretenimiento, socialización e incluso una forma de expresión de identidad en donde los adolescentes a diario mantienen una presencia activa. El sistema operativo visual y dinámico de Instagram, construye una red con gran impacto en la percepción de la apariencia física, cuyo contenido promueve ideales de belleza corporal, apariencia y moda, favoreciendo el fortalecimiento de estereotipos de belleza.

Los adolescentes se encuentran en una etapa de desarrollo y construcción de su identidad, por ello, son vulnerables y sensibles al contenido que consumen en la red social sobre los “cuerpos ideales” que influyen en su autoimagen. Realizar la investigación con jóvenes que practican danza en The MAFF Studio Dance, es relevante debido a que están inmersos cotidianamente en el uso de redes sociales, además que históricamente la danza ha estado relacionada con ideales físicos, generando expectativas de la apariencia de un bailarín, por lo que los jóvenes sienten la necesidad de cumplir con ciertos ideales de belleza en Instagram mediante el contenido que suben; la academia se encuentra en el Estado de México, en Ecatepec en donde el nivel socioeconómico es bajo y debido a la zona geográfica, los adolescentes tienden a seguir e imitar el contenido que visualizan en Instagram.

Bajo este contexto, es relevante analizar cómo los estereotipos de belleza difundidos en Instagram influyen en la construcción de la identidad y autoimagen de los adolescentes que forman parte de The MAFF Studio Dance.

Pregunta de investigación:

¿Cómo influyen los estereotipos de belleza corporal presentes en Instagram en la construcción de la identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza en The MFF Studio Dance?

Objetivo general:

- Analizar la influencia de los estereotipos de belleza difundidos en Instagram en la construcción de la identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza en The MAFF Studio.

Objetivos específicos:

- Conocer el contenido que consumen los adolescentes que practican danza en The MFF Studio Dance en Instagram que reproduce los estereotipos de belleza.
- Identificar los estereotipos de belleza corporal a los que están expuestos los adolescentes que practican danza en The MFF Studio Dance en Instagram.
- Comprender la percepción que los adolescentes tienen sobre su propia imagen corporal.
- Describir cómo los adolescentes construyen su identidad corporal a partir de sus interacciones en Instagram y su participación en clases de danza.

3. Justificación:

Actualmente, el uso de las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Twitter, TikTok e Instagram. Juegan un papel importante en la interacción diaria de las personas; el contenido que se muestra a cada usuario influye en la forma de relacionarse socialmente, generando construcciones sociales sobre la apariencia

física, aunque depende de cada cultura la forma en que se construyen estos estereotipos. Los medios digitales fortalecen la idealización de los tipos de cuerpos y apariencia física; el contenido constante que los usuarios visualizan influye en la percepción que cada persona tiene de sí misma: “La red es ahora influencia activa y ubicua de la reconstrucción de lugares y cuerpos, de manera tan compleja, completa y convincente, que es capaz de interferir en casi todos nuestros sentidos” (Salazar, 2019, p. 202).

La población de estudio se centrará en los adolescentes, ya que, en esta etapa se experimentan cambios físicos y emocionales que los lleva a preguntarse quiénes son; en este proceso, la autoimagen cumple un papel importante en la consolidación de su identidad. Además, que el uso constante de los medios digitales, particularmente en Instagram, se ha convertido en una plataforma clave para que los adolescentes construyan su autoimagen, “el software de Instagram convierte las fotos de los usuarios en la forma central de expresión de identidad” (Marwick, 2015, p.144). La plataforma les permite mostrar su apariencia física por medio de fotografías, videos, historias, que, al mostrarse, es un modo de autoexpresión de su aspecto, modo de vida y actividades.

Instagram actualmente es una de las redes sociales más utilizadas, según un estudio realizado en 2022 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), es la tercera más utilizada con 17.1 millones, con un rango de edad de 15 a 19 años. Desde sus inicios, su característica principal fue compartir fotos y vídeos, misma que se presta a la interacción social por medio de comentarios y reacciones; debido a esta peculiaridad es que se eligió esta red visual. A través de las fotografías, es posible identificar semejanzas y patrones que reflejan la construcción de estereotipos de belleza. Esto se debe a que, al tomarse fotos, muchos tienden a imitar tendencia populares con el objetivo de estar a la moda y encajar dentro de los estándares sociales establecidos; estas pueden implicar idealizaciones sobre los tipos cuerpo, la forma de vestir, de posar ante la cámara y los fondos, entre otros aspectos; por lo que las personas cuidan las fotos y videos que suben para ser aceptados y no juzgados por su apariencia; debido a que en Instagram se presta a

la retroalimentación de la apariencia por medio de reacciones y comentarios del círculo social de los usuarios.

En la red social se construyen imágenes e idealizaciones por medio de influencers que son las personas en los medios sociales, que por su contenido obtienen muchos seguidores, que los admiran y los toman como modelos a seguir; generan cierta influencia respecto a cómo pensar, actuar e incentivar el uso de determinados productos. Por otro lado, los grupos sociales conformados por dos o más personas con interacción continua e intereses en común, van formando ideas y ajustando su comportamiento. Ambos generan idealizaciones sobre el tipo de cuerpo ideal, lo bello y lo desagradable, la forma de vestir, cómo debe ser tu apariencia, el cómo actuar que en conjunto influyen en el comportamiento de las personas, pero particularmente en los adolescentes que se encuentran en una etapa de desarrollo y construcción de su identidad; los cuales tratan de seguir un modelo ideal de su apariencia, comparándose constantemente. Además, por medio de las reacciones, likes, comentarios y seguidores inquietan en la reafirmación y aceptación de su apariencia. En un estudio elaborado por Brea (2019) destaca que la plataforma Instagram por su sistema genera efectos en la comparación social de apariencia y autoimagen.

Estudiar este fenómeno en adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance, es pertinente debido a que se trata de una comunidad inmersa en el uso cotidiano de redes sociales, específicamente en Instagram, además que este tipo de población no se enfrenta solamente a exigencias físicas del entorno artístico, sino también la presión del entorno digital sobre cómo perciben y construyen su autoimagen. La cercanía con el estudio de danza permite tener mayor facilidad en los tiempos y accesibilidad para una mayor frecuencia en el trabajo de campo.

Comprender cómo los estereotipos de belleza corporal en Instagram impactan en la identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza, permitirá visibilizar una situación relevante y actual, debido a que en esta etapa de desarrollo en donde la identidad personal y corporal está en construcción, los adolescentes cada vez se ven constantemente más expuestos a estándares estéticos idealizados

que se reproducen en entornos digitales como Instagram especialmente en disciplinas artísticas como la danza, donde la apariencia física adquiere un valor social y simbólico. Visibilizar esta influencia permite generar una reflexión crítica sobre el impacto emocional y social de los estereotipos corporales.

4. Revisión de investigaciones sobre el estudio de los estereotipos de belleza en redes sociales

El estado del arte pretende mostrar y analizar la investigación previa que se ha desarrollado sobre el estudio de los estereotipos de belleza por medio de redes sociales que influyen en la construcción de identidad y autoimagen de los adolescentes. En su mayoría se presentan estudios cuantitativos con el uso de encuestas, cuestionarios, recopilación de información contextual y análisis de datos sobre el efecto de las redes sociales en la autoimagen de los adolescentes, pero también, hay estudios de corte cualitativo en donde se utilizaron herramientas como observaciones y entrevistas, así como estudios mixtos en donde se analiza la influencia de las redes sociales en la imagen corporal, así como los estereotipos de género y sus efectos en la construcción de identidad y autoimagen de los adolescentes.

El estudio sobre el papel de las redes sociales en la adolescencia Arab y Diaz (2015), Rubio, Pelegrín y Vera (2028) parte en que su uso puede ser una herramienta educativa y a su vez un peligro, conforme al uso que se le dé, además que abre paso a interacciones sociales y a la exploración de la propia identidad, en donde los adolescentes adoptan estrategias en base al manejo de redes sociales para favorecer a la construcción de su identidad, conforme a su actividad en la red social.

Se han realizado estudios sobre la influencia de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes, con autores como Jiménez (2022), Casanova, Torrubia, Cañellas, Capera, Mora y Albacar (2025), Brea (2019), Torreros (2019),

quienes concluyen que la identidad y el autoconcepto, se van desarrollando a lo largo de la vida por medio de experiencias y relaciones con los otros, ya sea de forma presencial o virtual, construyendo a su vez, una representación mental de su imagen corporal sobre sí mismos. El alto consumo de los adolescentes a las redes sociales, en especial las visuales, está relacionado con el impacto en la imagen corporal; es decir, si se hace un uso excesivo de las redes sociales, al subir, mirar y compartir contenido sobre la apariencia física, los usuarios corren el riesgo de obsesionarse con su imagen corporal, modificando su autoimagen. Así mismo, Marengo, Longobardi, Fabris y Settanni (2018), han abordado esta influencia a través del estudio de la comparación de la apariencia en las redes sociales, señalando cómo esta práctica impulsa a los usuarios más jóvenes a editar sus fotografías e incluso limitarse a subir contenido. De este modo, se contribuye a la construcción de una imagen idealizada en el entorno visual de las redes, lo que repercute directamente en la autoimagen.

Los estudios centrados en el análisis del uso de fotografías en redes sociales por parte de los adolescentes (Chang, Loh y Chua, 2019; Iglesias, Martín y Sánchez, 2023; Bard y Magallanes, 2021; Eidelman 2022) muestran que tomar y publicar fotos se ha convertido en una actividad popular, principalmente en plataformas visuales como Instagram, siendo una de las más utilizadas por jóvenes, siendo una herramienta de marketing de imágenes según criterios de clase, género. Esta actividad facilita los procesos de autoexploración, ya que permite a los adolescentes presentarse ante los demás, conectar socialmente y evaluar su imagen corporal. Al compartir fotos buscan atención y validación social, reforzando la necesidad de encajar en los ideales de belleza y cuerpos que el mercado muestra como deseables y bellos; por medio de imágenes en redes sociales que se ajustan a los estándares de belleza. Esta dinámica fortalece la autoestima corporal y también puede llevar la manifestación de emociones como la ansiedad, felicidad, tristeza. En este contexto los usuarios asumen distintos roles como exhibidores, receptores y evaluadores dentro de una interacción visual que influye directamente en sus preocupaciones respecto a la apariencia física. Esta práctica suele estar mediada por la edición y manipulación de las imágenes antes de su publicación. En particular,

Instagram ofrece herramientas como filtros y opciones de edición que permite modificar la apariencia, facilitando así la adaptación al ideal de belleza predominante y fomentando la construcción de una imagen corporal ajustada a dichos estándares.

Por su parte, los estudios de estereotipos de belleza en Instagram (Hernández y Vega, 2023; Muñoz, Estrada y Osorio, 2023; Ortega, 2020; Maldonado, Zambrano y Mancilla, 2024) destacan una fuerte vinculación hacia el lado femenino, es cual es promovido y reforzado por medio de artistas, influencers creando estereotipos con cualidades específicas de la belleza ideal y actualmente en los medios se generan imágenes inalcanzables tanto para hombres y mujeres, pero son los jóvenes los que se esfuerzan para estimular dichas imágenes que de igual manera se vinculan con los roles de género. Desde la antigüedad hasta el día de hoy, los estereotipos de belleza tienen más influencia en las mujeres y en la actualidad por medio de las redes sociales específicamente Instagram, los influencers, muestran contenido sobre el cuidado personal, maquillaje y moda; la plataforma permite que las personas compartan contenido por medio de historias, publicaciones en donde se refleja la identidad y autoimagen.

De acuerdo con lo anterior, dentro de estas investigaciones previas se profundiza en la influencia de las redes sociales específicamente en Instagram en la construcción de estándares de belleza, en primer lugar desde un enfoque cualitativo Bard y Magallanes (2021), Eidelman (2022), Muñoz, Estrada y Osorio (2023), Hernández y Vega (2023), los cuales indagaron en las imágenes publicadas en Instagram y cómo estas propagan estereotipos de belleza y su influencia en las emociones y en cómo se perciben a sí mismos; utilizando herramientas como etnografía digital, observaciones y entrevistas semiestructuradas, algunos de los resultados que mostraron las investigaciones fueron que las mujeres son las que más están expuestas a los estereotipos de belleza, por el contenido que se muestra en Instagram y que esta incide en su autopercepción y percepción de imagen corporal; asimismo destaca que las mujeres son las que tienden a compararse con las imágenes de la red.

La influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, bajo un enfoque cuantitativo Jiménez (2022) Casanova, Torrubia, Cañellas, Capera, Mora y Albacar (2025), Brea (2019), llevan a cabo una revisión bibliográfica sobre los estudios previos para generar mediciones sobre la imagen corporal, insatisfacción corporal, el uso de redes sociales con base al género y el contenido que estimula los ideales de belleza. Por otro lado, Iglesias, Martín y Sánchez (2023), Ortega (2020), Marengo, Longobardi, Fabris y Settanni (2018) y Chang, Loh y Chua, (2019), se basaron en el análisis de las fotografías que los usuarios suben a diario, así como su manipulación y edición antes de publicarse, siendo una forma de expresión del contenido que suben; utilizaron herramientas como encuestas, cuestionarios y análisis de contenido, los resultados fueron que la actividad de publicar, explorar y editar fotos está relacionada con la autoestima corporal y la comparación física entre los usuarios lo que incita a la manipulación de fotos para verse mejor en Instagram.

Respecto a los estereotipos de belleza en las redes sociales y el impacto en los adolescentes con enfoque mixto Terreros (2019), Maldonado, Zambrano y Mancilla, (2024), hacen énfasis en la estética femenina que se visualiza en redes sociales en donde se difunden estándares inalcanzables así como consecuencias de compararse en redes sociales tanto de autoestima y socialmente, implementaron herramientas como análisis de artículos, encuestas y entrevistas; los resultados mostraron en las encuestas mostraron que la aplicación Instagram no influye en la percepción de belleza, mientras que en las entrevistas y análisis se visualizó que el contenido que los adolescentes suben a su cuenta, está incitado por el contenido que ven.

En estas investigaciones se ha observado que el estudio de los estereotipos de belleza en redes sociales tiene efectos en la exploración de la identidad y autoimagen en los adolescentes. Este impacto se manifiesta a través de la manipulación y publicación de fotografías como actividad común entre los jóvenes. En este sentido resulta importante abordar este fenómeno en poblaciones específicas, como adolescentes que practican danza, un grupo que, hasta el momento, no ha sido estudiado bajo este enfoque. A pesar de haber estudios con

enfoques tanto cualitativos, cuantitativos e incluso mixtos, es importante profundizar desde la aplicación Instagram, que, por su sistema operativo, ofrece herramientas para la búsqueda de identidad y autoimagen, así como a la exposición y el reforzamiento de estereotipos de belleza.

La relevancia de esta investigación radica en la falta de estudios previos sobre este enfoque en adolescentes que practican danza, siendo una comunidad que constantemente está expuesta a exigencias artistas, sociales y del entorno digital sobre su apariencia física y cuya imagen está en constante evolución tanto en entornos presenciales como digitales. Por ello, se propone un enfoque cualitativo de corte etnográfico para observar, analizar y comprender cómo influyen las construcciones sociales y digitales en los procesos de construcción de identidad y autoimagen en esta población. Partiendo de un contexto sociocultural específico, este enfoque busca visibilizar los procesos identitarios que atraviesan a los jóvenes bailarines en su interacción en Instagram.

5. Marco teórico- conceptual

5.1 La adolescencia en una etapa de construcción de identidad y autoimagen

Pérez y Santiago (2002), menciona que la adolescencia se basa en una etapa de desarrollo entre la niñez y la adultez, en donde se muestran cambios biológicos, sociales y psicológicos que generan contradicciones y conflictos positivos. Es decir, la adolescencia se caracteriza por tener cambios físicos, mentales y sociales para convertirse en adultos, es en esta etapa en donde buscan tener un sentido de pertenencia por lo que comienzan a construir su identidad. Tres características esenciales de este desarrollo, según Gaete (2015), son la autonomía, debido a que los adolescentes buscan tener su independencia emocional y económica, el desarrollo de la identidad, debido a que se cuestionan sobre si mismos y su entorno y el desarrollo de la competencia emocional y social en donde aprenden habilidades sociales para la interacción con otras personas y el control de sus emociones.

El desarrollo de la adolescencia está ligado con la construcción de identidad, debido a los cambios mentales y sociales, que los lleva a preguntarse quiénes son y lo que

los hace diferente a los demás, buscando características especiales que lo hacen único, buscando su autoconcepto y la forma de verse a sí mismos.

Responder a la pregunta ¿Quién soy? Es una cuestión abstracta a la que se enfrentan los adolescentes al desarrollar su identidad, según Taylor (1996), quien retoma a Erick Erikson indicando que la identidad es una definición de sí mismo, con características y rasgos que hacen al individuo único. “Es una construcción subjetiva que se va desarrollando a lo largo de toda la vida mediante la relación con otros, no es algo estático” (Vázquez y Fernández, 2016, p.6, citado en Jiménez, 2022), si bien el proceso de desarrollo identitario es cambiante y se puede dar a lo largo de la vida, es en la etapa de la adolescencia que adquiere una mayor relevancia, ya que, es cuando comienza esta transición de ideas y cuestionamientos tanto personales como sociales para autodefinirse. Es una etapa clave en donde los individuos exploran quienes son, cómo se perciben y cómo lo harán los demás.

Buscarini (2005), sostiene que para Habermas la identidad se determina por cómo se ve uno y cómo quiere verse. Conforme a esto se puede relacionar la autoimagen como parte de la identidad “Autoimagen, se refiere a la percepción de sí mismo, de lo que se piensa ser” (Maurus, 1993, p. 11), en este sentido, aunque se trata de conceptos diferentes, se basa en un desarrollo mental y social sobre el cómo ser y cómo verse, toda persona busca su propia identidad y autoimagen.

Parte del desarrollo que viven los adolescentes es sobre su aspecto físico, la imagen que ellos tienen de sí mismos, en este sentido, Bonilla y Salcedo (2021), afirman que la autoimagen se construye conforme a la idea de su físico y aspecto que se ha interiorizado respecto a sí misma, mediante sus experiencias e interacción con otros, cita a Hill (2013), quien menciona que la autoimagen está integrada por la percepción física, los rasgos personales y los roles sociales. “La autoimagen tiene que ver con un modelo de apreciación aceptable que integra la motivación de sí mismo, el conocimiento y el papel que juegan los valores y sentimientos de cada persona” (Bonilla y Salcedo, 2021, p. 5). Los adolescentes que practican danza construyen su autoimagen por medio de las exigencias artísticas, roles sociales,

además que esta va modificando por medio la interacción social que viven tanto físicamente cómo en plataformas digitales.

El desarrollo identitario es un proceso complejo debido a que en este influye cuestiones personales y sociales como lo son los roles sociales “normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad” (Castells, 2001, p. 29); estos roles ejercen una presión en los jóvenes, al intentar cumplir con las funciones sociales ajustan su autoimagen para encajar en la estructura social. Castells (2001), plantea que la identidad es una fuente de sentido (identificación simbólica) construida por un proceso de individualización. De acuerdo con el autor, la identidad puede generarse de tres formas: la primera es la identidad legitimadora, promovida por instituciones dominantes para racionalizar su dominación frente a los actores sociales, la segunda es la identidad de resistencia, generada por actores en condiciones devaluadas por la lógica de dominación por lo que implementan estrategias de sobrevivencia y resistencia y la tercera identidad proyecto construida por los individuos con sus valores y aspiraciones para formar una nueva identidad para transformar la estructura social; dichas identidades pueden ir cambiando, es decir, las identidades de resistencia pueden inducir a una identidad proyecto para convertirse en identidades legitimadoras.

Estas formas de identidad son clave para entender cómo los adolescentes que practican danza configuran su identidad. En esta etapa de desarrollo buscan independencia, validación y sentido de pertenencia, lo que puede llevarlos a adoptar una identidad legitimadora, siguiendo estereotipos de belleza promovidos por instituciones sociales y plataformas digitales. Al mismo tiempo, el uso de Instagram puede inducir a una identidad proyecto, en la construyen y definen su imagen corporal.

5.2 La estructura social como marco de producción de los estereotipos de belleza corporal

Para comprender los estereotipos de belleza, es importante separar los conceptos, en primer lugar “Los estereotipos son conceptos de un grupo, lo que un grupo piensa de otro o de otros[...] funciona a modo de sistema cognitivo selectivo que organiza nuestro pensamiento” (Gamarnik, 2009, p.1), en este sentido los estereotipos son ideas generalizadas sobre un grupo de personas, por otro lado la belleza es “la idea suscitada en nosotros y sentido de la belleza nuestra capacidad de recibir cierta idea” (Hutcheson, 1992, p.17), la belleza puede ser subjetiva porque cada persona conforme a sus sentidos forman su concepto pero la idealización de la belleza puede estar incitada por factores sociales, como los estereotipos. Villanueva y Ramírez (2022), comentan que los estándares de belleza refieren a la imagen convencional, idea percibida entre un grupo de personas, comunidad o población que categoriza a la gente en base a su apariencia física. El concepto de estereotipos de belleza puede variar conforme al contexto social, pero es el conjunto de características físicas que la sociedad toma como aceptables. Dichos estereotipos tienen una influencia mayor en los adolescentes que se encuentran en una etapa de desarrollo para construir su identidad y autoimagen debido a que se interponen estos estereotipos de belleza en su desarrollo.

Duek y Inda (2014), quien retoma a Parsons en su teoría de la estratificación social, la cual se basa en la función dentro del sistema social para atender el problema de la ordenación e integración de las relaciones sociales de un sistema regido por normas. Dentro de la estratificación social, se encuentran las pattern-variables “normas culturales, pues a partir de ellas pueden ser descritos los valores comunes de la colectividad que guía la acción” (p.158), en este sentido la estratificación social es:

Estructura de todos los sistemas sociales [...] que ordena a los actores de un sistema en una jerarquía social general, de acuerdo con las normas del sistema valorativo [...] valoración: es la atribución de un valor que corresponde al reconocimiento de su contribución al sistema, es decir, de su función en el sistema. (Duek y Inda, 2014, p.156)

Desde la perspectiva de la estratificación social de Talcott Parsons, el sistema social está adaptado para cumplir funciones específicas para mantener el equilibrio social, por medio de un conjunto de normas que establecen valores, reglas y expectativas sobre el comportamiento y pensamiento de los individuos, las cuales al cumplirse se le da un valor dentro de la sociedad. En este sentido, los estereotipos de belleza se convierten en normas culturales sobre cómo deben verse físicamente las personas para ser aceptadas, en particular los adolescentes que sienten la necesidad de pertenencia y aceptación son quienes siguen esta conducta, esforzándose por cumplir las expectativas sociales para obtener una validación y reconocimiento social, reforzando los estereotipos del sistema social.

En el caso de los adolescentes que practican danza, la estratificación social impone normas estéticas, sobre cómo debe lucir un bailarín ideal, con características específicas de su cuerpo, las cuales se fortalecen por medio de las redes sociales, en particular las visuales como Instagram, donde se reproducen los estereotipos de belleza corporal, las cuales influyen en los jóvenes al percibir su autoimagen.

El sistema social se compone por las interacciones de los individuos entre el objeto social y el actor en situaciones específicas, conforme a la relación cada individuo tiene un papel específico, un rol por el que se integran los valores y las normas.

Los roles se hallan institucionalizados cuando son totalmente congruentes con los patrones culturales vigentes, y se organizan alrededor de expectativas acordes con los patrones moralmente sancionados de la orientación de valor que es compartida por miembros de la colectividad en que el rol funciona. (Parsons, 1968, p.42)

En el caso de Instagram y el estudio de baile se convierten en sistemas sociales, debido a que son espacios en donde se dan las interacciones sociales, en donde los adolescentes asumen distintos roles, empezando por el rol de adolescente, basado en la búsqueda de identidad, el rol de bailarín y rol de usuario de Instagram, en cada papel social que deben cumplir se enfrentan a normas culturales, pero de los tres roles lo que tienen en común es que se enfrentan a expectativas

corporales, como tener un cierto tipo de cuerpo influenciado por los estándares dominantes que se visualizan en las redes sociales.

5.3 Instagram como espacio cultural e interacción simbólica

González (2018), retomando la teoría de la sociedad de Pierre Bourdieu, señala que la concepción de la sociedad es un sistema compuesto por relaciones de poder y relaciones de significado, por la cual existe una relación entre las estructuras sociales y mentales de los individuos, en donde los esquemas de pensamiento, acción y percepción de las personas, se moldean conforme a las condiciones sociales para desarrollar, lo que Bourdieu denomina *habitus*; dentro de una sociedad se forman y se reproducen significados en campos específicos por medio de experiencias individuales y colectivas.

Bourdieu aborda el concepto de campo en donde la sociedad no es una totalidad en sí misma, si no que en esta se encuentran varios campos, en este sentido es un espacio social que está regido por sus propias leyes “un campo puede estar definido como una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Esas posiciones se definen [...] por su situación real o potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o capital)” (Bourdieu, 1992, p.296, citado en González, 2018), en este sentido un campo es un espacio social, en la cual se forman sus propios significados, valores y reglas, las cuales se dan por medio de interacciones sociales conforme al capital que poseen, el cual puede ser cultural, económico, social e incluso simbólico.

Desde esta perspectiva se puede relacionar con el estudio de los adolescentes que practican danza, ya que su identidad y autoimagen se construyen dentro de un campo estructurado por normas estéticas, expectativas sociales y jerarquías simbólicas. Por otro lado, conforme a la teoría del espacio de Simmel (2014), el espacio por sí solo no tiene un valor, es otorgado hasta que surgen interacciones sociales en el espacio. Así mismo, este valor se puede vincular con la red social Instagram la cual se puede considerar como un campo en donde se forman

significados, reglas, en donde los adolescentes le dan un valor, además que funciona como un espacio que refuerza las relaciones de poder simbólico, por medio de la circulación y apropiación de estereotipos de belleza.

Continuando con Bourdieu el capital puede ser considerado “como arma o como lo que está en juego, lo que permite ejercer un poder” (González, 2018, p.303), este cuenta con capitales tanto económico que consiste en las ganancias y recursos económicos de un individuo, capital cultural que es el complemento de los recursos naturales a los que dispone el sujeto, el capital social basado en las relaciones sociales y el capital simbólico como la percepción de los agentes sociales. En el estudio de los estereotipos de belleza corporal me centraré en el capital social.

El capital social es la suma de los recursos reales o virtuales, que llegan a un individuo o a un grupo por el hecho de poseer una red perdurable de relaciones de conocimiento y de reconocimiento más o menos institucionalizada, es decir, la suma de capitales y de poderes que esa red permite movilizar. (Bourdieu, 1992, p.302, citado en González, 2018)

En este sentido el capital social “hace referencia a aquella red de relaciones en la que se encuentra inserto el sujeto” (Bulcours y Cardozo, 2011, p.281), es decir, las relaciones entre amigos, familia, redes de socialización por convivencia, obligación, confianza. El capital social en adolescentes que practican danza forma redes de relaciones unos con otros por medio de estudios de danza y por medio de redes sociales, como Instagram en donde construyen su identidad y autoimagen conforme a la interacción con otros usuarios al subir fotos, reacciones, likes, seguidores y comentarios, es decir, por el reconocimiento que reciben. En ambos espacios se dan las relaciones sociales en donde la apariencia física forma parte de la interacción social.

De igual forma el estudio de estereotipos de belleza en adolescentes que practican danza se abordará desde un capital simbólico.

Llamó capital simbólico a cualquier especie de capital (económico, cultural, escolar o social) cuando es percibido según unas categorías de percepción,

unos principios de visión, unos sistemas de clasificación, unos esquemas clasificadores, unos esquemas cognitivos que son, por lo menos en parte, fruto de la incorporación de las estructuras del campo considerado. (Bourdieu, 1994, p.302, citado en González, 2018)

El capital simbólico “es un capital de tipo cognitivo puesto que se basa en el conocimiento y reconocimiento” (González, 2018, p.302), es decir, se centra en el reconocimiento social por medio del prestigio, legitimidad o incluso autoridad. En el caso de los estereotipos de belleza corporal, el cuerpo carga con un valor simbólico conforme a los ideales de estos estereotipos a los cuales se enfrentan los adolescentes. En Instagram la idea del cuerpo perfecto es un símbolo de influencia, estatus y valor personal, mientras que en el ámbito de la danza el cuerpo una herramienta de expresión, así como símbolo de estética, de cuerpo de bailarín, talento. En ambos espacios se busca el reconocimiento social.

El capital social y simbólico permite comprender cómo los estereotipos de belleza corporal funcionan como formas de poder cultural y social en espacios como Instagram y la danza, en donde el cuerpo se convierte en una herramienta de valor, por el cual los adolescentes buscan obtener pertenencia y reconocimiento.

En cada campo, se encuentra lo que Bourdieu determinará como habitus “estrategias desarrolladas por los agentes sociales se sostiene en disposiciones adquiridas por medio de socialización y que, aunque son inconscientes, se adaptan a las necesidades del mundo social” (González, 2018, p. 279), en este sentido, el habitus es un sistema de disposiciones adquiridas mediante la socialización, las cuales pueden moldear la forma de pensar, sentir y actuar de los individuo siendo “un mecanismo estructurante que opera en el interior de los agentes” (González, 2018, p. 283), conforme a este concepto se puede relacionar con la forma en que los adolescentes se ven a sí mismos, la autoimagen que construyen internamente sobre su apariencia física. Además, que específicamente en los adolescentes que practican danza construyen su habitus por medio de dos socializaciones clave, por un lado, la disciplina del cuerpo en la danza y por otro, las construcciones sociales que visualmente se ven en Instagram; de acuerdo con esta socialización es que los

adolescentes que practican danza forman su propio habitus en relación con el control de la identidad y autoimagen.

5.4 La autoimagen en la adolescencia

La imagen corporal es un concepto esencial para comprender la construcción de la autoimagen, ya que se refiere a los pensamientos, sentimientos y percepciones que una persona tiene sobre su propio cuerpo, en este sentido, Baile (2003), menciona que la imagen corporal está relacionada con la autoconciencia, debido a que como se percibe y se experimenta el cuerpo, se relaciona a cómo nos percibimos a nosotros mismos, además que la imagen corporal está socialmente determinada por las influencias sociales, no es un concepto fijo, ya que, va cambiando conforme al contexto cultural y social en el que los individuos se encuentran. En este sentido, se entiende que la imagen corporal es una construcción social del cómo verse físicamente una persona, lo que influye en la autoconciencia de cada individuo para percibir su cuerpo.

Baile (2003), retoma a Slade (1994) quien define la imagen corporal como “una representación mental amplia de la figura corporal, su forma y tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo” (p.7), a pesar de que es una representación mental, se construye por medio de cuestiones sociales y personales en donde los individuos generan su propia percepción de sí mismos conforme a su entorno.

Por su parte, Giménez, Correché y Rivarola complementan al señalar que la imagen corporal consiste en los sentimientos, opiniones y creencias que una persona tiene sobre su propio aspecto físico. Esta percepción que tienen las personas sobre sí mismas, se ve influenciada por su entorno y en contexto social, especialmente en la actualidad por los medios digitales y las redes sociales como Instagram. A pesar de que la imagen corporal solo es una parte de la autoimagen, en un espacio digital como Instagram se vuelve fundamental en los adolescentes, ya que es una forma

de representación social y personal, donde no solo muestran su cuerpo, si no que se ajustan a las tendencias, ideales estéticos y estándares de belleza que circulan en la plataforma. Se puede observar en adolescentes que practican danza por la exposición física constante tanto en espacios artísticos y virtuales, lo que los hace cambiar constantemente su autoimagen conforme a su contexto social actual.

Mauros (1993), retoma a Maxwell el cual describe la autoimagen como:

Su propia concepción de la clase de persona que es usted. Es producto de experiencias pasadas, de éxitos y fracasos, humillaciones y triunfos, y del modo como otras personas reaccionan en relación con usted, especialmente en la primera infancia. A partir de estos factores, y de otros... usted controla una imagen suya, la cual considera verdadera. (p.11)

El mismo autor, define la autoimagen como el descubrimiento del propio ser, en donde el individuo se vuelve consciente de su identidad y fuerza interior, es una unidad de pensamiento, sentimiento y acción. Por otro lado, Callís (2011) indica que la autoimagen es un concepto mental que se tiene sobre sí y del papel que desempeña en la sociedad.

El concepto de autoimagen es variable y confusa debido a que en la literatura no se llega a definir con exactitud una definición de autoimagen, debido a que se llega a confundir con conceptos como autoconcepto, autopercepción, autoestima y en algunos casos, aunque el título de la literatura es con base en el concepto, el contenido se centra solamente en la imagen corporal, es por ello, que en esta investigación la autoimagen se va a entender cómo la idea subjetiva que tiene una persona sobre su apariencia física tanto su imagen corporal y sus rasgos faciales, idea que se construye socialmente por los modelos culturales, expectativas sociales, experiencias personales, comentarios y comparaciones, en este sentido, la autoimagen es mediada por el contexto sociocultural de cada individuo.

Los estereotipos de belleza se construyen culturalmente promoviendo ideales estéticos, actualmente se difunden dichos estereotipos por medio digitales y redes sociales como Instagram donde los usuarios exponen y editan sus caras y cuerpos

de forma constante, lo que genera presión por cumplir con estos ideales lo que puede generar una inconformidad con su autoimagen, principalmente son los adolescentes debido a que están en un proceso de formación y validación.

La autoimagen es una construcción social por factores culturales. En los adolescentes que practican danza, esta construcción se ve afectada por los estereotipos de belleza corporal promovidos por Instagram, estos ideales, se vuelven símbolos de valor y pertenencia, además que influye en la percepción que los jóvenes tienen sobre sí mismos, tanto en su autoimagen como identidad.

6. Metodología

La presente investigación se desarrollará bajo un enfoque cualitativo de corte etnográfico, ya que este permite comprender los significados que los individuos forman en su vida diaria para la construcción de su identidad. En este sentido la etnografía “es una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros” (Guber, 2019, p.12), es decir, el método etnográfico se basa en la descripción e interpretación del investigador sobre los actores en el campo, sus experiencias, significados y prácticas cotidianas con el fin de favorecer a nuevos descubrimientos vinculados con la teoría. Así como también se hará etnografía digital “Observar de primera mano lo que sucede con la interacción y la comunicación entre los sujetos dentro del proceso mediado por la tecnología” (Domínguez y María, 2022, p.70), para el análisis de la red social Instagram, la cual se basa en la observación, por el medio digital, el escuchar se convierte en leer, se interpreta por el medio digital. Por ello, se utilizarán técnicas e instrumentos de análisis de entrevistas semiestructuradas y observación para la recolección y análisis de datos, como el diario de campo, elementos visuales y auditivos, como fotografías, videos y grabaciones de audio, que permitirá interpretar detalladamente las observaciones y experiencias en el campo. Los materiales no solo son necesarios para la comprensión del fenómeno estudiado, sino que también servirán para el análisis reflexivo, permitiendo

establecer conexiones con teorías relacionadas con la identidad, la autoimagen y los estereotipos de belleza en contextos digitales.

Se realizará principalmente observación no participante, así como participante en The MFF Studio de Danza ubicada en el Estado de México en el municipio de Ecatepec, la observación no participante consiente según Angrosino (2012), la observación en donde el investigador, adopta una posición externa, buscando no tener una influencia en el entorno y haciendo una descripción detallada y objetivada de lo que ocurre. Por otro lado, Guber (2019), define la observación participante en primer momento observar de controladamente y sistemático todo, así como participar en una o varias actividades de la población para aprenderlas y comportarse como uno más, también se realizarán entrevistas semiestructuradas, Folgueiras (2016), las cuales se caracterizan por decidir el tipo de información que se requiere para establecer una guía de preguntas abiertas para obtener respuestas más amplias, a adolescentes de 14 a 17 años de edad, que practiquen danza de manera constante, así como que tengan una cuenta de Instagram y estén activos, es decir, que visualicen, publiquen e interactúan regularmente para recabar información y testimonios personales que servirán para conocer cómo los estereotipos de belleza difundidos por Instagram, influyen en la construcción de su identidad y autoimagen. Se seleccionará una muestra intencional, con criterios específicos que permita acceder a experiencias significativas para los objetivos de la investigación para seleccionar población accesible, situada en contextos urbanos donde las redes sociales y las prácticas artísticas se cruzan de manera cotidiana, facilitando así la observación directa, las entrevistas y la descripción de la investigación.

Durante el desarrollo de esta investigación, primero se hizo una revisión literaria para delimitar el tema, que en un principio iba centrado a estudiantes de preparatoria, en donde la accesibilidad al espacio se convirtió en la primer limitante para la investigación el acceso a una institución, con esto se volvió a revisar la literatura y conforme a intereses personales se decidió cambiar la población de

estudio, decisión que favoreció la investigación al ser una población que no ha sido abordada desde este fenómeno.

Una de las agentes claves dentro de la investigación fue la dueña de The MAFF Studio Dance, ya que facilitó el acceso al estudio, así como la autorización para poder realizar las observaciones y las entrevistas, como parte del trabajo de campo. Su disposición fue fundamental para el desarrollo del estudio, ya que dio acceso a la población de estudio, así como brindó un espacio donde se pudo llevar a cabo el método de investigación etnográfico, con el uso de herramientas como: el diario de campo, grabaciones de audio, fotografías.

En cuanto a las técnicas de investigación, se realizaron tres observaciones por semana, los días martes, miércoles y jueves en un horario de 6 pm a 9 pm, haciendo uso del diario de campo como fuente principal para la recopilación de información, así mismo se hizo una observación digital en el perfil de los entrevistados después de tener la autorización para el análisis. Otra de las técnicas de investigación utilizada, fue el uso de entrevistas semiestructuradas, con un guía de entrevistas con preguntas para romper el hielo, sobre la exigencia dancística en los cuerpos, el uso de Instagram, validación y comparación y la influencia de los estereotipos de belleza (Anexo 2), para implementar la codificación abierta en cada una para crear las categorías axiales y poder formar la matriz de análisis que fue esencial para determinar los resultados.

En este sentido, la matriz de análisis ayudó para la descripción, comprensión y análisis sociológico de la influencia de los estereotipos de belleza corporal difundidos en Instagram en la construcción de identidad y autoimagen. Finalmente, algunos de los desafíos que se presentaron en este trabajo de investigación fueron el tiempo limitado para elaborar el trabajo, ya que, no se pudo realizar una observación digital más profunda y constante, para analizar cada perfil, así como la extensión de códigos identificados y temas a abordar.

7. Identidad y autoimagen: hallazgos sobre la influencia de estereotipos de belleza corporal y Instagram

El análisis de la información obtenida por medio de las entrevistas, la etnografía digital, las observaciones participantes y no participante permitieron identificar los factores que influyen en la construcción de identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance. Estos hallazgos revelan cómo el entorno de la danza y Instagram, se convierten en espacios en donde el cuerpo adquiere un valor simbólico, con exigencias de apariencia tanto artísticas como sociales que influyen en la construcción de su identidad y autoimagen.

En ambos entornos, los adolescentes que practican danza se enfrentan a exigencias estéticas y estereotipos de belleza difundidos en redes sociales, en donde van internalizando, reproduciendo, adaptando, cambiando la forma en que se perciben y presentan a sí mismos, tanto en lo real y lo digital.

A partir de esta relación entre lo artístico y lo digital, emergen tensiones relacionadas con la autoimagen, la búsqueda de pertenencia, la formación de identidad y la presión por cumplir con estándares de belleza, lo que provoca que constantemente están cambiando la forma en la que se definen y en la que se ven. Los apartados siguientes profundizan en estas dinámicas, abordando la construcción simbólica de los cuerpos, la búsqueda de validación social, el cómo construyen su identidad y la adaptación de la autoimagen por la influencia de los estereotipos marcados.

7.1 Construcción simbólica de los estereotipos de belleza

Uno de los primeros hallazgos fue la percepción estereotipada de los cuerpos dentro del ámbito de la danza; retomando a Gamarnik, con su concepto de estereotipo, es una idealización hacia un grupo de personas, conforme a las representaciones sociales “Los estereotipos son conceptos de un grupo, lo que un grupo piensa de

otro o de otros[...] que organiza nuestro pensamiento” (2009, p.1). En este sentido, se identificó que, en la danza, los bailarines perciben una presión relacionada con la imagen corporal. Por un lado, se juzga a los cuerpos con sobrepeso, por su apariencia y se duda de su capacidad para bailar, por otro lado, los cuerpos delgados reciben mayor reconocimiento dentro de la imagen que se proyecta en el entorno. Sin embargo, de igual forma son criticados por su complexión al realizar los pasos “porque eres gordo y no puedes bailarlo por tu peso o porque estás flaco y no puedes, y no te ves bien bailando” (E2). La cita demuestra el desempeño corporal y estándares impuestos en la danza que afecta en la percepción que los adolescentes tienen sobre sí mismos.

A esta presión, se le suma la influencia de los estereotipos de belleza corporal que se ven en redes sociales sobre todo en plataforma visuales como Instagram, recordando que según Villanueva y Ramírez (2022), quienes, describen los estereotipos de belleza como una idea convencional que tiene una comunidad o población que categoriza a la gente sobre su apariencia física. En la actualidad el uso de redes sociales se ha vuelto tan común y una práctica diaria, en la cual se puede llegar a presentar contenido sobre los estereotipos de belleza, específicamente dirigido hacia las mujeres, el cual muestra un tipo de cuerpo y apariencia, delgado, con curvas y blanca “ahorita la instaface es como esa chica rubia con mucho rubor, unas pestañotas y muy blanca, y una cinturita, delgada, con el maquillaje acá de que el empanizado de Donita Bimbo” (E1). En este sentido, la entrevistada hace una descripción sobre la idea convencional que se ha construido en Instagram sobre la belleza y cuerpo ideal, idealización estética que los adolescentes internalizan y reproducen de manera inconsciente o consciente.

Los estereotipos de belleza, es un concepto que varía conforme al contexto social y el espacio, Simmel (2014), afirma que el espacio por sí solo no tiene un valor, es otorgado hasta que surgen interacciones sociales en el espacio; las ideas convencionales que forma un grupo sobre la apariencia, está determinado a un espacio específico; Instagram conforme a la cita anterior, es un espacio de interacciones sociales en donde se forman idealizaciones sobre la apariencia ideal.

Así mismo, la percepción dancística en los cuerpos, se dan conforme a un espacio o contexto social.

En The MAFF Studio Dance, un espacio que, conforme a la enseñanza y la interacción social, adquiere un valor significativo para los adolescentes que forman parte del estudio.

Entrevistada (I): Ay, yo me siento súper a gusto. Es como muy... Aparte de liberador, de confianza. Entrevistada (A): Pues si en confianza no te sientes así tan presionado ni tan juzgado. Te sientes así con la libertad de poder avanzar y avanzarle a tu ritmo al bailar. Entrevistada (Q): Pues la verdad es que es un ambiente muy bonito. Sí, te hacen sentir como, no sé, para mí es mi segunda casa. (Grupo focal)

Figura 1. The MAFF Studio Dance, ubicada en el Estado de México en el municipio de Ecatepec.



Fuente: Fotografía tomada por Yesni Guillen a partir de las observaciones participantes y no participantes.

Retomando a Simmel (2014), con su teoría del espacio, “desde el punto de vista sociológico. La acción recíproca convierte el espacio, antes vacío, en algo, en un

lleno para nosotros, ya que hace posible dicha relación” (p. 546). The MAFF Studio Dance, es un espacio que tiene un valor conforme a las interacciones sociales que se dan, pero conforme a los testimonios del grupo focal, no es un espacio, desde la perspectiva de los alumnos en donde se visualicen estándares de belleza.

Entrevistada (A): Pues sí. Bueno, yo estoy en otro lado donde hay un taller y sí ha pasado eso de que a las maestras dicen que las que se veían bien, las ponían hasta el frente, aunque no supieran nada (...) Entrevistada (Q): Yo sí igual al principio, pero repito, el ambiente de aquí es muy diferente y bueno, entendí que cada quien tiene su proceso. Entrevistada (F): Sí, en la danza y el baile sí hay ciertos estereotipos. A mí me pasó que yo antes era gordita y yo decía, ¿cómo voy a poder salir en una presentación gorda? Porque sí es cierto, a las que se ven mejor, aunque no se muevan nada, las ponen hasta delante y a lo que se ven mejor, la verdad sí me llegué a presionar. También todos los bailarines tienen como un estereotipo de, me visto guango, si no te vistes guango ya no eres bailarín, cosas así. Sí, hay mucha presión social en eso. (Grupo focal)

Conforme a los testimonios recabados en el grupo focal, se puede determinar que el estudio adquiere un valor por las interacciones sociales, pero en el espacio, los adolescentes no sienten alguna exigencia sobre su apariencia o cuerpo. Sin embargo, si se nota un estereotipo marcado de apariencia física en el contexto social de la danza, siendo una idealización social que está marcada para las bailarinas.

En este sentido, las adolescentes que practican danza se enfrentan a dos exigencias corporales, en primera instancia se confrontan a las exigencias artísticas, con una lucha constante entre su danza y su cuerpo, mientras que de igual forma, visualizan los estereotipos de belleza corporal marcados socialmente por medio de Instagram. En ambos contextos el cuerpo adquiere un valor simbólico, ya que, es objeto de evaluación, distinción social y reconocimiento. Dicha valoración se puede analizar conforme a la teoría de la sociedad de Pierre Bourdieu, particularmente con su concepto de capital simbólico “(cualquier tipo de capital, físico, económico,

cultural y social) cuando es percibido por agentes sociales cuyas categorías de percepción son de tal naturaleza que les permite conocerla (distinguir) y reconocerla, conferirle algún valor” (Bourdieu, 1994, p.302, citado en González, 2018); en este sentido, los adolescentes le dan un valor simbólico al cuerpo formando un capital simbólico dentro de su campo social, que es la danza e Instagram, en la medida que simbolizan los atributos técnicos y estéticos valorados por su entorno social, en donde, la delgadez, tono de piel, rasgos faciales, tendencias de moda, se convierten en marcas de distinción para otorgarles reconocimiento, dentro de su campo social. Esta vinculación entre el arte y lo digital, influye en la construcción de la identidad y la autoimagen, marcadas por el deseo de destacar y validarse tanto en el espacio escénico como en el virtual.

Dentro del capital simbólico que los adolescentes que practican danza construyen sobre su apariencia física, se determinan ciertos habitus, entendidos como “conjunto de disposiciones socialmente internalizadas que forma las percepciones, sentimientos y acciones de una persona, y como tal, es producto de la interacción del individuo mismo” (González, 2028, p. 281), conforme a la socialización que tienen los adolescentes en los espacios de The MAFF Studio Dance y Instagram, van creando habitus, cambios en su forma de pensar, actuar y la forma en que se ven, en el caso de los adolescentes que practican danza, modifican su imagen conforme al entorno de la danza, se identificó un patrón en la vestimenta en donde los bailarines, utilizan la ropa holgada por estrategia de movimiento, estética, tendencia y en algunos casos como forma de ocultar su cuerpo “Sí, un poco, pues mucho porque cuando me ponía a bailar, este, utilizaba cosas apretadas al principio, pero después de que empecé a ver mucho que las chavas o así para que hicieran los movimientos mejor se ponían ropa holgada. Decidí intentarlo y me salió mejor”. (E5) La cita demuestra la tendencia de imagen que se da en el ámbito de la danza, cambiando su autoimagen, misma que es la que transmiten por medio de su Instagram.

A pesar de que se vio un patrón en la vestimenta de los bailarines, se identificó que la adaptación no era únicamente por tendencia, si no como una inseguridad en los

cuerpos, retomando a Bourdieu, con el capital simbólico “capital cognoscitivo puesto que se basa en el conocimiento y reconocimiento” (González, 2018, p. 302), el significado que tienen sobre su cuerpo conforme a las exigencias de dancísticas y el las idealizaciones sociales marcadas en Instagram sobre el cuerpo influye no solo en su forma de vestir, sino también en el tipo de baile que realizan, ya que, se notó una presencia escasa en clases que piden otro tipo de vestimenta

Había chicas que sí se estresaban mucho por tener un buen cuerpo para bailar latino, porque como en el latino bailas con ropa chiquita muy pegada, pues sí se acomplejaban mucho. Entré a otra compañía, y en esa no sentí tanto el estereotipo porque el estilo de baile no lo ameritaba” (E1)

Conforme al testimonio anterior, se puede notar el valor simbólico que los adolescentes que practican danza tienen de su cuerpo y la influencia que tiene en su baile, por la presión de no tener un cuerpo adecuado, evitan tomar clases en donde tengan que mostrar más su cuerpo. Construyendo su propia autoimagen mediante ropa holgada y maquillaje, siendo la imagen que comparten en Instagram como bailarinas.

7.2 Validación social en la adolescencia

Uno de los hallazgos que se encontró fue la validación social y el reconocimiento. Parsons en su teoría de la estratificación social, la cual es la función del sistema social de acuerdo a normas “Estructura de todos los sistemas sociales [...] que ordena [...] de acuerdo con las normas del sistema valorativo [...] valoración: es la atribución de un valor que corresponde al reconocimiento de su contribución al sistema” (Duek y Inda, 2014, p.156); así mismo dentro de la estratificación social se encuentra las pattern-variables, las cuales son normas culturales para determinar la acción. Conforme a lo dicho anteriormente, los espacios de socialización de los adolescentes, forman un valor significativo por medio de interacciones, pero estos espacios, son sistemas sociales, en donde los adolescentes que practican danza, no solo les dan un valor, si no, que se ven influenciados en la construcción de su

identidad y autoimagen por las normas culturales, implícitos en el espacio social, en donde los jóvenes de manera intencional o no, siguen estas normas para tener un reconocimiento, validación dentro del sistema social.

En el ámbito de la danza, se notan normas estéticas, por lo cual los jóvenes se esfuerzan por mejorar su imagen y buscar validación social. En la actualidad el modo en que los adolescentes que practican danza buscan la pertenencia, no solo socialmente sino, también dancísticamente, es por medio de las redes sociales y en especial Instagram, una plataforma que se ha convertido en un sistema social marcado por normas culturales o en términos de Parsons *pattern-variables*, construcciones culturales sobre la apariencia, como maquillarte y vestirse; en donde les permite mostrar su danza como forma de búsqueda de reconocimiento de bailarín por su número de seguidores y adaptación al medio.

Ahorita intento mostrar más mi baile porque justamente en el medio tienes que mostrar quién eres, cómo bailas, qué haces para tener reconocimiento o que te tomen en cuenta. Ejemplo del baile, que ahorita ser profe es tener buenos números en Instagram, no solo bailar bien, porque hay personas que bailan muy bien y no tienen el suficiente reconocimiento por sus redes. Entonces literalmente siento que Instagram si lo utilizas mal o en tu contra al menos en el baile te puede destruir, ósea a cerrar muchas puertas. (E1)

En la cita anterior se muestra no sólo la aceptación de búsqueda de reconocimiento, sino también, como Instagram se ha vuelto un medio en donde se evalúa a la apariencia y el reconocimiento artístico. Así mismo, independiente del contenido del baile, los adolescentes adaptan su imagen a lo socialmente valorado, cuidando el contenido que suben, “a veces pienso mucho en lo que la gente piensa de mí, no sé por qué, cuido mucho cómo se vea todo lo que subo [...] que esté todo correcto” (E6). Le dan un peso importante a la opinión pública, así como la búsqueda de validación con el objetivo de tener una aceptación por su apariencia a base de comentarios de afirmación, likes, entre su mismo entorno social digital.

Figura 2. Comentarios de Instagram



Fuente: Captura de pantalla, tomada de la observación digital, del perfil de la entrevistada 1 en su publicación reciente.

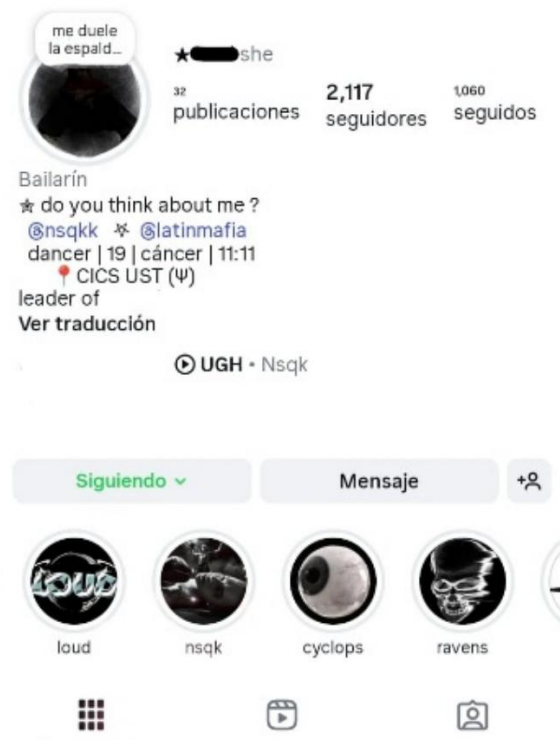
Instagram se ha convertido en un sistema social en donde están implícitas las normas culturales, que los adolescentes que practican danza implementan en su identidad y autoimagen, el cual permite el reconocimiento y validación en su entorno social y artístico; de igual manera en las clases de baile, los maestros hacen comentarios afirmativos hacia ellos, obteniendo un reconocimiento “La clase terminó con un grupo y con eso el maestro pasó con cada una a chocar las manos y mientras pasaba les decía palabras como “bien” “lo hiciste muy bien” “ahí vas” (Diario de campo). Conforme a la cita anterior se visualiza como es que los profesores les dan palabras de motivación, para que se sienta seguros con la imagen que están proyectando al bailar, además que contribuyen al reconocimiento digital y presencial que son parte de la construcción de su identidad.

7.3 Identidad real vs identidad digital

La adolescencia según Pérez y Santiago (2002), es una etapa de desarrollo entre la niñez y la adultez, con cambios biológicos, sociales y psicológicos, es una etapa en donde se busca un sentido de pertenencia por la cual empiezan a construir una identidad “fuente de sentido y experiencia para la gente” (Castells, 2011, p. 28), en donde el sentido se construye a un atributo cultural y va cambiando conforme a las experiencias. Castells (2011), afirma que la identidad puede generarse de tres formas debido a las relaciones de poder, la primera es la identidad legitimadora, introducida por las instituciones dominantes, identidad de resistencia generada por actores en condiciones devaluadas y la identidad proyecto en donde construyen una nueva identidad. En este sentido, por medio de las observaciones tanto físicas como digitales y en las entrevistas, se determinó que los adolescentes que practican danza tienen dos identidades “No. Porque en Instagram soy como... muy mamona. Dicen que en Instagram soy muy mamona, pero en la persona soy muy carismática” (E4). En la cita se muestra que la entrevistada, tiene dos definiciones de ella misma en dos aspectos diferentes.

Por un lado en la vida real, conforme lo visto en el apartado de la construcción simbólica de los estereotipos de belleza adoptan una identidad legitimadora debido a que construyen una definición de ellos mismos, mediante las idealizaciones de estereotipos de belleza, marcados por instituciones sociales, como lo puede ser estudios de danza, escuelas e inclusive por el contenido que visualizan en las plataformas digitales, pero en el entorno de Instagram, los adolescentes llevan a cabo una identidad proyecto, debido a que ellos y ellas controlan el tipo de imagen que muestran ante la gente, seleccionan un tipo de contenido específico para formar su definición de ellos mismos en su perfil de Instagram, formando una identidad digital sobre cómo ellos se ven a sí mismos y que es lo que quieren mostrar ante su círculo social. Un ejemplo, es en la observación digital del perfil de una de las entrevistadas.

Figura 3. Perfil de una de las entrevistadas



Fuente: Captura de pantalla, del perfil de una entrevistada, tomada en la observación digital.

En el perfil, se encontró que tanto en sus publicaciones como en sus destacadas, usa colores blanco y negro y su contenido es sobre baile y fotos de ella, en sus historias, se puede interpretar que es una chica centrada en el baile, estudia, tranquila, que le gusta la música, como se muestra en la captura de pantalla ella tiene una descripción, una definición de ella misma que quiere mostrar ante la gente, mientras que en la entrevista ella se define como “estereotípicamente rara” ya que, su forma de ser, suele ser extrovertida, parte de su identidad que no muestra en Instagram, porque ha construido una identidad proyecto en la plataforma.

Este ejemplo muestra como los adolescentes que practican danza, forman dos identidades, una instruida por las instituciones y otra creada por ellos y ellas mismas para adaptarse a una imagen socialmente aceptada. De esta forma, la identidad digital no siempre coincide con la identidad real, sino que funciona como una construcción estratégica, formada por las exigencias estéticas artísticas y sociales, las normas sociales implícitas en la plataforma para obtener validación social.

7.4 Adaptación de autoimagen conforme a estereotipos de belleza

Otro de los hallazgos encontrados fue el tipo de contenido más recurrente en adolescentes que se visualiza en Instagram, el cual es sobre contenido de danza, música, belleza y maquillaje. El contenido que visualizan los adolescentes influye en ellos, retomando a Bourdieu, con su teoría de la sociedad, dentro de un campo se da un capital “arma o como lo que está en juego, lo que permite ejercer un poder” (González, 2018, p. 303); en este sentido Instagram es un campo, en donde se muestra un tipo de capital que influye en los adolescentes, ya que, conforme al contenido que visualizan, lo van adaptando a su forma de ser y su imagen; al estar en una etapa de desarrollo, de construcción de identidad y autoimagen, son vulnerables al tipo de capital que se les muestra. Recordando que para esta investigación se va a entender por autoimagen la idea subjetiva que tiene una persona sobre su apariencia física tanto su imagen corporal y sus rasgos faciales, idea que se construye socialmente por los modelos culturales, expectativas sociales, experiencias personales, comentarios y comparaciones. En este sentido, los adolescentes construyen su autoimagen mediante idealizaciones marcadas socialmente, estereotipos de belleza que se marcan tanto en el espacio social como el digital, lo que provoca que ellos modifiquen su imagen, con la ayuda de maquillaje, perforaciones, vestimenta, pero en Instagram por las herramientas que cuenta la aplicación los adolescentes tienden a modificar su apariencia con ayuda de los filtros.

Uno de los estereotipos que más se destacaron en las entrevistas fue el ser blanca o blanco y en todas las entrevistas tanto chicas y chicos reconocieron que los filtros que más ocupan son los de color modificando así, su tono de piel “Ah, uno en donde me vea clarita yo, bueno no, pero sí en donde, en algunos filtros donde mejore mi piel, porque mi piel no es como que la que quiero tener “(E5). La cita demuestra cómo es que los estereotipos de belleza influyen en su autoimagen lo que provoca que quieran modificarla por medio de Instagram.

Retomando a Bourdieu, dentro de cada campo se da un tipo de capital, en el campo de Instagram se muestra un capital simbólico en donde los adolescentes que practican danza le dan un valor significativo a su apariencia física y su contextura corporal.

En las entrevistas se destacó que la etapa de mayor presión por la apariencia es en la secundaria, en donde los adolescentes buscan encajar “Mucho. Es que como que yo me dejo llevar mucho ante los estereotipos, o sea trato de cambiar para como encajar” (E4), la cita demuestra cómo los adolescentes, adoptan los estereotipos para tener validación, o en términos de Parsons, siguen las normas del sistema valorativo, en donde la valoración es “ la atribución de un valor que corresponde al reconocimiento de su contribución al sistema, es decir, de su función en el sistema” (Duek y Inda, 2014, p.156), en donde al seguir los estereotipos cumplen con la función del sistema social.

La presión por cumplir con las normas estéticas sociales y la manipulación de su imagen por medio de Instagram influye en la construcción de su identidad “como se ve uno y cómo quiere verse” (Buscarini, 2005), derivado de que modifican constantemente su apariencia y su definición, llegan a cuestionarse sobre su forma de ser y apariencia “Sí, sí, sí que lo considero. No, no sé, es como te digo, o sea, como que en mi persona yo lo siento como que falso. Porque me veo en la foto y digo, cha, esta no soy yo, yo no soy así. Y me veo en el espejo o me veo a mí misma y digo, esta soy yo, ¿por qué lo hago?” (E5), este testimonio revela una discordancia entre la identidad digital y la identidad percibida, donde la búsqueda de valoración los confunde con la construcción de su identidad y autoimagen. Esta transformación de imagen se convierte en una adaptación social, que es una estrategia para tener un valor social, pero puede generar una desconexión identitaria

A pesar de que se muestra una gran influencia de los estereotipos de belleza, marcados socialmente y visualizados en Instagram en la construcción de su autoimagen, durante las observaciones no participantes, se escuchó que los maestros les dan palabras de aliento para que acepten tu autoimagen

La maestra al notar que a muchos les incomodaba hacer el último paso, dijo que todos le pusieran atención, comenzó preguntando “¿Para qué creen que son los espejos?, son para que se miren, se admiren como bailarines, personas [...] pero no son para que ustedes se miren y digan oh mira me veo bien, haciendo este paso, oh hoy me veo bien, me vestí chido [...] verse al espejo y sentirse bien con ustedes. (Diario de campo)

Con la información recabada, se observa que la autoimagen, más que una construcción personal, se va formando mediante las relaciones sociales, experiencias personales, así como por las normas sociales y estéticas y en la actualidad influye el entorno digital, en especial las plataformas visuales como Instagram.

Los hallazgos muestran que los adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance, construyen su identidad y autoimagen mediante la influencia de los estereotipos de belleza, marcados social y digitalmente por Instagram, que, al ser una plataforma visual, refuerza los ideales de belleza y estéticos que en particular las bailarinas internalizan y replican para buscar aceptación social, validación, reconocimiento y pertenencia, tanto en el ámbito artístico como social.

8. Conclusiones

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la influencia de los estereotipos de belleza difundidos en Instagram en la construcción de la identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance. Donde, permitió evidenciar que la construcción de la identidad y autoimagen, de este grupo se encuentra influenciada por las exigencias artísticas y sociales.

La codificación y la creación de la matriz de análisis de las entrevistas permitieron la identificación de patrones sobre la apariencia, el peso que le dan a la validación social y la influencia de Instagram y los estereotipos de belleza en su identidad y autoimagen. En primer lugar, se identificó que los adolescentes que practican danza se enfrentan a dos exigencias corporales, las artísticas en donde buscan adaptan a

su cuerpo a los ideas de la danza y a las exigencias sociales sobre el tipo de apariencia que se visualiza en Instagram, esta exigencia corporal que sienten por cumplir con los estereotipos de belleza, genera que ellos le den un valor simbólico a su cuerpo, lo que provoca que cambie su definición y autoimagen de ellos mismos.

Otro de los patrones que se identificó y que influye en la construcción de su identidad, es la búsqueda por la validación, por medio de comentarios, reacciones, en su Instagram buscan construir una identidad que sea aceptada socialmente, mostrando un tipo de apariencia de acuerdo con los estereotipos de belleza. Por otro lado, el tercer patrón fue la adaptación de la imagen, uno de los estereotipos de belleza que destacan entre las jóvenes es el ser blanca, en donde en su búsqueda por encajar en los estándares sociales, modifican su tono de piel con ayuda de maquillaje y filtros y aunque los adolescentes presentan una discordancia con las alteraciones que hacen en su imagen con su yo real, prefieren hacer una transformación de identidad y autoimagen para tener una pertenencia y valor socialmente.

Respondiendo a la pregunta de esta investigación, los estereotipos de belleza corporal marcados en Instagram influyen de manera significativa en la construcción de la identidad y autoimagen de los adolescentes que practican danza en The MFF Studio Dance, debido a que los referentes visuales y simbólicos regulan la forma de mostrar y percibir el cuerpo. El contenido que se muestra en Instagram sobre la apariencia hace que los jóvenes interioricen modelos corporales que se asocian con el reconocimiento, pertenencia y valoración en el ámbito artístico y social. Esta influencia se manifiesta en varios niveles, antes mencionados, como es la construcción simbólica de los estereotipos, la validación social, identidad real e identidad digital y la adaptación de imagen, este conjunto de resultados provoca que se normalice la forma constante en la que los adolescentes bailarines modifican la definición a sí mismos, su identidad y autoimagen, siendo una conformidad social.

En conclusión, Instagram se ha convertido en un espacio con una influencia significativa en cómo los adolescentes que practican danza muestran y construyen

su cuerpo, en donde se da la validación y regulación, tanto en la oportunidad de visibilidad de desarrollo artístico, como en los desafíos identitarios que modifica su identidad y autoimagen e incluso puede provocar conflictos emocionales que requieren ser abordados desde el área psicológica y con una perspectiva crítica y formativa. Comprender estos desafíos, es clave para promover el uso consciente de las redes sociales, así como dar cuenta de la normalización de los estándares de belleza corporal que afectan a los jóvenes. Reconocer este fenómeno es fundamental para promover prácticas pedagógicas y artísticas que fomenten una relación saludable con la imagen corporal, así como el uso crítico de las redes sociales.

Bibliografía

Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa* (Vol. 3). Ediciones Morata.

Arab, L. E., y Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*.

Baile, J. I. (2003). ¿ Qué es la imagen corporal?. *Cuadernos del Marqués de San Adrián: revista de humanidades*, (2), 53-70.

Bard Wigdor, G., & Magallanes Udovicich, M. L. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9.

Bonilla, R. E. B., & Salcedo, N. Y. S. (2021). Autoimagen, autoconcepto y autoestima, perspectivas emocionales para el contexto escolar. *Educación y Ciencia*, (25), e12759-e12759.

Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use?. *Computers in Human Behavior*, 110, 106395.

Brea Folgar, A. L. (2019). Corporalidad online-offline. Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes.

Bulcourn, P. A., & Cardozo, N. D. (2011). Apuntes para una teoría del campo político: poder, capital y política en la obra de Pierre Bourdieu. *Crítica Contemporánea. Revista de Teoría Política*, n. 1, pp. 274-293.

Buscarini, C. A. (2005). Identidad individual e identidades colectivas. In *XII Jornadas de Investigación y Primer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur*. Facultad de Psicología-Universidad de Buenos Aires.

Callís-Fernández, S. (2011). Autoimagen de la vejez en el adulto mayor. *Ciencia en su PC*, (2), 30-44.

Casanova-Garrigós, G., Torrubia-Pérez, E., Cañellas Reverté, N., Capera Fernández, J., Mora-López, G., & Albacar-Riobóo, N. (2025). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes: una revisión integrativa. *Enfermería Global*, 24(75).

Castells, M. (2001). La era de la información. Volumen II: El poder de la identidad.

Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body image*, 29, 90-99.

Domínguez, R., & MARÍA, D. G. (2022). Etnografía e investigación con niños. *Debates contemporáneos. Ciudad de México, Pergamino Editora*.

Duek, M. C., & Inda, G. (2014). La teoría de la estratificación social de Parsons: una arquitectura del consenso y de la estabilización del conflicto.

Eidelman, L. (2022). El ideal sociocultural de belleza difundido a través de Instagram y su relación con la construcción de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes. In *XIV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXIX Jornadas de Investigación. XVIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. IV Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. IV Encuentro de Musicoterapia*. Facultad de Psicología-Universidad de Buenos Aires.

Folgueiras Bertomeu, P. (2016). La entrevista.

Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Question*, 1.

Gimenez, P., Correché, M. S., & Rivarola, M. F. (2013). Autoestima e Imagen Corporal. Estrategias de intervención psicológica para mejorar el bienestar psicológico en pre-adolescentes en una escuela de la ciudad de San Luis, Argentina. *Fundamentos en Humanidades*, 14(27), 83-93.

González Ochoa, C. (2018). Una teoría de la sociedad. *Cultura y representaciones sociales*, 12(24), 273-309.

Guber, R. (2019). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Siglo XXI editores.

Hernández Salazar, Y. C., & Vega Lizarazo, N. M. (2023). Estereotipos de belleza en las redes sociales y su vínculo con la construcción de la autoimagen en las jóvenes de 18 a 25 años vinculadas al gimnasio Wilser de Girón.

Hutcheson, F., & Arregui, J. V. (1992). *Una investigación sobre el origen de nuestra idea de belleza*. Madrid: Tecnos.

Iglesias, M. L., Martín-Sánchez, D., & Rodríguez, S. F. (2023). Instagram sin filtros: Estudio de la manipulación fotográfica en redes sociales. *Miguel Hernández Communication Journal*, 14, 491-513.

Jiménez, M. (2022). La influencia de las Redes Sociales en la Imagen Corporal de los Adolescentes. Universidad Pontificia de Comillas.

Maldonado Castro, J. M., Zambrano Barros, N. A., & Mancilla Patiño, K. L. (2024). Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina. *Religación: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 9(40).

Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69.

Maurus, J. (1993). *Cultive su autoimagen*. Editorial San Pablo.

Muñoz-Zapata, D. E., Estrada-Jaramillo, L. M., & Osorio-Franco, J. M. (2023). Problematicaciones de roles de género y estereotipos de belleza a través de cuentas de Instagram durante la pandemia en Colombia. *Prospectiva*, (35).

Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public culture*, 27(1 (75)), 137-160.

Ortega Ruiz, H. (2020). Los estándares de belleza femeninos en Instagram: El fenómeno influencer.

Parsons, T. (1968). Hacia una teoría general de acción.

Pérez, S. P., & Santiago, M. A. (2002). El concepto de adolescencia. *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*, 2(3), 15-23.

Rubio, D. B., Pelegrín, M. B., & Vera, I. A. (2018). El papel de las redes sociales en educación.

Transforming education for a changing world, 335.

Salazar-Rodríguez, E. (2019). # body_writer: La reconstrucción y reafirmación del cuerpo a través del medio digital. *Índex, revista de arte contemporáneo*, (7), 200-212.

Simmel, G. (2014). El espacio y la sociedad. En *Sociología: estudios sobre las formas de socialización* (pp. 544-615). Fondo de Cultura Económica.

Taylor, C. (1996). Identidad y reconocimiento. *Revista internacional de filosofía política*, 7(7), 10-19.

Terreros Briones, S. M. (2019). *Las redes sociales y la estética femenina* (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2019.).

Vidal, P. C., López, A. D., & García, J. A. S. (2023). Relación entre el uso de Instagram y la imagen corporal de los adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 41(2), 117-122.

Villanueva, J. G., & Ramírez, C. I. H. (2022). Estereotipos de belleza y discriminación. Revista de psicología de la universidad autónoma del estado de México, 11(27), 41-66.

Anexos

Anexo 1. Guía de observación para hacer etnografía

¿Qué preguntar?	¿Qué observar?	¿Qué documentar?
¿Qué prácticas se observan respecto a su apariencia física o arreglo personal?	Maquillaje, cómo son sus peinados, forma de vestir, la frecuencia en que retocar su maquillaje, que tipo de accesorios utilizan	Describir qué prácticas llevan a cabo los adolescentes respecto a su apariencia física y arreglo personal.
¿En la academia se llegan a oír comentarios sobre su cuerpo o imagen?, ¿En qué situaciones se llega a presentar?, ¿Quiénes son los que hacen los comentarios?	Escuchar conversaciones y ver las interacciones que estos tienen.	Testimonios, sobre el cuerpo o imagen corporal.
¿Se observan gestos de comodidad o incomodidad al verse al espejo?	Suelen verse mucho en el espejo, así como sus reacciones, expresiones faciales y el tiempo que se miran frente al espejo.	Movimientos corporales y acciones físicas, reacciones por medio de gestos.

¿Cuál es la reacción de los adolescentes ante comentarios sobre su apariencia?	Identificar si se hacen comentarios, así como la reacción.	Comentarios y testimonios de los instructores.
¿Dentro de la academia se percibe que se asigna mayor valor a ciertos tipos de cuerpos?	Trato diferenciado de los instructores según tipos de cuerpo, preferencias visibles a ciertos tipos de cuerpos.	Testimonios, reacciones, actitudes sobre los tipos de cuerpo.
¿Se hace uso del celular durante la clase?	El tiempo en que suelen agarrar el celular, si es antes, durante o después de la clase.	Las acciones que realizan frecuentemente los adolescentes
¿Se observa la toma de fotografías y videos?	Si se toman fotos, el cómo, así como si son frecuentemente.	Describir las posturas corporales, así como visualizar si esta es editada.
¿Llegan a expresar su identidad en la forma de vestir o moverse?	Ver si su forma de vestir es recurrente o siguen algún estilo, así como ver su forma de caminar, bailar, posar, gesticular y su lenguaje.	Las expresiones faciales y los movimientos, lenguaje verbal y no verbal, como el tono de voz y gestos.

¿Qué emociones expresan los adolescentes al bailar o ser grabados?	Reacciones a la hora de grabarse, así como actitudes, vestuario, expresiones faciales, lenguaje corporal y comportamientos.	La forma de actuar ante la cámara, rasgos faciales y corporales.
¿Los adolescentes comparten fotos o videos en su Instagram de su actividad en el estudio?	La toma de fotografías y videos, así como su Instagram para ver si son publicados.	Describir si la toma de fotos y videos es recurrente y las características con la que la suben a Instagram.
¿Qué tipo de contenido suben los adolescentes a su Instagram?	Hacer la relación de las publicaciones que se hacen y qué comentarios y reacciones reciben.	Descripción del contenido, con qué frecuencia publican, comentarios textuales sobre lo que reciben en sus publicaciones.

Anexo 2. Guía de entrevista

Título: Instagram y estereotipos de belleza corporal: análisis de su influencia en la identidad y autoimagen de adolescentes que practican danza en The MAFF Studio Dance

Dirigido a: adolescentes de 14 a 17 años que practican danza en The MFF Studio Dance.

Objetivo: Este guion de entrevista semiestructurada tiene el propósito de conocer, comprender e identificar las percepciones, experiencias y significados que los

adolescentes le dan a la imagen corporal en su entorno digital y artístico; al mismo tiempo, se pretende analizar si los estereotipos de belleza que visualizan en Instagram influye en la construcción de su identidad y autoimagen.

Primero se presentará la entrevistadora, mencionando su nombre y la carrera que está estudiando, así como dará una breve introducción del tema y el objetivo de la entrevista.

En segundo momento, se le aclarará que la información que nos proporcione será confidencial y con fines académicos, que no está obligada/o contestar alguna pregunta que pueda hacerla/o sentir incómoda/o; y se solicitará el permiso para grabar la entrevista, respetando siempre la autorización y limitaciones establecidas.

-Hola mi nombre es Yesni, estudié sociología y estoy haciendo mi tesina sobre los estereotipos de belleza, la entrevista que se realizará será para fines académicos, para analizar la influencia de los estereotipos de belleza difundidos en Instagram en la construcción de identidad y autoimagen de los adolescentes, la información será confidencial y no estás obligada/o a contestar alguna pregunta que haga sentir incómoda/o, de igual forma para la recopilación de información ¿Me gustaría saber si la entrevista grabada? para el análisis de la investigación-

En tercer momento, se le pedirá que se presente mencionando alias, edad y su sexo para comenzar con la entrevista.

Preguntas para romper el hielo:

1. Quisiera que contaras, ¿Cómo es un día típico para ti?
2. ¿Cuánto tiempo tienes bailando y acudiendo a The MAFF?
3. ¿Cómo ha sido tu experiencia bailando y siendo parte del estudio?

Preguntas sobre la exigencia dancística en los cuerpos:

4. ¿Consideras que en la danza hay presión por tener cierto tipo de apariencia?
5. ¿Piensas que en la danza se tiene una imagen del cuerpo ideal?, ¿Cómo es ese cuerpo?

6. ¿Usualmente cómo sueles vestir y arreglarte para asistir a clases?
7. ¿Desde que comenzaste a ser bailarín has modificado tu apariencia o vestimenta?

Preguntas sobre el uso de Instagram:

8. ¿Con qué frecuencia usas Instagram?
9. ¿Qué tipo de contenido te gusta ver?
10. ¿A quiénes sigues más, bailarines, influencers, amigos?, ¿Cuáles?
11. ¿Qué tipo de contenido subes a tu Instagram?
12. Al tomarte fotos desde la aplicación ¿Sueles usar los filtros y herramientas de edición?
13. ¿Cuáles son tus razones para usarlos?, ¿Cómo te hace sentir esto?
14. ¿Has borrado alguna foto o video porque sentiste que no se ajusta a la imagen que deseas proyectar?
15. ¿Consideras que los filtros cambian la forma en la que las personas se ven a sí mismas?

Preguntas sobre la validación y comparación en Instagram:

16. ¿Sientes que la cantidad de likes y comentarios que recibes influye en cómo te sientes respecto a ti mismo(a)?
17. ¿Has llegado a compararte con otros usuarios o bailarines que ves en Instagram?
18. ¿Cómo te hace sentir dicha comparación?
19. Antes de subir una foto ¿Piensas en cómo reaccionarán tus seguidores?

Preguntas sobre la influencia de los estereotipos de belleza corporal en Instagram:

20. ¿Consideras que en Instagram se muestra un tipo de cuerpo ideal?

21. ¿Crees que lo que ves en Instagram influye en la percepción que tienes de tu cuerpo?

22. ¿Has cambiado algo de ti (tu forma de vestir, posar, pensar entrenar o mostrarte) por lo que ves en Instagram?

23. ¿En qué momentos te has sentido presionado por tu apariencia al publicar?

Preguntas sobre la influencia de Instagram en la construcción de identidad y autoimagen:

24. ¿Sientes que en Instagram puedes mostrar quién eres realmente o solo una parte de ti?

25. ¿Consideras que te muestras igual en la vida real que en Instagram?, ¿por qué?

26. ¿Qué aspectos de tu vida subes a Instagram?

27. ¿Sientes que has construido una imagen de ti mismo en Instagram?

28. ¿Qué tanto la forma en que te ves en Instagram se asemeja a tu forma de ser?

29. ¿Cómo crees que te ha cambiado Instagram en cuanto a cómo te ves o cómo te muestras ante los demás?

Preguntas de cierre:

30. ¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia con Instagram o la danza?, puede ser una historia, anécdota, algo que haya pasado recientemente.

31. ¿Quisieras agregar algo más que no te haya preguntado?

Agradecimientos y finalización.

Anexo 3. Ejemplo de transcripción de entrevistas

Entrevistadora: Hola

Entrevistada: Hola

Entrevistadora: Me llamo Yesni, estudio sociología y estoy haciendo mi tesina sobre los estereotipos de belleza difundidos en Instagram en la construcción de identidad y autoimagen de los adolescentes, la información es confidencial para la recopilación de la información ¿Se podría grabar la entrevista? Para el análisis de la investigación.

Entrevistada: Si, sin problema.

Entrevistadora: Quisiera que me contaras, ¿Cómo es un día típico para ti?

Entrevistada: Pues me levanto temprano, me arreglo y de ahí tomo el transporte público para ir a la escuela. Estoy en la escuela de 6 a 8 horas y saliendo pues depende el día, si salgo más temprano voy a pasar un rato con mis amigos y si no pues me voy directamente a mi casa ya después en la tarde, también igual depende el día, a veces hago tareas, otros días me duermo u otros días doy clases de baile o me pongo a bailar yo en mi casa. Y ya, después regreso, ceno, me baño y me duermo.

Entrevistadora: ¿Cuánto tiempo pasas bailando?

Entrevistada: ¿A la semana o al día?

Entrevistadora: Al día.

Entrevistada: Al día, a mínimo una hora, yo creo que en promedio unas dos por día. Si como dos horas al día

Entrevistadora: ¿Cuánto tiempo tienes bailando y acudiendo a la academia?

Entrevistada: Cinco años, sí cinco años.

Entrevistadora: Y en toda tu trayectoria ¿Has sentido que la danza tiene estereotipos?

Entrevistada: A sí. Sí tiene estereotipos y si lo he sentido

Entrevistadora: ¿Cómo ha sido tu experiencia bailando?

Entrevistada: Pues depende porque cuando empecé pues todo estaba como muy rosita y así porque no entre de lleno al ambiente ¿sabes? Nada más iba a clases y con mis compañeras de baile pues... nos llevábamos bien porque éramos puras niñas, ósea siempre variaba la edad, pero no nos llevábamos tanto tiempo, de uno o dos años, ya máximo tres.

Entonces en ese entonces era, no había tanto chisme. También siento que en ambiente del baile es como que muy común, que se hagan como peleas entre niñas por chismes y así, pero eso no importa. Ya después al año que entré a mi primera compañía ya empecé a sentir el ambiente más pesado porque sentía como que tenías que alcanzar cierta expectativa para que te tomaran en cuenta oh tenías que ser se cierto tipo para que te agarraran parte del grupo y ya de ahí me metí en una compañía de latino. Entonces pues yo real no tuve mucho problema, pero había chicas que sí se estresaban mucho por tener un buen cuerpo para bailar latino, porque como en el latino bailas con ropa chiquita muy pegada, pues sí se acomplejaban mucho.

En ese entonces yo creo que yo me acomplejé más por el busto que por otra cosa. Y de ahí pues entré a otra compañía, y en esa no sentí tanto el estereotipo porque el estilo de baile no lo ameritaba, pero aun así no fue un ambiente muy agradable que digamos, porque, aunque como tal no estaba presente para que se tomaran en cuenta esa expectativa, pues era como un acuerdo no hablado, el ser de cierto tipo para que te aceptaran. Y ya pues actualmente yo creo que, bueno, hice mi propio grupo y como que mi visión en ese grupo es que justamente esas cosas como expectativas y conflictos y todo eso se queden de lado y que vean que el baile no es solo como, ay, ¿qué subió esta artista?, ¿Qué subió esta bailarina?, ¿Hay porque ella sí y yo no? Y así.

Entrevistadora: y por ejemplo ¿Qué cierto tipo de cuerpo se da más en la danza?

Entrevistada: Ay, pues, este, en la danza comercial, que es en donde yo creo que se ocupa un cuerpo, pues no sé, una, en chicas como más piernonas por así decirlo, ósea que tengan buena pierna, buen busto, también buena parte trasera y una cinturita oh bueno a veces no es tan importante la cintura si no como que, se ve

vean curvi, que tanga muchas curvas valla y en ciertas agencias si buscan como niñas delgadas, pero es más común que quieran un cuerpo con más curvas.

Entrevistadora: y ¿Cómo sueles vestirme o arreglarte para bailar?

Entrevistada: Mmm, con ropa muy grande, bueno ya últimamente me pongo como prendas más pegadas en la parte de arriba, pero normalmente si me visto con ropa más grande porque de la ilusión de que estás más grande en el cuerpo, de que tienes como más, masa muscular o así porque eso hace que el movimiento se vea todavía más grande.

Entrevistadora: y ¿Desde que comenzaste a ser bailarina has modificado tu apariencia o vestimenta?

Entrevistada: Si, cuando inicie a bailar, bailaba con lo que tuviera en mi closet, ósea a veces de pantalones de mezclilla entubados oh blusas pegadas o así, y creo que eso tiene que ver más con lo que percibimos de las otras personas, porque yo veía a mis maestros que se vestían como súper, así tumbados y yo decía así de yo quiero eso y más que eso también es por la comodidad porque siento que así como el baile te puede dar autoestima, también tiene su doble filo en el que no te sientes bien viéndote así en el espejo. Entonces desde mi experiencia yo me empecé a vestir más grande para cubrir mi cuerpo, porque no me gustaba que me viera tan delgada bailando. Y sí considero que, siento que mientras más pasa el tiempo, mi ropa va creciendo más de anchura.

Entrevistadora: Pero aun así te sientes cómoda ¿No?

Entrevistada: Claro, si me siento cómoda aquí las cosas son, cuando me empiezo a poner incómoda es cuando, no sé, en una clase de jazz o en un estilo que es más femenino te llegan a pedir ropa más pegada es ahí en donde digo fuck, oh la dismorfia corporal aparece.

Entrevistadora: Comprendo ¿Con que frecuencia usas Instagram?

Entrevistada: Ah, soy adicta a Instagram, ¿Qué te digo? Lo checo muy seguido, fácil una vez por hora oh más

Entrevistadora: ¿Qué tipo de contenido vez y que contenido subes?

Entrevistada: Me gusta ver contenido de baile, porque la mayoría de gente que sigo están en el medio oh también de maquillaje, me gusta ver mucho las cuestiones de maquillaje oh de outfits también es como... ideas y ya como un treinta por ciento son memes, imágenes de perritos y así.

Y que contenido subo. Antes no subía nada, antes subía como fotos de mí y así, todavía, pero a veces, ahorita intento mostrar más mi baile porque justamente en el medio tienes que mostrar quién eres, cómo bailas, qué haces para tener reconocimiento o que te tomen en cuenta.

Entrevistadora: y al subir ese contenido ¿Sueles usar los filtros y herramientas de edición?

Entrevistada: Así editar de que me ponga, no se me ponga la cintura diminuta, nariz o algo no, pero algún filtro si me pongo, no para que me vea como más bonita si no porque mi perfil tiene ciertos colores para que se adapte a ese color.

Entrevistadora: ¿Cómo te sientes al subir ese contenido?

Entrevistada: Mmm, fíjate que antes me daba más miedo porque siento que baile como puede ser bonito puede ser muy toxico, entonces a veces subes un video muy entusiasmado y comentan... bueno no te lo comentan directamente, pero comienzan a hacer sus comentarios por fuera oh ahorita que están lo de las notas oh en historias. Ay ya cualquiera cree que baila. Entonces en un inicio si me sentía como insegura, pensaba que no era lo suficientemente buena como para subirlo, pero ya como va avanzando el tiempo es proceso y yo sé que esa maestra que ahorita me está enseñando no nació bailando tuvo que pasar por donde estoy yo entonces creo que, en un futuro, no sé, meterme yo a mi fed y ver cómo empecé y como voy.

Entrevistadora: y por ejemplo lo que has subido ¿Lo has borrado?

Entrevistada: Pues si he borrado cosas, bueno no borrado archivado, que es un poquito contradictorio ¿No? Porque quiero ver mi proceso, pero lo videos que subía cuando empecé a bailar esos sí, me dan pena.

Entrevistadora: ¿Consideras que los filtros cambian la forma en la que las personas se ven a sí mismas?

Entrevistada: Si, porque, bueno esto viene acompañado de una pequeña historia, yo cuando estaba en la secundaria y era una mocosa este, estaba muy de moda usar una aplicación que se llama Snow, es la que lo usan los k-pókeres y esa aplicación lo que hacía era que te agrandaba los ojos, te aclaraba la tez y todo eso. Entonces este en ese tiempo si lo usaba mucho y ya llegaba un momento en el que miraban al espejo y decía no es que no soy yo la de las fotos y no me veo como me veo en las fotos. Y no era que me quisiera, bueno si quería ser literal yo la de las fotos, pero también siento que el utilizar filtros puede ser así como bueno y malo por ejemplo a mí me afecto en que yo me veía, no sé, más fea y a partir de eso intente cambiar, intente modificar mis rasgos, mi tono de piel, mi contextura y todo ¿Por qué? Porque yo decía el día que me conozcan van a ver que no soy la niña de ojotes y así.

Entrevistadora: Ósea ¿Qué intentas aparentar lo mismo en redes como en persona?

Entrevistada: Si, por eso ahorita uso que no se un filtro de repente blanco y negro una cámara antigua o algo así, pero intento que no me cambie la cara porque después viene esa parte como de intentar parecerme a eso y no es sano.

Entrevistadora: y, por ejemplo, ¿Qué tanta importancia le tomas a la cantidad de likes o comentarios que recibes?

Entrevistada: Es que fíjate que yo creo que dependía mucho del tiempo, porque antes si no se si subía un video y llegaba a menos de 100 o algo así, era así como, me sentía y decía ¿Por qué? Ósea yo decía si te sale porque no le dan «me gusta» o algo así, pero igual con el tiempo y con esa adaptación que he tenido como que, si ahorita lo subo, lo utilizo como un álbum, como un recuerdo y ya no le tomo tanta importancia, pero, no sé, también depende de la situación, no sé si me gusta un

chicuelo pues le tiene que dar like, sígnica que le gusto, pero así que yo diga tengo que tener 1000 likes para sentirme bien ya no, antes sí.

Entrevistadora: ¿Has llegado a compararte con otro usuario o bailarín?

Entrevistada: No, si, no solo con bailarines igual con chicas que aparecen en Instagram o así. Normalmente a mí no me gusta seguir influencers de ese tipo de que suben bailes, pero no bailes elaborados, así como trends, porque siento que es como un estereotipo de belleza muy marcado, por ejemplo, ahorita la instaface es como esa chica rubia con mucho rubor unas pestañotas y muy blanca, y una cinturita, pero con estas personas casi no, antes no. Antes a lo mejor si me llegaba a gustar Charly Damelio o algo así, pero no siento que con bailarinas más por el no con maestras si no con, digamos mis similares que llevan el mismo tiempo bailando es como bro porque baila tan bien y yo que llevo el mismo tiempo no puedo llegar a ese nivel o también por el cuerpo, de que, ah, pues, a lo mejor si tuviera más cadera se verá mejor cierto baile.

Entrevistadora: ¿Consideras que en Instagram se muestra un tipo de cuerpo ideal?

Entrevistada: Ah, pues es que yo creo que sí, pero depende de las cosas que tu sigas, te digo que sigo puro baile y así, entonces si me llega a aparecer ese tipo ese tipo ideal, pero como no es tanto de mi interés, pues deja de hacerlo, pero en general yo considero que si existe ese tipo ideal de cuerpo en redes sociales. Porque simplemente cuando vas a iniciar sección en una cuanta es lo primero que muestran, así como, yo insisto mucho que en la micro cintura y ya a lo mejor ya no tan acuerpadas, pero si delgadas oh a lo mejor ya muy blanquitas, no sé porque ahorita esta tanto que sean como rubias.

Entrevistadora: Si así con, mucha pestaña.

Entrevistada: Si con sus pestañotas oh con el maquillaje acá de que el empanizado de Donita Bimbo. El rubor y, no sé, como el clean, el clean girl makeup. Esa cosa.

Entrevistadora: ¿Has cambiado algo de ti por lo que vez en Instagram?

Entrevistada: A lo mejor la forma de vestir, pero fuera del baile ósea la de día a día, la que uso para ir a la escuela y así, pero no tanto como el estereotipo que hay bueno al fin y al cabo igual es un estereotipo, no porque igual es como, perciben las personas a otras, pero no sé, por ejemplo, en vez de vestirme con un skinny jean, ya me pongo bagy jean. Este, pero en cuestión de vestimenta creo que no tanto en lo que si a lo mejor es en maquillaje, ósea realmente a mí no me importa verme, limpia así como relamida de vaca, pero en algún punto sí me llegó acomplejar, porque yo veía, yo sé que para lograr es efecto natural, se debe de usar mucho maquillaje pero el que se vea natural, y que su piel se vea lisa era así como de no pues yo también debo, yo también quiero, el mayor cambio fue que deje de usar base y ya parale de contar ha y colores muy oscuros porque antes me maquillaba de negro, morado y ahorita es como de un cafecito, rosita.

Entrevistadora: y ¿Sientes que en Instagram puedes mostrar quién eres realmente o solo una parte de ti?

Entrevistada: Solo una parte, siento que, aunque yo por ejemplo te esté diciendo esto, que este en ese modo de no solo es un álbum de recuerdos y así, yo sé que si alguien ve mi Instagram y después a mi como persona no... no va a congeniar mucho con la imagen que tiene de mi ¿Por qué? En Instagram si puede que suba un recuerdo de cuando fui a tal lado o así, pero realmente, lo que más hago es que no me muestro con lentes. Porque a eso sí me dio inseguridad como en todas las redes sociales entonces ya cuando me conocen es como de wao usa lentes. Simplemente en Instagram no pueden ver tu proporción corporal como tal y ya cuando te conocen es totalmente diferente y eso hablando solo del físico porque hablando emocionalmente muchas veces cuando subes no es un escrito o así lo maquillas antes, no es algo que salga espontáneamente si no que, lo piensas, lo revisas, ¿Lo subo? ¿No lo subo? Entonces pienso que solo muestra una parte, mínima de ti.

Entrevistadora: ¿Consideras que has construido en Instagram una imagen de ti?

Entrevistada: Muy diferente no, pero si algo diferente porque siento que por ejemplo yo en mi Instagram a veces no me muestro tan espontanea como soy, porque

normalmente cuando estoy con la gente que conozco, dando clases o así soy lo que se consideraría estereotípicamente rara, ósea con comentarios no tan comunes, entonces en Instagram obviamente no subo una foto de mi parada de cabeza o algo oh historias hablando cualquier cosa. Entonces no es que siento que es alguien diferente a mí porque es parte de mí, pero es esa parte que quiero que vean porque siento que te conozcan totalmente también llega a ser peligro en redes.

Entrevistadora: ¿Crees que pueda cambiar parte de tu identidad?

Entrevistada: Pues sí, por una parte por esto de los estereotipos y la imágenes que nos muestran lo que está bien y lo de las tendencias, porque uno por seguir las cambia, pero también siento que viene un dilema en lo personal, si conocer a una persona por esta red social pues esta persona va a esperar que tu seas como te muestras en Instagram, entonces digamos que la conexión pasa de mensajes a la vida real, al menos a mí me paso que en Instagram era bonita y cuando llegue a salir con un chico, me sentí presionada por ser eso, por verme bien, por ser esa parte que mostraba yo, porque fue por lo que vio.

Entrevistadora: Ya para terminar, ¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia con Instagram, la danza?

Entrevistada: Pues es que siento que tanto en la danza como en Instagram están como tóxicos ¿Sabes? No me, ha pasado directamente, pero las funas, son algo que dices wao, a veces te dan risa, pero son algo que te destruye totalmente la reputación por ejemplo del baile, que ahorita ser profe es tener buenos números en Instagram, no solo bailar bien, porque hay personas que bailan muy bien y no tienen el suficiente reconocimiento por sus redes. Entonces eres un bailarín reconocido digamos y hasta que te hacen algo, algo mínimo, le dices que no a una chica, te agarrar de los pelos con otra porque te hizo algo y esa persona sabe cómo hablar y que subir te puede destruir. Conozco muchos maestros que dejaron de dar clases en estudios importantes porque, pues porque cometen errores, unos eran así como acosadores y otros eran así de le dije que no a esta chica y esta chica ya se sacó acá la historia y ya no tengo trabajo entonces literalmente siento que Instagram si

lo utilizas mal o en tu contra al menos en el baile te puede destruir, ósea a cerrar muchas puertas.

Entrevistadora: ¿Quisieras agregar algo más que no te haya preguntado?

Entrevistada: Pues esta es más como una opinión personal que forme con el pasar de los años porque no, cuando yo era chiquilla, que estaba en la secundaria lo que más este quería por el hecho de, factores externos era como encajar en algún lugar, siento que en esa parte en las redes o en cualquier parte, querer encajar. En algún punto les llega a afectar porque dejas de ser tu y te sientes algún vacío que busca llenar ese hueco y es feo porque llega un momento en el que te das cuenta y hay personas que no se dan cuenta y hay otras que no lo quieren ver, pero cuando se dan cuenta y lo quieren ver es como, un proceso muy pesado porque es una doble moral en donde sabes lo que está bien y lo que está mal y digamos que estás haciendo algo mal pero no puedes salir de ese lugar, siento que todo eso de Instagram, TikTok, todo eso es un arma de doble filo porque puedes estar alta o bajo y puede tener deterioros mentales. También siento que las personas han hecho de menos este tema, así como de ahí solo es Instagram que puede pasar, pero a esas personas les pasa o también en que quieren pasar tu persona por el número de seguidores que tengas o no se cuando vas a conocer a alguien, y tiene trece seguidores oh quinientos es así de sigue morras y ya de ahí no le vuelves a hablar. Entonces siento que más que estereotipos marcados de belleza hay estándares de personalidad, de cómo debes de ser de todo eso oh estándares muy difíciles de alcanzar. O te categorizan por lo que consumes y subas.

Entrevistadora: Sí, eso de los seguidores es como muy...

Entrevistada: Muy real. Oh luego lo mismo subes algo y está mal porque quieres subir algo y llamas la atención y si no subes nada para que tienes Instagram, nunca vas a tener contento con ninguna red social, pero bueno, cada bien.

Entrevistadora: Pues sí, cada quien, bueno eso sería todo, gracias.

