

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
FACULTAD DE SOCIEDAD, CULTURA Y CREATIVIDAD
GRUPO DE INVESTIGACIÓN CIUDADANÍAS, ACCIÓN SOCIAL Y DESARROLLO
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA VIRTUAL

TRABAJO DE GRADO

AUTOESTIMA Y USO DE INSTAGRAM. UNA ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN
PSICOSOCIAL PARA MUJERES JÓVENES

PRESENTA:

JULIANA AGUDELO RESTREPO 100215912

LAURA CAMILA FLOREZ CHAVERRA 100236577

LEIDY JOHANA VÉLEZ ORTIZ 100237222

PAOLA ROCÍO BOHÓRQUEZ PIEDRAHÍTA 100179742

VICTORIA EUGENIA ROJAS UPEGUI 100126624

SUPERVISOR:

YURY ESTEFANÍA PERDOMO JURADO. MGS.

BOGOTÁ, AGOSTO - DICIEMBRE DE 2024.

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Resumen | 3 |
| Introducción | 3 |
| Marco conceptual | 5 |
| Método | 10 |
| Participantes | 10 |
| Instrumentos | 11 |
| Consideraciones éticas | 11 |
| Resultados | 11 |
| Propuesta de intervención psicosocial..... | 21 |
| Referencias | 27 |
| Anexos..... | 31 |

Resumen

Las jóvenes colombianas son especialmente sensibles a los efectos causados por la constante comparación con otra vista en el uso desmedido de Instagram, esta comparación influye en la autoestima, y este problema se vincula al creciente 31% de jóvenes de esta población. Por tanto, se buscó comprender cómo el uso excesivo de la red afecta la autoestima y al profundizar en este tema, Por tal razón, el objetivo fue formular una estrategia de intervención psicosocial para la autoestima y para ello, se recurrió al uso de la entrevista semiestructurada como instrumento de recolección de datos. La muestra para este fin estuvo conformada por 5 jóvenes entre 18 y 25 años. Dentro de los resultados se encontró que las participantes consultan Instagram todos los días, buscan conectarse de manera diaria en sus espacios libres. Algunas experimentan afectaciones emocionales, como irritabilidad, tristeza y llanto por la influencia de terceros y también manifiestan que hay un impacto al comparar el contenido que observan con su realidad; esta comparación las lleva a la frustración e inestabilidad. Para trabajar en esta problemática se diseñó un plan de intervención psicosocial.

Palabras clave: autoestima, uso excesivo de Instagram, jóvenes, intervención psicosocial.

Introducción

De acuerdo con la Escuela de Administración de la Universidad el Rosario (2022), el uso cada vez más frecuente de las redes sociales entre mujeres de 18 a 25 años y su impacto en la autoestima es un tema importante para estudiar hoy en día, ya que estamos en una era digital donde precisamente las mujeres de este grupo de edad son especialmente sensibles a los efectos negativos que generan la constante comparación con otras personas que fomentan una imagen idealizada. De acuerdo a lo anterior, Reyes et al., (2021), encontraron que el 25% de las estudiantes jóvenes mexicanas dijeron sentirse insatisfechas con su cuerpo debido a las comparaciones que hacían en redes sociales y además una fuerte tendencia a desarrollar problemas de ansiedad y depresión.

Para Aucapiña y Campodónico (2024), hacer uso excesivo de las redes sociales está vinculado al creciente 31% de jóvenes que presentan problemas de autoestima, por esto es clave investigar esta población para entender cómo el uso excesivo de estas plataformas puede generar una percepción distorsionada de la autoimagen, lo que afecta la salud mental y el bienestar emocional de cualquier persona y para este caso el de las mujeres jóvenes.

En referencia a la baja autoestima por el uso excesivo de las redes sociales según Soria et al (2024), existe un 40,6% de la población con autoestima baja, el 27,1% con autoestima media y 32,2% con autoestima elevada, enfatizando en los problemas asociados a la apariencia en redes

sociales; ahora bien, de acuerdo con la Escuela de Administración de la Universidad el Rosario, (2022), hablando específicamente de la red social Instagram, se ha detectado que es una de las redes que más influye en la autoestima de las mujeres jóvenes, pues es la red que mayor consumo tiene entre los jóvenes y jóvenes adultos con un 54%, frente a un 29% de Tik Tok ocupando el segundo lugar.

Por otro lado, un estudio realizado en España mostró que el 94% de las mujeres de 18 a 25 años usan Instagram a diario, pasando en promedio 2.5 horas al día en la plataforma (Martínez-Sanz y González-Fernández, 2018); lo que indica que la sobreestimulación, es decir, el contacto constante con las redes hace que este grupo poblacional de mujeres estén expuestas a imágenes, videos y material que muestra una realidad distorsionada sobre el ideal de belleza. También una investigación con 300 universitarias en México, (Rodríguez-Hernández et al, 2020), reveló que el 68% de ellas notaron una baja en su autoestima después de usar Instagram por más de una hora al día. Finalmente, el estudio de López-Guimerà et al. (2021), descubrió que el 75% de las participantes admitieron compararse con otras mujeres en Instagram al menos una vez al día.

Justificación

La propuesta de intervención psicosocial está dirigida principalmente a las mujeres jóvenes entre los 18 a 25 años que experimentan una baja autoestima, esto debido al uso excesivo de Instagram. Este estudio busca comprender como el uso de este medio de información afecta la autoestima de las participantes (Reyes et al., 2021). Al realizar una profundización en estas dinámicas, se pretende abordar la manera más efectiva los desafíos a los que se enfrentan este grupo poblacional.

Se plantea también como este estudio se puede convertir como un recurso valioso para futuros psicólogos y profesionales de la salud mental, ya que, por medio de este proyecto se plantea una forma de ampliar los conocimientos y aplicar estrategias de desarrollo en sus prácticas clínicas, contribuyendo a un abordaje más efectivo de las problemáticas de la baja autoestima relacionada al uso de redes sociales.

Objetivo General

Diseñar una estrategia de intervención psicosocial para trabajar la autoestima en relación con el uso excesivo de Instagram en un grupo de mujeres colombianas entre 18 y 25 años.

Objetivos específicos

Identificar el grado de autoestima en relación al uso desmedido de Instagram en mujeres entre 18 y 25 años.

Describir las estrategias psicosociales más relevantes que mejoran la autoestima con relación al uso excesivo de Instagram de las mujeres jóvenes en Colombia.

Diseñar una propuesta de intervención psicosocial para trabajar la autoestima relacionada con el uso en exceso de Instagram en mujeres de edades entre 18 y 25 años.

Marco conceptual

Se ha planteado el estudio de la autoestima como un constructo comprendido en términos de una vida saludable y un balance en todas las áreas (Camacho-Santa Cruz y Vera-Ovelar, 2019).

Según Villalobos (2019), el término autoestima se refiere a la estimación propia y tiene que ver con la inclinación a percibirse o no de manera idónea para vivir y llenar cada expectativa en la vida; también implica la sensación de utilidad y de dignidad en diferentes entornos.

La autoestima resulta esencial en el progreso del ser y ocupa un lugar importante en las resoluciones diarias para la conservación (Villalobos, 2019), ésta comprende el área cognitiva con una apreciación subjetiva, el factor emocional que se refiere a cómo se aprecia el individuo, y su conducta en diferentes circunstancias la cual habla de la parte conductual (Collado et al., 2022), por otro lado, la autoestima contiene algunos componentes ocultos que pueden ser reconocidos como atributos aislados y en agrupación otorgan mayor sentido a la autoestima como un concepto conformado de varios elementos fundamentales como el reconocimiento, autoconocimiento y el autoconcepto (Branden, 1995).

Uno de estos elementos es la autoimagen que, de acuerdo con Alonso (2017), se refiere esencialmente a lo que un individuo observa sobre sí mismo, no teniendo que ser necesariamente conforme a lo que en verdad es. Por su parte Zeigler-hill (2013) indica que este término encierra la parte física, la ocupación y las características particulares de una persona.

Otro ingrediente es el autoconcepto entendido como la agrupación de lo que las personas creen y saben acerca de sus atributos propios; es una fabricación mental y tiene que ver con la

identidad que cada quien va cimentando a lo largo de su vida (Celada, 2013). Por otro lado, está la autoeficacia que comprende cómo el ser humano valora y establece juicios sobre sus propias competencias y restricciones (Prieto (2001), quién se contempla como alguien auto eficaz constantemente se adjudica metas mayores, es perseverante y se esfuerza más por conseguirlas. Por último, está el autor refuerzo dirigido a obtener afianzamiento personal por medio de premios, gratificaciones luego de haber emprendido alguna tarea (Villa, 2008).

Un aspecto que se ha vuelto viral, es el uso de la red social Instagram, llamada así por la unión de las palabras instantáneo y telegrama. Esta red es empleada especialmente por jóvenes para diferentes propósitos y busca simplificar y acelerar la comunicación entre las personas. Sus consumidores se conectan entre sí divulgando contenido, enviando mensajes y a través de pequeños dibujos que simbolizan estados de ánimo (Rivas-Herrero et al., (2021). De acuerdo con Bendayan y Blanca (2019), haciendo mención al uso excesivo de las redes sociales cuando un individuo toma parte de manera creciente en cualquier red social e incrementa su apego a la misma se conoce con el término de intrusión, haciendo alusión a que las ocupaciones cotidianas y los vínculos relacionales se ven suspendidos por la creación de un nuevo hábito de consumo desmesurado.

Aunque algunos estudios han descubierto que las razones de uso de Instagram tienen que ver con la duración de navegación en ella, no se conocen muchas investigaciones acerca de la magnitud con la que algunas personas hacen uso del Instagram. Por esta razón, la descripción del término intrusión puede ser importante para comprender las motivaciones personales que llevan a los jóvenes a sumergirse en esta comunidad en línea. (Orosa Duarte et al., 2019).

Para comprender una conducta en el sentido de la motivación se habla del porqué de la misma y este aspecto tiene una implicación de adaptación y de funcionalidad, es decir, debe existir una razón de profunda para la idea de un comportamiento específico, de la manera en que se genera y el escenario en el que sucede (Palmero 2005). El individuo selecciona la motivación que quiere saciar y también escoge las herramientas por medio de las cuales va a alcanzar su propósito; entonces aquí se puede hablar del nivel de motivación y hay algunos elementos que lo manifiestan, estos son la ocurrencia, la frecuencia, la intensidad y la duración.

La ocurrencia o la manifestación de un estímulo ya que necesita que este aparezca para que produzca la motivación y cuando el estímulo proviene de afuera se habla de un objetivo ya que al sujeto le interesa algún aspecto que llama su atención. La frecuencia indica la cantidad de

ocasiones en las que una persona empieza una acción para llegar a su propósito; entre mayor sea la frecuencia de acción de manera proporcional es el nivel de motivación. La intensidad hace referencia a la vehemencia con la que ejecuta la acción y la duración está relacionada con el lapso de tiempo empleado en la consecución de ese comportamiento (Palmero, 2005).

Marco teórico

En concordancia con esta idea, la teoría de la comparación social de Festinger (1954) explica que todo individuo establece comparaciones de él mismo con otras personas con el objetivo de evaluar su vida, y esto sucede de manera innata. Entonces, al conectarse a redes sociales como el Instagram esta necesidad de comparación se incrementa para crear una imagen falsa y mostrar a alguien imaginario pues en la virtualidad las personas no quieren verse disminuidas equiparando con los demás en sus actividades y su vida en general. Este pensamiento lleva al individuo al rechazo de su identidad real. Esto genera una posición de inferioridad o superioridad pues algunas personas consideran que hay algunos individuos no equiparables con los demás produciéndose una jerarquización de estados. Entonces, podemos comprender a través de esta tesis el comportamiento del ser humano en diferentes escenarios porque en las comparaciones está el origen de los datos valiosos acerca del ser. Según Festinger (1954) las personas suelen tener la inclinación por conseguir apreciaciones propias muy minuciosas y esto lo hacen valorando sus capacidades y criterio por medio de la comparación con sus semejantes pues se fían de estos datos obtenidos para ajustar su autoestima. En el mismo plano de estas conductas comparativas están los anhelos e ilusiones de las personas manifestadas en sus triunfos y derrotas.

Conforme a lo que explica Festinger (1954), esta comparación social se puede dar en tres rumbos, la ascendente, refiriéndose a que el individuo se equipara con otro que está en una posición más favorable en su vida y esto produce una sensación adversativa, frustrante y decepcionante; la descendente que habla de un comparación con alguien que se encuentra en una situación pésima y se generan emociones positivas y el sentirse confortado; y lateral, que implica la comparación con alguien parecido disminuyendo el desasosiego y la sensación de anomalía de la persona.

Marco empírico

Desarrollo de diferentes programas de intervención en la autoestima para ayudar a la población como es el caso de Salcedo Valdivia y Manrique Rios (2020), quienes, a partir de un estudio realizado, analizan el programa de arteterapia aplicado a adolescentes de una institución educativa del gobierno de Arequipa con un intento de mejorar la autoestima de los adolescentes. El programa diseñó diferentes actividades artísticas distribuidas en cuatro sesiones a la semana, con ejercicios artísticos como medida para la mejora de emociones relacionadas con la autoestima y la autovaloración. Fue evaluada su efectividad como programa de arte en relación con uno sin arte en un diseño experimental con grupo control y experimental. Sus hallazgos demostraron una mejora significativa en la autoestima en ambas muestras del programa, el grupo experimental obteniendo promedio de 19 puntos, sin embargo, no hay pruebas suficientemente confiables de que la arteterapia sea significativamente mejor en comparación con la intervención tradicional, por otro lado, el análisis de la autoestima en las áreas general, social, familiar y escolar, mostró que el programa de arteterapia incrementó significativamente tres de ellas, mientras que el programa sin arte solo presentó una mejora en la autoestima general, así mismo, el comportamiento del programa arteterapia mostró una mayor adaptabilidad que puede sugerir un mayor compromiso.

Por otro lado, un estudio realizado por (Arana Vicente (2020), se presenta en el artículo un proyecto de intervención grupal en el Centro de Salud Zaidín Sur con atención diversificada, tomando como base la teoría de la arteterapia, programa desarrollado específicamente para víctimas de violencia de género psicológica. En las estrategias desarrolladas se encuentra algunas como pintura, danza y musicoterapia, las cuales tienen como objetivo trabajar de forma directa la autoestima mediante este tipo de actividades creativas que permiten expresar diferentes emociones, sentimientos e invita a la reflexionar sobre temas relevantes como el autoconocimiento, la autopercepción y las opiniones personales de cada individuo para consigo mismo, además, crear un entorno seguro para la colaboración grupal y relaciones interpersonales que favorecen la estimulación de la empatía y respeto hacía el otro. Los resultados esperados es la elevación de la autoestima significativa y la disminución en ansiedad, por otro lado, también se esperaba mejorar la vida en general de las participantes. Finalmente se espera consolidar la arteterapia como herramienta en atención a la salud y al área social, por lo que el estudio también pretende demostrar su posible inclusión en programas más amplios.

Finalmente, tras revisar el estudio realizado por Bados & García (2010), La terapia cognitiva ha servido de gran ayuda en los tratamientos de baja autoestima teniendo en cuenta que el realizar una lista de cualidades y supuestos, permiten una reestructuración verbal, logrando establecer estrategias de afrontamiento mediante experimentos conductuales; adicionalmente el estudio de Franco (2021), podemos observar que las estrategias más relevantes de intervención se centraron en el uso de expresiones artísticas y culturales como medios para potencializar la identidad y metas de vida de los jóvenes en Bucaramanga. De manera general fue planteado un conjunto de tres actividades: primera, actividad denominada "Colcha de pedazos", que consistía en una evaluación diagnóstica de 45 minutos utilizando pinturas para expresar ideas acerca del proyecto de vida. Segunda: la creación de esculturas corporales durante un periodo de 90 minutos enfocadas en la identidad personal. y por último la organización del proyecto de vida a través de ejercicios que incluyen preguntas orientativas sobre metas y valores personales. El estudio no detalla los resultados obtenidos en la aplicación práctica, ya que estas actividades fueron propuestas como una continuación a la investigación previamente realizada. Además, se planteó la idea de formar un conjunto de bailes para seguir de cerca el desarrollo identitario a medio y largo plazo desde una perspectiva cultural.

Siguiendo con nuestros estudios, analizamos que las campañas sociales se basan en un mensaje persuasivo que tiene como objetivo cambiar las actitudes y conductas negativas hacia determinados comportamientos de riesgo difundido a través de los medios de comunicación y las redes sociales (Gountas et al., 2019). El análisis de los factores que influyen en la eficacia de las campañas de publicidad social señala que el tipo de encuadre de los mensajes publicitarios (pérdida y ganancia) juega un papel relevante en el impacto que genera en los receptores (Carfora y Catellani, 2021). Además, la revisión de la literatura muestra el interés de los investigadores por identificar el impacto en la respuesta emocional negativa de los sujetos (Poels y Dewitte, 2019). La mayoría de los estudios que evalúan el impacto de las campañas publicitarias aplican una mezcla de métodos de investigación cualitativos y cuantitativos basados en medidas declarativas de las personas. Sin embargo, este tipo de métodos sustentados en las declaraciones conscientes presenta diferentes limitaciones originadas en sesgos relacionados con la deseabilidad social y las barreras cognitivas (Poels y Dewitte, 2006). Con el objetivo de superar las restricciones de las técnicas tradicionales, la neurociencia del consumidor surge como una disciplina innovadora que facilita la comprensión de los procesos cognitivos y afectivos de los

consumidores a través del uso de herramientas neurofisiológicas, permitiendo reducir conductas que afectan la salud y bienestar de las personas (Gountas et al., 2019).

También en la investigación realizada por Moral-García y su equipo en 2021, de una revisión de cómo la autoestima se relaciona a la participación en actividades físicas o deportivas en adolescentes; discriminando entre aquellos que practicaban deportes en grupo o individualmente y aquellos que no realizaban actividad física. Los resultados de la intervención de 16 semanas, demostraron que los adolescentes que practicaban alguna actividad física presentaban niveles más altos de autoestima y también se pudo observar que entre quienes practicaban deportes colectivos la autoestima tenía una mejora en la autoestima de manera más notable. Por otro lado, de esto se observó que el género jugó un papel determinante con una autoestima más alta en los hombres que en las mujeres; en cambio la edad no mostró un impacto significativo en la autoestima.

Siguiendo la línea anterior, en el trabajo de investigación realizado por Chacón-Borrego et al., (2022), se examina la estructura bidimensional de la Escala de Autoestima de Rosenberg en jóvenes y analiza su vínculo con la actividad física. Mediante un análisis factorial se determinó que la escala constaba de dos espectros bien definidos: autoestima positiva y autoestima negativa. Así mismo se descubrió que la realización de actividad física está estrechamente relacionada a una mayor autoestima positiva; sin embargo, no se encontró una asociación significativa ni a la autoestima global ni a la negativa. Los hallazgos indican que los jóvenes que practican actividad física suelen mostrar niveles superiores de autoestima positiva en comparación a aquellos que son sedentarios (Chacón-Borrego et al., 2022).

Método

Participantes

Para la muestra se hizo un muestreo no probabilístico por conveniencia conformado por 5 mujeres jóvenes colombianas con una media de 23 años, residentes, en su mayoría, en la ciudad de Bogotá, pertenecientes a los estratos del 1 al 3, donde predomina el estrato social 2, que académicamente cuentan con un nivel de estudio de bachiller y que hacen uso de la red social Instagram hace más de 2 años.

Instrumentos

El instrumento usado fue la entrevista semiestructurada a profundidad, donde según Sueiro y De la Torre, (2008) define la entrevista semiestructurada como un proceso de conversación e intercambio de palabras con otra persona, la cual cuenta con un orden o secuencia lógica y que si bien mantiene uniformidad, coherencia y sentido, también es flexible al momento de incluir más preguntas o dar un rumbo diferente a la entrevista conforme la narrativa del paciente, lo cual posibilita obtener mayor información sobre las experiencias, percepciones y significados que los entrevistados atribuyen a su vida y entorno. Esta entrevista semiestructurada fue diseñada para medir la autoestima e incluyó 25 preguntas abiertas distribuidas en dos categorías que son el uso excesivo de Instagram y la autoestima con la que se pretendió indagar e identificar el nivel de autoestima de las participantes (ver anexo 1).

Consideraciones éticas

En el presente estudio social se salvaguardan y protegen los derechos y la integridad de los participantes a la luz de la normatividad vigente en Colombia. La Resolución 8430 de 1993 la cual rige la investigación con humanos (Ministerio de Salud [MS], 1993) garantiza que no se pone en riesgo a ninguno de los participantes, teniendo en cuenta que se está aplicando todo el rigor científico y ético pertinente. La ley 1581 del 2012 del Habeas Data y el decreto 1377 del 2013 considera el derecho de cada participante a conocer, actualizar y corregir la información personal derivada de dicha investigación; y la ley 1090 del 2006 la cual rige el quehacer del psicólogo haciendo uso de elementos como el consentimiento informado (ver anexo 2) que garantiza la libertad y la claridad de la información para hacer parte de la investigación social (Ministerio de Educación [MEN], 2020).

Resultados

Descripción del problema o necesidad diagnosticada

A continuación, se presentan los hallazgos del proceso de diagnóstico hecho por medio de la entrevista a profundidad semiestructurada (**ver anexo 1**) que tuvo lugar en noviembre del 2024 y en la cual participaron 5 mujeres jóvenes (M=23) de Bogotá y Medellín, a quienes se les respetaron sus derechos como participantes, teniendo en cuenta todas las consideraciones éticas establecidas a través del uso del consentimiento informado (**ver anexo 2**). Esta descripción se

organizó por categorías que fueron analizadas e interpretadas bajo la estrategia de categorización axial deductiva a la vista de los objetivos (**ver adjunto 1**).

Consumo excesivo de Instagram

Las jóvenes indican que llevan usando Instagram en promedio 6 años *"Yo creo, pues más o menos recuerdo que lo creé ya estando en el colegio por ahí cuando estaba en sexto, entonces yo creo que tendría unos 12 años, entonces yo creo que por ahí unos 12 años llevo utilizándolo."* (M24).

Las participantes indican que consultan Instagram todos los días. Ellas también aseguran usar la red social todo el día, en el transcurso que van realizando sus actividades diarias. De las 24 horas del día, ellas pueden pasar un promedio de 6 horas en línea (M25) *"Usualmente estoy todo el día, "apenas me despierto en la tarde en la noche antes de irme a dormir en todo momento lo estoy mirando ... siempre estoy con el celular y como es la realmente la red que más uso como el 90%"* (M25-1).

Ellas encuentran diversión, entretenimiento e instrucción e incluso material motivacional *"Pues como te he contado anteriormente soy fotógrafa y pues lo utilizo para ver referentes, pero pues también lo utilizo en mis momentos de ocio como para ver o consumir reels, cosas que me hagan reír, también soy, ehh Me gusta consumir mucho contenido fitness, entonces como que de ahí saco mis rutinas para el gimnasio. O sea, como temas que tienen que ver con mi carrera y temas en el tema de fitness."* (M24-5).

Con el paso del tiempo 3 de las participantes aseguran haber incrementado el consumo de Instagram de acuerdo a los intereses de consumo. Algunas de ellas afirman tener un sentido de responsabilidad y de establecimiento de rutinas para no resultar absorbida por el Instagram; aunque el mantenerse despierta en la noche ha causado que las participantes tengan alteraciones en los hábitos de sueño y disminución de la calidad de este. Una de ellas manifiesta hasta el momento no haber trastocado las rutinas de alimentación *"siempre trato como de llevar una rutina como para que no me absorba eso es normal que una persona video tras video tras video y un minutico más otro vídeo"* (M25-1).

Algunas participantes hablan de diferentes cualidades acerca de si mismas. Ellas manifiestan que hay un impacto al comparar el contenido que observan con su realidad. La comparación las lleva a sentirse frustradas e inestables y esto afecta su estado de ánimo. Una de

ellas tiene la sensación de que Instagram le aporta cosas positivas. Por otro lado, ellas dicen no tener las oportunidades que otros tienen y esto les hace sentir envidia; en muchas ocasiones sufren estrés e incomodidad. Al compararse con otros que están en una situación menos favorable hace que una de ellas se sienta confortada "Sí, mucho. Digamos hay muchas personas, ahorita ... no sé personas jóvenes que tuvieron hijos ... que tengan no sé 18 años. Y esas chicas, pues ya tienen como más avanzada su vida, ya viven solas, ya tienen su carrera, ya tienen como muy establecido todo y en cuanto a mí, pues no osea, digo como tratando de sobresalir de todo eso también ...y mientras a uno, a uno le sigue costando" (M25-1).

El análisis de esta categoría se muestra en la siguiente tabla

Tabla 1.

Subcategorías de exceso de consumo de Instagram y respuestas

| Categoría | Subcategoría | Frases codificadas |
|--|--------------|---|
| <p>Consumo excesivo de Instagram</p> <p>Hablando del nivel de motivación para una conducta y hay algunos elementos que lo manifiestan. Estos son: la ocurrencia o la manifestación de un estímulo pues se necesita que este aparezca para que produzca la motivación y cuando el estímulo proviene de afuera se habla de un objetivo ya que al sujeto le interesa algún aspecto de este. La frecuencia indica la cantidad de ocasiones en las que una persona empieza una acción para llegar a su propósito; entre mayor sea la frecuencia de acción de manera proporcional es el nivel de motivación; la intensidad hace referencia a vehemencia con la que ejecuta la acción y la duración está relacionada con el intervalo que emplea a la consecución de ese</p> | Duración | <ol style="list-style-type: none"> (M25) "Yo creo que alrededor de 10 años, como desde el 2014". (M18) "Como 6 años" (M25) "La verdad hace muy poco tengo Instagram, por lo menos 3 años" (M24)"(...) por lo menos unos 2 años llevo. (M24) "(...) yo creo que por ahí unos 12 años llevo utilizándolo." |
| | Frecuencia | <ol style="list-style-type: none"> (M25) "Todos los días, de lunes a domingo." (M18) "Podría ocuparlo más de 3 horas perfectamente (...) (M25) "(...) en mi zona de trabajo, requiero estar conectada todos los días" (M24)"(...)Yo creo que todos los días, (...) (M24) "(...) diario todos los días entro a la aplicación." |
| | Ocurrencia | <ol style="list-style-type: none"> (M25) "Usualmente estoy todo el día, "apenas me despierto en la tarde en la noche antes de irme a dormir en todo momento lo estoy mirando ... siempre estoy con el celular y como es la realmente la red que más uso como el 90%" (M18) "(...) en mis momentos libres o cuando estoy como distraída o eso, tiendo a pasar mucho tiempo en redes, (...) (M25) "La uso todo el tiempo, mientras estoy trabajando entre un médico y otro y también en las noches" (M24) "Pues cuando salgo a desayunar o cuando voy al baño, (...) cuando ya finalizo pues mi turno que voy de camino a casa, todo ese tiempo (...) "Cuando tengo espacios en los que no estoy haciendo nada (...) creo que en diferentes horas o tiempos del día." (M25) "Yo creo que alrededor de no sé 5 a 8 horas 8". (M18) "Más de 6 horas, podría ser" (M25) "Entre 6 y 7 horas" (M24) "(...) con el almuerzo, (...) usted sabe que normalmente los seres humanos hoy en día todo lo que hacemos tenemos que estar pegados al teléfono, (...) Yo creo que en la noche es uno de los tiempos que yo más utilizo Instagram, (...) (M24) "(...) no de corrido, pero (...) yo creo que unas 4 o 5 horas." |

comportamiento.
(Palmero, 2005).

5. (M24) "(...) en mis momentos de ocio como para ver o consumir reels, cosas que me hagan reír, (...) temas que tienen que ver con mi carrera y temas en el tema de fitness."

1. (M25) "más que gracioso, suelo ver de cine, de arte, de pintura. (...) fotos como de todo (...)
2. (M18) "De todo, (...) gimnasio, de dibujo, de motos, (...) tutoriales para tejer, (...) cosas de flores
3. (M25) "Para consumo personal lo que más veo son recetas de cocina y comida, restaurantes, hoteles (...)
4. (M24) "(...) videos referentes como a las tristezas, a la depresión (...) diseño de uñas, (...) videos como de resiliencia, (...) espirituales, como a nivel social, (...)
5. (M24) "(...) videos que uno ve para reír, (...) memes reels chistosos es como para matar el tiempo, (...) contenido de moda, (...)"

Intensidad

1. (M25) "Tengo dos momentos que serían como, como al inicio de levantarme siempre, siempre lo voy a ver y antes de acostarme... pero en la mañana y en la noche siempre es fijo que lo voy a ver".
2. (M18) "En la noche" 3. (M25) En el transcurso del día, mientras estoy trabajando ya que trabajo con el celu en la mano todo el día y pues se me va la mano para el insta jaja si me distrae mucho" 4. (M24) "¿Cuál es el momento del día en que más me conecto a Instagram? Así como lo dije anteriormente, cuando tengo mi tiempo libre, otra cosa, cuando vengo de camino para el trabajo, yo puedo venir en el metro, puedo venir en el bus y yo estoy mirando mis redes sociales, mis redes sociales, creo que yo no sabía que Instagram era tan bueno, porque yo primero no utilizaba Instagram, sino que yo veía que todo el mundo hablaba pues como el Instagram, que en Instagram eso, que en Instagram aquello, que mira las fotos que uno se toma en Instagram, que mira lo que uno hace en Instagram, que en Instagram las conversaciones son más seguras, que en Instagram las fotos son más seguras, porque usted las puede enviar para ver una vez, que sí, que no, que para qué, quién, en el chat, entonces todas esas cositas que uno va escuchando se van volviendo como llamativas, como que llaman la atención, como que llaman la atención, y yo lo descargué, sí, pero yo no usaba Instagram, pero la verdad, aprovecho también cuando vengo en el metro, así camino hacia mi trabajo, también lo utilizo, pero en el día, en el día es más poco lo que utilizo que en la noche, de verdad lo utilizo más en la noche, en la noche sí lo utilizo mucho. "

5. (M24) "Yo creo que, en las noches, cuando ya estoy como próxima ahhhh, pues como acostarme, pues que ya no tengo nada que hacer y ya me he librado como de todas mis responsabilidades del día, como que si ahí es donde me más tiempo invierto en Instagram y pues ahora que lo estamos conversando me doy cuenta que de las horas que ahora te decía en la noche es bastante tiempo."

1. (M25) "No de hecho creo que siempre he mantenido como el uso. (...)"

2. (M18) "No"

3. (M25) "Si la verdad cada vez lo uso más porque (...) sabe a dónde llevarme y que paginas traerme"

4. M24) "Sí, (...) ha incrementado muchísimo, (...)"

5. (M24) "En los últimos años yo creo que sí. (...)"

1. (M25) "No, siempre trato como de llevar una rutina como para que no me absorba (...) una persona video tras video tras video y un minutico más otro video".

2. (M18) "No, soy muy responsable" 3. (M25) "(...) no, pero a veces si hace que coja el día para salir de la casa o hace que me duerma tarde cuando se que tengo que madrugar"

4. (M24) "(...) me quedé en el baño (...) pegada pues mirando (...) me cogió la tarde, tenía que entregar un informe (...) tenía que ir a una cita y por estar pegada (...) no fui a la cita, (...)"

5. (M24) "No, la verdad es que diría que no."

1. (M25) "De pronto dormir digamos en las noches (...) pasas video tras video tras video (...) se te quita el sueño (...) que haya dejado dormir por ahí 2 horas (...) me haya quedado hasta la 1".

2. (M18) "En las noches casi no duermo por estar en línea" 3. (M25) "Si, me he dormido muy tarde por estar viendo cosas"

4. (M24) "Sí, claro, (...) sí me he pegado muchas desveladas, (...) he tenido (...) que"

levantarme a las 4 de la mañana (...) y son las 2 y media de la mañana y yo todavía despierta mirando videos, (...) siempre he tenido por ahí mis distracciones por estar pegada (...).

5. (M24) "Yo creería que no (...) quizás podría tener más horas de sueño si no estuviera conectada tanto tiempo en la noche (...)"

Nota: La codificación para los participantes tiene el siguiente patrón: M: Mujer y edad y cuando contiene guion, número de entrevista.

Fuente: Elaboración propia

Autoestima

Algunas participantes manifiestan ser carismáticas y alegres "*Bueno creo que mi carisma y alegría*" (M25). Por otro lado, algunas hablan de diferentes cualidades acerca de sí mismas como la creatividad, responsabilidad, con un pensamiento empático, con capacidad de gestionar tareas, como una persona comprensiva, proactiva, tranquila, resolutiva pero con una percepción de inseguridad, de baja autoestima y de incapacidad de reconocerse así misma por lo que es "*soy muy empática, (...) soy una persona demasiado expresiva, soy muy cariñosa, me gusta escuchar mucho, (...) inteligente, amo la capacidad que tengo de hacer las cosas (...) a veces le cuesta trabajo a uno como darse de cuenta la clase de persona que uno es, (...) es difícil cuando uno tiene autoestima baja, (...) de autoestima baja*" (M24).

Las participantes manifiestan que hay un impacto al comparar el contenido que observan y su realidad. La comparación lleva a las jóvenes a sentirse frustradas e inestables económicamente y en la consecución de sus objetivos; esto afecta su estado de ánimo "*hay muchas personas que utilizan esta red para mostrar solo cosas buenas como de sí mismos (...) pero hay veces que tú no estás como en esa misma estabilidad. Y no puedes hacer ese tipo de cosas, entonces como que a veces te hace sentir un poco mal mal como el que tú tampoco puedes subir como que te compraste algo porque no tienes el dinero o cosas así... hay muchas chicas que suben como su apariencia foto de su apariencia únicamente como su carita y así cómo es su perfil (...) yo porque no lo tengo así o por qué no se me arregla a mí también (...) a veces como que empieza a salir esa comparación con otras personas; que suban fotos de no ya estoy viviendo sola a mis 19 años, cuando tú realmente todavía vives en la casa de tus papás o cosas así, por más que uno diga no eso me da igual, a veces en el fondo, sí como que te sientes mal por no ser o tener como la misma no sé energía (...) entonces si a veces uno se siente como como un poquito menos, como no tener estas mismas personalidades que te ayudan a sobresalir como los*

demás" (M25). Por otro lado, una de ellas tiene la sensación de que la red social está aportando cosas positivas a su vida y también las ha llevado a establecerse nuevas metas "me ha ayudado muchísimo en todos los sentidos, es más, yo le recomiendo a la gente que utilice Instagram, no utilicen solamente las redes (...) las redes sociales la verdad dan cosas súper buenas " (M24).

Dos de las participantes coinciden en valorar la creatividad como un aspecto relevante *"ser una persona creativa, eso es lo que más me gusta de mí" (M24). Sin embargo, algunas de ellas hacen énfasis en diversos rasgos de su personalidad como responsabilidad, esfuerzo, serenidad, empuje, extroversión, firmeza, alegría; y de sus relaciones con otros como empatía, altruismo y cordialidad "les gusta compartir conmigo por mi forma de ser, por lo que yo transmito, que las personas con las que no, pero entonces yo personalmente me considero una persona súper bien, o sea, muy chévere, muy, soy muy extrovertida, muy alegre, no, me gusta mucho pues, no, me gusta reír a carcajadas, porque eso sí tengo, me río súper a carcajadas, no, la verdad, yo tengo muchas cosas buenas, personalmente tengo muchas cosas buenas" (M24).*

En contraste, los sentimientos de envidia que experimentan las jóvenes las llevan a sentirse frustradas *"Sí, mucho. Digamos hay muchas personas, ahorita ... no sé personas jóvenes que tuvieron hijos ... que tengan no sé 18 años. Y esas chicas, pues ya tienen como más avanzada su vida, ya viven solas, ya tienen su carrera, ya tienen como muy establecido todo y en cuanto a mí, pues no osea, digo como tratando de sobresalir de todo eso también ...y mientras a uno, a uno le sigue costando" (M25). Adicional a esto, algunas de las participantes manifiestan una comparación con otros que están en una situación menos favorable que ellas y el deseo positivo de estar en la situación de otros, esto hace que ellas se sientan confortadas "de alguna forma sí, porque veo lo que hacen y yo por algún motivo no puedo aunque de alguna manera también veo por ejemplo en compañeras del colegio que hoy en día comentan mis estados y mis fotos con deseo de hacer lo que yo esté haciendo" (M25-3).*

Dos de ellas se definen como personas con resistencia *"creo que yo soy una mujer si me definen una sola palabra soy una mujer fuerte fuerte (...) en un momento pues me tocó solita (...) yo creo que yo me considero una persona fuerte (...) a veces uno siente que el mundo se le cierra que todo se le viene encima que todo se le junta que tú no pueden que todo es difícil (...) pero entonces si algo he aprendido yo es que los momentos en la vida más que todos los los difíciles son momentos pasajeros entonces de ti depende cuánto duran esos momentos (...) hoy me siento*

triste (...) ya mañana va a estar super bien y eso entonces me considero una persona súper fuerte (...) me creó una persona súper fuerte y capaz como de muchas cosas"(M24-4). Por otra parte, la tranquilidad, responsabilidad, independencia, resiliencia y aceptación son rasgos personales que al ser reconocidos promueven el aprendizaje del afecto propio y los deseos de realización *"siento que soy una persona muy tranquila... me gusta hacer muchas cosas de arte y quiero aprender muchísimas cosas de arte de música, incluso me gustaría poder enseñar arte no sé algo de arte me gustaría poder enseñar"*(M25).

El deseo de algunas de estas jóvenes de complacer a personas por quienes se siente afecto hace que haya un pensamiento dividido porque por otro lado se experimenta satisfacción personal *"No, pero siempre estás como pensando de pronto no mis papás esperan esto de mí o estas personas esperan esto de mí y aunque no los quieras como complacer, siempre esto como eso ... con los amigos siento que no es algo que, no es necesario complacer a nadie realmente"* (M25). También algunas de las participantes jóvenes experimentan presión de la sociedad y el deseo de reconocimiento causando dependencia y sometimiento hacia otros *"Pues siempre hay presión por complacer, mis padres siempre están esperando algo de mí, mi novio y hasta yo misma porque la sociedad lo exige"* (M25-3).

Las jóvenes experimentan afectación emocional y física a causa de la alta influencia de otros *"no sé mi mamá hace un comentario sobre mí, si siento que de pronto influye, pues si llega a influir bastante...que hagan un comentario de ese tipo (...) si llega como a cómo dañar una parte de uno mismo... Digamos que hicieran un comentario (...) sobre tu aspecto físico, yo siento que sería pues feo (...) va a afectar mucho como (...) los sentimientos de la persona (...) yo siento que más afectaría como un comentario de un familiar o una persona que ya sea como tu mejor amiga de toda la vida"*(M25). Sin embargo, una de ellas asegura ser poco influenciada por los demás *"Yo diría que muy poco, o sea, sé lo que tengo, sé lo que soy capaz, sé hasta dónde puedo llegar y, pues lo que piense la otra gente de mí, pues es tema de ellos no mío"* (M24-5).

Ellas muestran gran interés por la apariencia física *"los vídeos que te digo que me salen como del gimnasio de entrenar y eso pueden afectar un poco porque pues son cosas que en serio quería lograr en su momento aún quiero lograrlo"* (M18). Por otro lado, el contenido educativo, catastrófico y espiritual es de mayor interés en algunas de las jóvenes *"Pues como un impacto*

fuerte todo lo que tiene que ver con accidentes, me parece terrible eso no soy capaz de verlo, o cuando es contenido de maltrato animal " (M25-3)

Algunas participantes se definen como personas con resistencia. Otras, reconocen algunas cualidades personales que las estimulan al afecto propio y a tener deseos de realización. El deseo de complacer a otros hace que haya un pensamiento dividido porque las participantes también experimentan satisfacción personal. Algunas experimentan afectación emocional y física por la influencia de terceros *"no sé mi mamá hace un comentario sobre mí, si siento que de pronto influye, pues si llega a influir bastante...que hagan un comentario de ese tipo (...) si llega como a cómo dañar una parte de uno mismo... Digamos que hicieran un comentario (...) sobre tu aspecto físico, yo siento que sería pues feo (...) va a afectar mucho como el, como los sentimientos de la persona (...) yo siento que más afectaría como un comentario de un familiar o una persona que ya sea como tu mejor amiga de toda la vida"*(M25-1).

Las jóvenes muestran gran interés por la apariencia física; por otro lado, el contenido educativo, catastrófico y espiritual es de mayor interés en alguna. Ellas se sienten capaces, fuertes y decididas, aunque algunas les falta voluntad para afrontar situaciones difíciles. Consideran que han fracasado varias veces pero lo ven como un aprendizaje, aunque no todas coinciden con esta idea *"de ser capaz si soy capaz pero pues a veces si es como, es difícil, digamos hay un momento en el que tú dices, ya estoy cansada hoy no quiero, hoy no quiero afrontar nada hoy solo quiero estar o sea acostado o viendo una película porque estoy de pronto ya muy cansada mentalmente y digo hoy no quiero, de pronto mañana sí o de pronto pasado mañana lo voy a intentar por mucho tiempo, o quizás no o quizás sí, es depende del día; todo es mentalmente decidir, hoy si quiero o mañana no, o hoy no quiero y mañana si"* (M25-1).

Las jóvenes aseguran haber tenido logros en varios aspectos de su vida, y que un logro se cumple con el solo hecho de realizar cosas. En su mayoría atribuyen sus logros a sí mismas y a buscar ayuda de terceros. Ellas reconocen sus méritos por sus competencias propias y sentido de responsabilidad familiar, pero, por otro lado, una de ellas se siente insuficiente para recibir méritos. *"A ser constante a tener paciencia y también pues obviamente a la ayuda de otras personas de pronto de tu familia que te ayuden como con tus cosas"*(M25-1).

Tabla 2.

Subcategorías de autoestima y respuestas

| Categoría | Subcategoría | Frases codificadas |
|---|--------------|--|
| <p>Auto estima</p> <p>Uno de los componentes de la autoestima es la autoimagen que, de acuerdo con Alonso, (2017) se refiere esencialmente a lo que un individuo observa sobre sí mismo, no teniendo que ser necesariamente conforme a lo que en verdad es. Por su parte Zeigler-hill (2013) indica que este término encierra la parte física, la ocupación y las características particulares de una persona.</p> <p>Otro ingrediente es el autoconcepto entendido como la agrupación de lo que las personas creen y saben acerca de sus atributos propios; es una fabricación mental y tiene que ver con la identidad que cada quien va cimentando a lo largo de su vida (Celada, 2013). Por otro lado, está la autoeficacia que según Prieto (2001) comprende cómo el ser humano valora y establece juicios sobre sus propias competencias y restricciones; quién se contempla como alguien auto eficaz constantemente se adjudica metas mayores, es perseverante y se esfuerza más por</p> | Autoimagen | <p>1. (M25) "Siento que la creatividad. Eso eso me gusta mucho y no sé, eso me ayuda como a no tener malos sentimientos hacia mí...y dicen como eres muy creativa te gusta hacer esto".</p> <p>2. (M18) " lo responsable que puedo ser, a veces, valoro mucho como que tiendo a esforzarme mucho en las cosas que hago"</p> <p>3. (M25) "Bueno creo que mi carisma y alegría"</p> <p>4. (M24) "... yo siempre voy a tener como ese espacio o como esa fuerza de sacarle una sonrisa a alguien, (...) soy muy empática, me gusta mucho pensar en los demás, (...) soy una persona muy ajena a lo injusto (...) yo amo a mí como ese carisma, (...) soy una persona demasiado expresiva, soy muy cariñosa, (...) me gusta compartir, no, (...) me considero una persona inteligente, amo la capacidad que tengo de hacer las cosas, (...) a veces le cuesta trabajo a uno como darse de cuenta la clase de persona que uno es (...) autoestima baja, (...) inseguridad a mí misma (...) uno va aprendiendo a verse muchas cosas en uno.</p> <p>5. (M24) "Ser una persona tranquila, eso me caracteriza mucho y siento que es algo que me gusta mucho de mí.</p> <p>Como una persona que no le gusta los conflictos, que siempre encuentre eh... la forma como más, <u>valga la redundancia, tranquila de solucionar mis mis problemas.</u>"</p> <hr/> <p>1. (M25) "... hay veces que tú no estás como en esa misma estabilidad. Y no puedes hacer ese tipo de cosas, entonces como que te a veces te hace sentir un poco mal mal como el que tú tampoco puedas subir como que te compraste algo porque no tienes el dinero o cosas así (...) yo porque no lo tengo así o porqué no se me arregla a mí también. Entonces si a veces como que empieza a salir esa comparación con otras personas; que suban fotos de no ya estoy viviendo sola (...) cuando tú realmente todavía vives en la casa de tus papás (...) sí como que te sientes mal por no ser o tener como la misma (...) entonces si a veces uno se siente como como un poquito menos, como no tener estas mismas personalidades.</p> <p>2. (M18) "yo creía que espero tener esos resultados, (...) decirme a mí misma en serio quiero hacer eso en serio quiero lograr esos resultados"</p> <p>3. (M25) " a veces si es frustrante ver tantos lugares por conocer (...) no tener el dinero (...) si me hace pensar que lo que tengo es poco o no es suficiente.</p> <p>4. (M24) "a veces hay contenido del que uno ve que le pega a uno como durito, (...) pero sí me ha ayudado muchísimo en todos los sentidos (...)</p> <p>5. (M24) " (...) soy una persona que sigue mucho el tema fitness, (...) ves contenido y personas que tienen (...) un cuerpo inalcanzable, (...) en algún punto si me di muy duro porque yo no podía tener esos resultados. Como frustración del hecho de ir al gimnasio todos los días y no tener los resultados <u>que quería (...) sí te desanima un montón (...)</u></p> <hr/> <p>1. (M25) "soy una persona amable, (...) compasiva (...) muy paciente (...)</p> <p>2. (M18) "(...) responsable que puedo ser, (...) tiendo a esforzarme mucho en las cosas que hago, (...) lo mucho que me preocupa que las demás personas estén bien, (...) mi creatividad (...)</p> <p>3. (M25) " Mi energía, mis ganas de salir adelante y el esfuerzo y amor que pongo en lo que hago"</p> <p>4. (M24) "(...) puedo estar un momentico triste, pero (...) en un segundito (...) puedo estar súper bien, (...) yo soy muy bien la verdad, (...) yo pego súper bien con las personas (...) les gusta compartir conmigo por mi forma de ser, (...) muy chévere, muy, soy muy extrovertida, muy alegre (...)</p> <p>5 (M24) "Ser una persona con carácter y ser una persona creativa, (...) con calma, claramente aún trabajo en la forma en que resuelvo o me tomo algunas cosas o problemas."</p> <p>1. (M25) "Sí, (...) las redes sociales te ayudan mucho en este tema (...) dice como porque no he llegado también a este nivel (...) entonces sí llega a existir una comparación (...) sí, sí, lo piensas"</p> <p>2. (M18) "más que compararme (...) me gusta pensar en que algún día yo voy a poder hacer esas cosas, (...) me salen en redes (...) personas haciendo esas cosas (...) en serio espero algún día poder hacer esas cosas, (...)</p> <p>3. (M25) "No tanto compararme (...) mas bien es como ese deseo de ser o tener lo que veo en el otro y yo no tengo.</p> <p>4. (M24) "(...) tú sientes como ganas de ser la otra persona, (...) digo, ay, qué rico, también poder ir, también pasar por ese momento, (...)</p> <p>5. (M24) "En algunas ocasiones, (...) creo que sí es inevitable (...) la gente todo el tiempo está subiendo (...) vidas perfectas (...) empiezas a decir ¿por qué yo no tengo esto, por qué yo no puedo hacer esto o por qué a mí no me pasa esto, entonces, sí, claro, en algún punto me he llegado a</p> |

conseguirlas. Por último, está el autor refuerzo dirigido a obtener afianzamiento personal por medio de premios, gratificaciones luego de haber emprendido alguna tarea (Villa, 2008).

comparar. (...) cuando inicié en este tema del ejercicio sí me generaba bastante estrés el no lograr ese cuerpo perfecto que veía en redes, (...) sí me llegaba a fastidiar mucho con mi cuerpo y apariencia, (...)

1. (M25) "Sí, mucho. (...) en cuanto a mí, (...) tratando de sobresalir de todo eso (...) y mientras a uno, a uno le sigue costando".
 2. (M18) "(...) creía que espero tener esos resultados, (...) decirme a mí misma en serio quiero hacer eso (...) lograr esos resultados, (...) es muy frustrante (...) saber que no lo estoy logrando (...)
 3. (M25) "De alguna forma si, porque veo lo que hacen y yo por algun motivo no puedo aunque (...) compañeras (...) comentan mis estados y mis fotos con deseo de hacer lo que yo este haciendo.
 4. (M24) "(...) sí, (...) yo digo ay qué rico yo también poder estar allá me gustaría estar allá (...) qué rico yo poder (...) estar haciendo lo que me gusta (...) manera positiva (...)
 - 5 (M24) "Sí, claro, eso es es creo que sí es inevitable (...) tú empiezas a decir ¿por qué yo no tengo esto, por qué yo no puedo hacer esto o por qué a mí no me pasa esto, (...)me he llegado a comparar.
1. (M25) "siento que soy una persona muy tranquila... me gusta hacer muchas cosas de arte y quiero aprender muchísimas cosas (...) me gustaría poder enseñar (...)
2. (M18) "responsable"
 3. (M25) Me considero una guerrera, siempre he sido muy independiente y eso me gusta de mi"
 4. (M24)"(...) una mujer fuerte fuerte (...) súper fuerte (...)
 5. (M24) "Una persona que tiene sus valores definidos (...) no me afecta mucho las opiniones de los demás (...) he aprendido a quererme (...) y a valorarme (...)
1. (M25) "No, pero siempre estás como pensando de pronto no mis papás esperan esto de mí o estas personas (...) con los amigos siento que (...) no es necesario complacer a nadie realmente".
2. (M18) "Tal vez a mi familia (...) quiero que ellas estén complacidas (...) me gustaría lograr el reconocimiento (...) ser conocida en el mundo del arte (...)
3. (M25) "Pues siempre hay presion por complacer, mis padres (...) mi novio (...) y hasta yo misma porque la sociedad lo exige 4. (M24) "(...) creo que yo he pasado por esa situación (...) por tratar de de que todo esté bien uno (...) como a trabajar en pro a satisfacer a todo mundo (...)
5. (M24) "No.
- Sí, o sea, si me pongo a complacer a todo el mundo, entonces voy a dejar de ser yo, (...)

-
1. (M25) "(...) "no sé mi mamá hace un comentario sobre mí, si siento que de pronto influye, pues si llega a influir bastante...que hagan un comentario de ese tipo (...) si llega como a cómo dañar una parte de uno mismo... Digamos que hicieran un comentario (...) sobre tu aspecto físico, yo siento que sería pues feo (...) va a afectar mucho como el, como los sentimientos de la persona (...) yo siento que más afectaría como un comentario de un familiar o una persona que ya sea como tu mejor amiga de toda la vida".
2. (M18) "Podría influir bastante (...) me afectaba mucho lo que los demás pensarán de mí (...)
 3. (M25) "Pues la verdad me afecta demasiado e influye en mí siempre (...)
 4. (M24) "(...) me pasaba (...) se te ve feo y yo como que ahí en serio me sentía súper mal (...) me sentía que me veía fea (...) entonces qué hice me los quité me los quité pues del pelo (...)
 5. (M24) "Yo diría que muy poco, o sea, sé lo que tengo, sé lo que soy capaz, sé hasta dónde puedo llegar y, pues lo que piense la otra gente de mí, pues es tema de ellos no mío."
- 1.(M25) "Los vídeos de arte, (...) me enseñan cosas (...) me ayudaba bastante".
2. (M18) "los vídeos (...) del gimnasio de entrenar y eso pueden afectar (...)
3. (M25) "(...) accidentes, me parece terrible eso no soy capaz de verlo, (...) maltrato animal "
4. (M24) "(...) contenido espiritual (...) ser positivo así va a ser."
5. (M24) "El tema fitness es algo que consumo mucho y es al que le más atención le presto (...me genera como esas expectativas (...)
1. (M25) "(...) si soy capaz, pero (...) a veces si es como, es difícil, (...) tú dices, ya estoy cansada hoy no quiero, hoy no quiero afrontar nada hoy (...) todo es mentalmente decidir, hoy si quiero o mañana no, (...)
2. (M18) "Si, siento que soy una persona muy responsable y se lo que tengo que hacer"
 3. (M25) " si siempre"
 4. (M24) "Sí la verdad creo que si (...) veces tenemos situaciones muy difíciles (...) sí voy a poder
-

con eso (...)
5. (M24) "Sí, claro que sí."

1. (M25) "Sí bastante. (...) pues aprendes algo (...) si he fracasado muchísimas veces".
2. (M18) "he fracasado en lo que te comento de mi alimentación, (...) en el gimnasio (...)"
3. (M25) "Hasta ahora afortunadamente no, estoy estudiando y me gusta mucho mi trabajo (...)"
4. (M24) "(...) yo creo que la persona que no fracasa es la persona que no intenta (...) es un aprendizaje (...) no ser capaz de intentar algo porque no que (...) eso es fracasar (...) no enfrentar "
5. (M24) "Creo que no, (...) creo que nada de lo que he hecho lo he considerado fracaso."

1. (M25) "(...) estar muy confiada (...) o de pronto (...) prefiero irme por la opción más fácil"
2. (M18) "(...) puedo considerarme demasiado mediocre con las metas (...)"
3. (M25) "Pienso que si fracaso en algo es que no era para mí"
4. (M24) "no tener la capacidad o no darse uno mismo la oportunidad de hacer las cosas (...)"
5. (M24) "Creo que no, pues hasta el momento no, no he considerado nada de lo que he hecho hasta ahora como fracasos, he tenido errores, pero pues de ello se aprende, pero hasta el momento creo que nada de lo que he hecho lo he considerado fracaso."

-
1. (M25) "Si también, si he tenido logros, me gustaría tener más o me hubiera gustado tener (...)"
 2. (M18) "Supongo que sí, he cumplido con lo que he tenido que hacer"
 3. (M25) "En este momento estoy trabajando en ellos"
 4. (M24) "Sí claro yo creo que todo lo que uno hace en la vida es un logro (...)"
 5. (M24) "Pequeños, pero sí los he tenido (...) recientemente acabé mi carrera, (...) poder, digamos manejar el tema de la ansiedad, (...)"

1. (M25) ": A ser constante a tener paciencia (...) a la ayuda de otras personas (...)"

2. (M18) "Soy juiciosa"

3. (M25) "A mi misma y a todas las ganas que le pongo a lo que hago"

4. (M24) "(...) a la misma fuerza que he tenido, (...) resiliencia a la constancia (...) paciencia a la responsabilidad al amor que tiene por las cosas a hacer fuerte (...)"

5. (M24) "Pues principalmente a mí, (...) tomé la iniciativa de hacer las cosas, (...) haber buscado como una ayuda externa (...)"

1. (M25) "siento que me falta como mucho para decir, tengo este mérito (...) podría decir que me doy merito a tenerme paciencia (...)"

2. (M18) "Soy una persona muy enfocada y estoy pendiente de mi familia, siento que tengo unos sentimientos lindos"

3. (M25) "Soy una buena hija, una buena estudiante, una buena trabajadora, (...) me da los méritos para un gran futuro"

4. (M24) "uno se los hace cada día, (...)"

5. (M24) "O sea, recientemente acabé mi carrera, creo que eso es un logro muy grande para mí, no sé el poder, digamos manejar el tema de la ansiedad, como esos temas que anteriormente pues eran como tormentosos para mí, a día de hoy creo que los puedo controlar mejor, pues es un pequeño paso, pero pues es algo que uno o por lo menos yo lo puedo considerar como logros"

Autor
refuerzo

Nota: La codificación para los participantes tiene el siguiente patrón: M: Mujer y edad y cuando contiene guion, número de entrevista.

Fuente: Elaboración propia

Propuesta de intervención psicosocial

A la luz de los resultados, la teoría social elegida y las estrategias de intervención revisadas, proponga por lo menos 3 alternativas de solución a la problemática estudiada. Es importante que lo que se proponga tenga en cuenta la participación de la comunidad.

Tabla 3.*Diseño de estrategia de intervención 1.*

| Actividad 1: Autoconcepto | |
|----------------------------|--|
| Nombre de la actividad | Reconecta y vibra contigo. |
| Objetivo | Mejorar y fortalecer el autoconcepto a través de la apreciación de las cualidades propias y limitando el impacto de la comparación desfavorable en las redes sociales como Instagram, utilizando la reestructuración cognitiva como técnica para ello. |
| Duración | 5 sesiones de 3 horas aproximadamente. |
| Materiales | <ul style="list-style-type: none">- Espacio amplio y adecuado que permitan el desarrollo óptimo de la actividad.- Papel en blanco y láminas de colores.- Lápices, colores y marcadores.- Video beam y computador para visualizar videos. |
| Participantes | El grupo objetivo para este ejercicio serán mujeres jóvenes de entre 18 y 25 años que hagan uso constante de redes sociales y que hayan sentido en alguna ocasión impacto sobre la disminución de su autoestima. |
| Desarrollo de la actividad | <p>Para el primer momento el Psicólogo, o quien dirija la sesión, arranca con una charla introductoria dando la bienvenida y explicando el propósito del taller; se establecen reglas básicas para el desarrollo de la sesión como la confidencialidad, el respeto, la participación y escucha activa. Seguido a esto a cada uno de los participantes se les otorgará una hoja de papel junto con lápices y colores para que, posterior a esto, hagan el ejercicio de identificar tres aspectos de su personalidad positivas y las representen mediante palabras o dibujos, según lo prefieran. Para esta actividad se destinará 20 minutos aproximadamente.</p> <p>Una vez terminada la actividad individual se procederá a realizar un trabajo colaborativo donde cada integrante deberá socializar su hoja y hará una descripción breve sobre los tres aspectos seleccionados y por qué fueron seleccionados, lo que hará que se fortalezca el reconocimiento de dichos aspectos ligados a la autoestima a través de la validación del grupo.</p> <p>Para el segundo momento se procederá a presentar un cortometraje (de 5 a 7 minutos de duración), https://www.youtube.com/watch?v=LSONedbp0yo, que explora y explica de manera sencilla cómo las redes sociales pueden impactar</p> |

y distorsionar nuestra percepción de manera personal abordando aspectos como la utilización excesiva de redes, el uso de filtros y el contenido poco saludable que impacta de forma negativa. Posterior a esto se realizará una mesa redonda donde se debatirán las siguientes preguntas:

- ¿Qué impresiones les dejó el video?
- ¿Alguna vez te has sentido influenciado por las redes sociales en la percepción de ti mismo/a?
- ¿Cuáles serían las herramientas a las que podrías acudir para disminuir esta repercusión?

Por último y como cierre se realizarán la creación de tarjetas de autenticación personal, donde para este momento el psicólogo, o quien dirija la sesión, propondrá la creación de al menos 5 afirmaciones positivas que permitirán contrarrestar pensamientos negativos en momentos donde surjan comparaciones y la baja autoestima debido al consumo de redes sociales.

| | |
|-------------------------|--|
| Evaluación de la sesión | <p>Al finalizar el desarrollo del taller se realizarán preguntas encaminadas a generar un proceso de introspección en cada participante, por lo cual cada uno compartirá sus impresiones sobre cómo se encuentran después de la experiencia, también si han logrado aprender algunas herramientas y si detectan algún cambio en la manera en que se perciben, al finalizar cada sesión va a realizar un cuestionario con el fin de medir la autoestima de las participantes</p> <p>Seguimiento voluntario: Se sugiere establecer un seguimiento futuro, por ejemplo, en el siguiente mes posterior a la actividad, para revisar cómo se han aplicado las autoafirmaciones y su efectividad en la autoestima.</p> |
|-------------------------|--|

Tabla 4.

Diseño de estrategia de intervención 2

| Actividad 2: Autoestima | |
|-------------------------|---|
| Nombre de la actividad | Desconéctate y conecta con tu autoestima. |
| Objetivo | Promover e incentivar un uso consciente de Instagram y de las redes sociales mediante la implementación de campañas con prácticas digitales saludables que permitan la prevención a la predisposición de la comparación social. |
| Duración | Campaña de sensibilización constante por 6 meses |

| | |
|----------------------------|--|
| Materiales | <ul style="list-style-type: none"> - Espacio amplio y adecuado que permitan el desarrollo óptimo de talleres de sensibilización - Publicidad en estaciones y buses del Transmilenio - Cuñas radiales en las principales emisoras - Volanteo de sensibilización con información sobre hábitos saludables sobre el uso de redes - Libretas para escribir reflexiones personales. |
| Participantes | <p>El grupo objetivo para este ejercicio serán mujeres jóvenes de entre 18 a 25 años que hagan uso constante de redes sociales. También puede estar dirigido a docentes, trabajadores sociales e incluso padres que quisieran aprender sobre el uso consciente de las redes sociales.</p> |
| Desarrollo de la actividad | <p>Para el primer momento el Psicólogo, o quien dirija la sesión, arranca con una charla introductoria dando la bienvenida y explicando el propósito del taller; se establecen reglas básicas para el desarrollo de la sesión como la confidencialidad, el respeto, la participación y escucha activa. Seguido a esto se entregará una hoja de papel por participante donde se encontrarán 3 preguntas: “¿En qué momento o momentos del día te conectas a Instagram?”, “¿Cuántas horas al día usa Instagram?”, “¿Qué tipo de contenido consume en Instagram?”, las cuales deberán ser respondidas por cada uno de los participantes en un periodo de tiempo de 10 a 15 minutos aproximadamente, posterior a esto se realizará una socialización grupal teniendo como objetivo invitar a la reflexión sobre el tiempo de utilización diario y el contenido que consumen y cómo este afecta, directa o indirecta, su estado emocional. Se estima de 20 a 30 minutos para la socialización y trabajo de reflexión.</p> <p>Para el segundo momento se procederá a realizar parejas, para luego realizar un ejercicio en el cual se intercambian las respuestas y cada pareja deberá encontrar similitudes en sus respuestas y en cómo esto afecta de forma directa su autoestima y estado del ánimo; a continuación se hará uso de un tablero o pizarra como herramienta visual de apoyo, para quien esté dirigiendo la actividad, en donde, a través de una conversación grupal, se realizará la clasificación de las emociones relacionadas al uso de Instagram (positivas - negativas) y se le atribuirá una puntuación de 1 a 10 en cuanto a nivel de afectación emocional se refiere, siendo 10 el nivel de afectación más alto, y se hace una reflexión sobre las que más puntúan en cuanto a impacto negativo y cómo contrarrestar este efecto.</p> <p>Para el último momento se procederá a distribuir diferentes tarjetas que contienen consejos acerca de hábitos digitales para mantener la salud mental y una alta estima, como por ejemplo desactivar las notificaciones de redes, destinar un tiempo límite de utilización por día, hacer una limpieza y filtro de cuentas que se siguen, el contenido que se consume etc.), a partir de esto los participantes deberán seleccionar 4 de estos hábitos y crear un programa</p> |

| | |
|-------------------------|---|
| | <p>semanal haciendo uso de una agenda proporcionada al inicio de la sesión, en esta deberán, de forma detallada, establecer dicho plan el cual deberá contener los 4 hábitos seleccionados, fechas de ejecución, horas de inicio y fin, objetivo y el resultado que espera obtener al final del ejercicio.</p> <p>Acompañar y apoyar estos talleres con recordación visual y auditiva constante mediante avisos y anuncios.</p> |
| Evaluación de la sesión | <p>Para este momento el psicólogo que dirige la sesión deberá realizar terapias breves con el fin de brindar soluciones simples a aquellos problemas que se encuentren con el fin de guiar y adaptar los planes y objetivos de acuerdo con las necesidades y metas individuales.</p> <p>Finalmente se concluye la sesión con una pregunta de cierre y que invita reflexionar y es la siguiente: ¿De qué manera piensan poner en práctica lo que han aprendido el día de hoy y lo que han plasmado?, se procederá a escuchar las respuestas de cada participante para validar el entendimiento de la actividad y cómo ejecutarla, finalmente se realizará la despedida y cierre del ejercicio.</p> |

Tabla 5.

Diseño de estrategia de intervención 3.

| Actividad 3: Autoestima | |
|--------------------------------|---|
| Nombre de la actividad | Triatlón con propósito |
| Objetivo | Promover estilos de vida saludables a través del deporte, logrando mejorar la autoimagen y el aprovechamiento del tiempo libre. |
| Duración | 2 horas diarias por lo menos 3 veces por semana durante 6 meses. |
| Materiales | <ul style="list-style-type: none"> - Espacios amplios y adecuado que permitan el desarrollo óptimo de las actividades. - Bicicletas - Piscina - Cacha sintética - Toallas - Agua - Ropa cómoda - Balón voleibol - Pintura - Hojas |

- Colores

Participantes El grupo objetivo para este ejercicio serán mujeres jóvenes de entre 18 a 25 años que necesiten reforzar su autoimagen

Desarrollo de la actividad Dichas actividades tendrán lugar los días lunes, miércoles y viernes de 6 pm a 8 pm, se va a contar con un equipo interdisciplinario de apoyo a las actividades:

- Martes: Danza y/o aeróbicos
- Miércoles: Ciclo turismo
- Viernes: Partido de Voleibol o natación

Se iniciará la sesión con un calentamiento de 15 minutos en donde, no solo se harán ejercicios físicos, sino que se brindará un espacio que posibilite realizar auto reconocimiento de la autoestima. Posterior a ello se comenzarán las actividades programadas.

Se finalizará con actividades de dibujo y pintura guiadas, donde quien dirige el ejercicio dará las siguientes indicaciones: “cada uno buscare un espacio de su comodidad y decidirán que desean expresar en sus pinturas, una vez se encuentren listas se comenzara con la actividad en donde tendrán la oportunidad de identificar lo que sienten mediante esta forma de expresión” se recomienda hacer uso de un recurso musical que permita una mayor relajación, adicionalmente se va contar con un psicólogo que realizara charlas motivacionales en pro de mejorar la autoestima.

Evaluación de la sesión

Quien dirige la sesión, al finalizar deberá realizar una reflexión grupal donde se establen las diferentes acciones para fortalecer la autoimagen e invita a la realización constante de actividad física y el ejercicio de expresión por medio del uso de herramientas artísticas, se les proporcionara una hoja en blanco con una silueta en donde recalquen sus fortaleza y debilidades, sus estados de ánimo.

Cada día los participantes al iniciar y finalizar la sesión van a contar con una imagen en blanco de su cuerpo, la cual irán alimentando con una palabra que define su estado de ánimo y el nivel de autoimagen, todo esto en acompañamiento de un psicólogo encargado que va a realizar una intervención para ir fortaleciendo la autoestima y se realizara una charla de lo que se encontró en el dibujo de cada uno, se va a elaborar un cuestionario donde se busca identificar como está el autoestima de las participantes se realizara la despedida.

Referencias

- Alonso, M. (2017). Análisis del orden en el que el autoconcepto, la autoestima y la autoimagen deberían aparecer en el proceso de maduración personal para alcanzar el bienestar emocional. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 1(2), 257-264.
<https://revista.infad.eu/index.php/IJODAEP/article/view/1126/1000>
- Arana Vicente, S. (2020). Diseño de un proyecto de intervención grupal mediante arteterapia para la mejora de la autoestima en mujeres víctimas de violencia de género psicológica en el centro de salud Zaidín sur (Granada).
<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/64404/TFG%20SEFALI%20ARANA%20VICENTE%202019-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aucapiña, E. y Campodónico, N. (2024). Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. *Revista de Psicología UNEMI*, 73-87.
https://pure.udem.edu.mx/ws/portalfiles/portal/75696772/2024_Psicologia_UNEMI.pdf
- Aguilera, F., y Bolgeri, P. (2021). Aplicación y evaluación de una intervención para el desarrollo socioemocional y fortalecimiento de la autoestima en estudiantes de enseñanza básica. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 20(44), 12-28.
<http://cdeporte.rediris.es/revista/revista81/artcantidad1234.pdf>
- Bados López, A., & García Grau, E. (2010). La Técnica de la reestructuración cognitiva.
<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/12302/1/Reestructuraci%c3%b3n.pdf>
- Bendayan, R. y Blanca, M. J. (2019). Spanish version of the Facebook intrusion questionnaire (FIQ-S). *Psicothema*, 31(2), 204. <https://doi.org/10.7334/psicothema2018.301>
- Branden, N. (1995). Desarrollo de la autoestima. *Los seis pilares dela autoestima. guiapromocionmujeres*, 1-27. http://hermandadblanca.org/wp-content/uploads/2016/03/hermandadblanca_org_desarrollo-de-la-autoestima.pdf
- Carfora, V. y Catellani, P. (2021). The Effect of Persuasive Messages in Promoting Home-Based Physical Activity During COVID-19 Pandemic *Frontiers in Psychology*, 12(April), 1-14. Doi.org/10.3389/fpsyg.2021.64405
- Celada, F. (2013). ¿El suicidio es consecuencia de un bajo autoconcepto y de una autoestima disminuida?Researchgate. [Doi: 10.13140/RG.2.1.4736.3608](https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4736.3608)
- Chacón-Borrego, F., Gomis-Gomis, M., Sousa, C. (2022). Análisis bifactorial de la Escala de Autoestima de Rosenberg y relación entre actividad física y autoestima en adolescentes. *Sportis. Scientific Journal of School Sport, Physical Education and Psychomotricity*, 8(3), 426-441. doi.org/10.17979/sportis.2022.8.3.9152
- Collado, A., Chamizo, I., Ávila, I., Martín, S., Revert, À., Sánchez, A. (2022). Protocolo de evaluación e intervención en autoestima. *Centro de Psicología Aplicada (CPA) de la*

Universidad Autónoma de Madrid.

<https://www.uam.es/uam/media/doc/1606899112545/protocolo-de-evaluacion-e-intervencion-en-autoestima-cpa-uam.pdf>

Escuela de Administración Universidad del Rosario (2022). Mujeres jóvenes dedican más tiempo a redes sociales y se exponen a contenido con efectos en su autoestima. *Universidad del Rosario*. <https://urosario.edu.co/noticias/mujeres-jovenes-dedican-mas-tiempo-redes-sociales-y-se-exponen-contenido-con-efectos-en-su>

Festinger, Leon. (1954). A Theory of Social Comparison Processes, Retrieved September 12, 2007, from hum.sagepub.com database.

<https://www.human-science.org/docs/Festinger%20%281954%29%20A%20Theory%20of%20Social%20Comparison%20Processes.pdf>

Función Pública del Gobierno (2006). Consulta de Ley 1090/06. Diario Oficial, 46383, 1-27.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66205>

Franco, J. (2021). Diseño de un proyecto de intervención social orientado en el proyecto de vida y fortalecimiento de la identidad de los adolescentes de Bucaramanga (Design of a Project of Social Intervention Oriented in the Life Project and Strengthening of the Identity of the Adolescents of Bucaramanga). *Revista Latinoamericana de Liderazgo, Innovación y Sociedad* ISSN, 2744-9114.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3832331

García González, M., Gómez Lozano, M., y Molina Hernández, R. (2021). Que no te influyeran más: Programa de intervención educativa sobre redes sociales, autoconcepto y autoestima. *Revista OÍDLES (Especial noviembre 2021)*.

<https://www.eumed.net/es/revistas/oidles/especial-noviembre-21/programa-autoestima>

Gountas, J., Gountas, S., Ciorciari, J. y Sharma, P. (2019). Looking beyond traditional measures of advertising impact: Using neuroscientific methods to evaluate social marketing messages. *Journal of Business Research*. 105(july), 121-135.

Doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.011

López-Guimerà, G., Sánchez-Carracedo, D., y Fauquet, J. (2021). El papel de Instagram en la insatisfacción corporal y los trastornos alimentarios: Un estudio con mujeres jóvenes españolas. *Anales de Psicología*, 37(2), 331-340.

<https://revistas.um.es/analesps/article/view/461891>

Martínez-Sanz, R., y González-Fernández, C. (2018). Uso de redes sociales en jóvenes españoles: Un análisis de los hábitos y motivaciones. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26(56), 73-81.

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=56&articulo=56-2018-07>

Maslow, A. (1991). Motivación y personalidad. *Ediciones Díaz de Santos*.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8wPdJ2Jzqg0C&oi=fnd&pg=PR13&dq=maslow+teoria+de+las+necesidades&ots=F1dYVnNjn&sig=WDKm4413y2dv3meS5sQJzW0sghg#v=onepage&q=maslow%20teoria%20de%20las%20necesidades&f=false>

- Ministerio de Salud (1993). Resolución 8430 de 1993. Ministerio de Salud y Protección Social. República Colombia, 1993(4).
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/dij/resolucion-8430-de-1993.pdf>
- Moral-García, J. E., Román-Palmero, J., López García, S., García-Cantó, E., Pérez-Soto, J. J., Rosa-Guillamón, A., y Urchaga-Litago, J. D. (2021). Self-esteem and sports practice in adolescents. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 21(81), 157-174. doi.org/10.15366/rimcafd2021.81.011
- Orosa, A., Fernández, A. y Rodríguez, B. (2019). Psicoterapia en los Tiempos de Instagram: Las Redes Sociales en la Construcción de Narrativas. *Revista de Psicoterapia*, 30(114), 225-231. doi.org/10.33898/rdp.v30i114.310
- Palmero, F. (2005). Motivación: conducta y proceso. *Revista electrónica de motivación y emoción*, 8(20-21), 1-29. <https://viciogroup.info/assets/files/07.-Motivacin.CondutayprocesoautorFrancescPalmero.pdf>
- Poels, K. y Dewitte, S. (2019). The role of emotions in advertising: a call to action. *Journal of Advertising*, 48(1), 81-90. doi.org/10.1080/00913367.2019.1579688
- Prats Fernández, M. A., Torres-Rodríguez, A., Oberst, U., y Carbonell, X. (2018). Diseño y aplicación de talleres educativos para el uso saludable de internet y redes sociales en la adolescencia: descripción de un estudio piloto. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 2018, Núm. 52. <https://dau.url.edu/handle/20.500.14342/1738>
- Prieto Navarro, L. (2001). La autoeficacia en el contexto académico: exploración bibliográfica comentada. *Miscelánea Comillas*, 59(114), 281-292.
<https://books.google.com.pe/books?id=MfhI44CDPMMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Reyes, V. P., Amaya, J. A. Á., & Capps, J. W. (2021). Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología Nueva Época*, 3(1), 139-149.
https://www.agamfec.com/antiga2013/pdf/CADERNOS/VOL15/PDF%20WEB%20VOL15%20N2/07_Habi_Terap_B.pdf e *Investigación en Psicología Nueva Época*, 3(1), 139-149. <https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116/113>
- Rivas-Herrero, B., Igartua, J. (2021). Los jóvenes se sumergen en Instagram. Un estudio desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. *Profesional de la información*, v. 30, n. 5, e300509. doi.org/10.3145/epi.2021.sep.09
- Rodríguez-Hernández, L., Fernández-López, M. C., y Torres-García, A. (2020). Instagram y autoestima: Un estudio correlacional en estudiantes universitarias mexicanas. *Psicología y Salud*, 30(1), 29-43.
<https://psicologiaysalud.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/2898>
- Salcedo Valdivia, M. P., & Manrique Rios, D. (2020). Programa de arte terapia para la mejora de la autoestima en adolescentes.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6f475708-ccb4-44cf-9af2-241531711c2c/content>

- Santa Cruz, C. y Vera-Ovelar, F. (2019). Niveles de autoestima en estudiantes de medicina de Santa Rosa del Aguaray. *Medicina Clínica y Social*, 3(1), 5-8.
<https://doi.org/10.52379/mcs.v3i1.42>
- Soria, P., y Villegas-Villacres, N. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Psicología unemi*, 8(14), 19-29.
<https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/faso-unemi/article/view/1780/1733>
- Villalobos, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas En Psicología*. 41, 22–32.
<https://www.alternativas.me/attachments/article/190/2.%20Autoestima,%20teor%C3%A9ticas%20y%20su%20relaci%C3%B3n%20con%20el%20%C3%A9xito%20personal.pdf>
- Villa, Ó. (2008). Descripción de las habilidades sociales en estudiantes de psicología de una institución de educación superior. *Revista iberoamericana de psicología: ciencia y tecnología*, 1(1), 61-72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4905155>
- Zeigler-Hill, V. (2013). Self-esteem. Psychology Press.
https://www.researchgate.net/profile/Christopher-Ditzfeld/publication/260792669_Self-structure_The_social_and_emotional_contexts_of_self-esteem/links/5a0a2d0145851551b78d3072/Self-structure-The-social-and-emotional-contexts-of-self-esteem.pdf

Anexos

Anexo 1

Protocolo de técnica cualitativa usado en el trabajo de campo

1. Ficha técnica del instrumento

| | |
|---|---|
| Técnica: | Entrevista semiestructurada a profundidad |
| Objetivo: | Identificar el grado de autoestima propia en relación al uso desmedido de Instagram en mujeres entre 18 y 25 años |
| Entrevistador: | Juliana Agudelo Restrepo Laura Camila Florez Chaverra Leidy Johana Vélez Ortiz Paola Rocío Bohórquez Piedrahíta Victoria Eugenia Rojas Upegui |
| Fecha: | 22/11/2024 |
| Duración estimada: | 1 hora y media |
| Lugar: | Bogotá Bogotá Medellín Bogotá Medellín |
| Contexto donde se desarrolla la técnica: | Tuvo lugar en distintos escenarios donde existiera acceso a un espacio de privacidad y comodidad para cada participante. |
| Criterios de inclusión de los participantes: | Mujeres colombianas entre los 18 y 25 años, pertenecientes a los estratos 1 al 5, que cumplen académicamente con título de bachilleres y que hagan uso de la red social Instagram hace más de 2 años. |

2. **Preguntas datos sociodemográficos** (puede incluir los que le sean necesarios de acuerdo con el objetivo del estudio)

| | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| Edad: | ¿Cuántos años tiene? |
| Sexo/ género | ¿Con qué género se identifica? |
| Escolaridad: | ¿Qué nivel de escolaridad tiene? |
| Ocupación: | ¿A qué se dedica? |
| Estrato socioeconómico: | ¿Cuál es su estrato socioeconómico? |
| Composición familiar: | ¿Con quién vive? |
| Número de hijos | ¿Tiene hijos? ¿Cuántos? |
| Urbano/rural | ¿Cuál es su lugar de residencia? |

3. **Preguntas causa 1**

| Categoría | Dimensiones | Pregunta |
|-------------------------------|--------------------|--|
| Consumo excesivo de instagram | Duración | ¿Cuánto tiempo lleva usando instagram? |
| | Frecuencia | ¿Cuántos días a la semana consulta Instagram? |
| | | ¿En qué momento o momentos del día se conecta a instagram? |
| | | ¿Cuántas horas al día usa instagram? |
| | Ocurrencia | ¿Para qué usa la red social Instagram? |
| | | ¿Qué tipo de contenido consume en instagram? |
| | Intensidad | ¿Cuál es el momento del día en el que más se conecta a instagram? |
| | | ¿Ha incrementado su uso de instagram en los últimos meses? |
| | | ¿Ha dejado de cumplir con alguna responsabilidad por estar conectada al instagram? |

| | | |
|--|--|---|
| | | ¿Ha dejado de suplir alguna necesidad básica como dormir o comer por estar conectada a instagram? |
|--|--|---|

4. Preguntas estado del síntoma

| Categoría | Dimensión | Pregunta |
|------------|---------------|---|
| Autoestima | Autoimagen | ¿Qué es lo que más ama de sí misma? ¿De qué manera usar la red social Instagram ha afectado su percepción de sí misma? |
| | | ¿Qué aspectos valora de su personalidad? |
| | | ¿Suele compararse con otras personas? ¿Ha comparado su vida con la de personas que publican su vida en Instagram? |
| | Autoconcepto | ¿Cómo se define así misma? |
| | | ¿Considera que debe complacer a otros? ¿Por qué? |
| | | ¿Qué tanto influye lo que otros piensan de usted en su percepción de sí misma? |
| | Autoeficacia | ¿Qué tipo de contenido consultado en Instagram considera tiene mayor impacto en usted? |
| | | ¿Se considera capaz de enfrentar los retos diarios de la vida? |
| | | ¿Considera qué ha fracasado en algo? |
| | Autorrefuerzo | ¿Piensa que ha tenido logros en su vida? ¿A qué le adjudica sus logros? |
| | | ¿Qué méritos reconoce tener? |

Anexo 2

CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE USO DE DATOS PERSONALES

DATOS GENERALES DEL PROYECTO

Título de la investigación: Diseño de estrategia de intervención psicosocial para mejorar la autoestima de mujeres jóvenes por uso de Instagram

Nombre y apellido del investigador: Juliana Agudelo Restrepo, Laura Camila Flórez Chaverra, Leidy Johana Vélez Ortiz, Paola Rocío Bohorquez Piedrahíta y Victoria Eugenia Rojas Upegui

Datos de identificación y ubicación: Bogotá

INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Primero – JUSTIFICACIÓN: EL PROYECTO que actualmente se está realizando tiene como fin el diseño de una propuesta de intervención psicosocial dirigida a mujeres jóvenes entre 18 y 25 años que busca comprender cómo el uso de Instagram afecta la calidad de vida, el bienestar y la autoimagen de las participantes.

Esta investigación persigue analizar en profundidad el impacto que las redes sociales, con énfasis en Instagram, tienen sobre la autoestima de las mujeres jóvenes y propone desarrollar e implementar herramientas y estrategias efectivas para fomentar un uso más saludable y consciente de estas plataformas digitales

Segundo – OBJETIVOS: EL PROYECTO cuenta con los siguientes objetivos específicos y un objetivo general para el desarrollo adecuado y satisfactorio de la investigación:

Objetivos específicos

1. Identificar el nivel de autoestima con relación al uso excesivo de Instagram en mujeres entre 18 y 25 años.
2. Describir las estrategias psicosociales más relevantes que mejoran la autoestima con relación al uso excesivo de Instagram de las mujeres jóvenes en Colombia.
3. Diseñar una estrategia de intervención psicosocial para trabajar la autoestima en relación con el uso excesivo de Instagram en mujeres entre 18 y 25 años.

Objetivo general

Formular una estrategia de intervención psicosocial para trabajar la autoestima en relación con el uso excesivo de Instagram en un grupo de mujeres colombianas entre 18 y 25 años.

Tercero – PROCEDIMIENTOS: EL PROYECTO se desarrollará llevando a cabo el procedimiento que se describe a continuación: Se elaboró un protocolo de entrevista desde el método deductivo el cual se validó a través del ejercicio académico, la entrevista se realizará de manera presencial y tendrá una

duración de una hora a hora y media en la ciudad de Bogotá, donde se va a establecer un día y una hora donde se explicará el objetivo de esta y se firmará el consentimiento informado especificando que es

necesario grabar la conversación para asegurar toda la información, se contará con una guía de preguntas semiestructurada y para ir culminando este proceso el entrevistador realizará la pregunta final y se realizan las conclusiones y se realiza la síntesis de la sesión.

Cuarto – RESPONSABLE: El PROYECTO que actualmente se está realizando se encuentra a cargo de Juliana Agudelo Restrepo, Laura Camila Florez Chaverra, Leidy Johana Vélez Ortiz , Paola Rocío Bohórquez Piedrahíta y Victoria Eugenia Rojas Upegui personas encargadas de desarrollar esta investigación como estudiante del programa de Psicología del POLITÉCNICO y quienes serán los responsables de dar respuesta a las inquietudes generadas en cualquier momento del estudio.

Quinto – BENEFICIOS: El PROYECTO que se adelanta genera los siguientes beneficios directos para el participante y para la sociedad:

1. Implementar herramientas y estrategias efectivas para fomentar un uso más saludable y consciente de estas plataformas digitales

2. Servir como recurso valioso para futuros psicólogos y profesionales de la salud mental, quienes podrán aplicar los conocimientos y estrategias desarrollados en su práctica clínica, contribuyendo así a un abordaje más efectivo de los problemas de autoestima relacionados con el uso de redes sociales en mujeres jóvenes.

Sexto – RIESGOS: EL PROYECTO que se adelanta de acuerdo con la información establecida en el presente documento no implica riesgo alguno para el PARTICIPANTE, en tanto que su integridad física y psicológica no se encuentran comprometidas por la naturaleza del procedimiento ni la metodología utilizada.

Parágrafo: En conformidad con lo establecido con anterioridad, el PARTICIPANTE es consciente de los riesgos que implica su participación en EL PROYECTO, de tal forma que los asume en su totalidad y exonera al POLITÉCNICO por cualquier daño o perjuicio que pueda sufrir por su participación.

Séptimo – REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD: El PROYECTO que se adelanta establece los siguientes criterios de inclusión y exclusión para participar en el mismo:

1. Mujeres de 18 a 25 años
2. Colombianas
3. Nivel de estudio bachiller
- 4.

Octavo – CONFIDENCIALIDAD: El equipo investigador se obliga a no revelar, divulgar, exhibir, mostrar y/o comunicar la información que le sea suministrada por el PARTICIPANTE de forma oral, visual o escrita para el desarrollo de EL PROYECTO a persona natural o jurídica alguna, ni a utilizarla en favor de terceros y, en consecuencia, se obliga a mantenerla de manera confidencial y privada y a proteger dicha información para evitar su divulgación no autorizada ejerciendo sobre esta el mismo grado de diligencia que utiliza para proteger información confidencial de su propiedad. En consecuencia, el equipo se obliga a utilizar la información suministrada únicamente de la manera y para los fines establecidos en este documento.

Parágrafo: La confidencialidad a que se refiere esta cláusula se mantendrá hasta que la información adquiera el carácter de pública o hasta el momento en que el PARTICIPANTE autoriza su revelación o los revele públicamente.

Noveno – AUTORIZACIÓN DE DATOS PERSONALES: Por medio del presente documento el PARTICIPANTE autoriza al equipo investigador para que recolecta, recaude, almacene, use, circule, suprima, procese, compile, intercambie, trate, actualice y disponga de los datos suministrados por medio de este documento y haga uso de los datos personales concernientes a: edad, género, escolaridad, ocupación, estrato socioeconómico, composición familiar, lugar de residencia, para que sean tratados o utilizados para los fines académicos establecidos en EL PROYECTO y para el uso exclusivo de los estudiantes y profesores que hagan parte de la ejecución del mismo.

Parágrafo primero: El PARTICIPANTE declara que actúa como titular de los datos personales que suministra, de tal forma que se compromete a mantener indemne al POLITÉCNICO por cualquier controversia que pueda surgir por la vulneración de datos personales y/o por la información incorrecta o falsa que suministre.

Parágrafo segundo: El PARTICIPANTE podrá solicitar al equipo investigador en cualquier momento, mediante petición escrita, que los datos que fueron recolectados y almacenados, sean retirados y/o eliminados de la base de datos y/o repositorio del POLITÉCNICO, de conformidad con lo establecido en la Ley 1581/12 y demás normativa complementaria.

Décimo – INDEMNIDAD: El PARTICIPANTE manifiesta y declara que ha leído con atención el contenido del presente documento y que la información que provee para el desarrollo de EL PROYECTO es verídica, completa y auténtica, de tal forma que exonera y mantendrá indemne al POLITÉCNICO y sus entidades afiliadas, su Rector, vicerrectores, decanos, directores, administrativos, empleados, trabajadores y agentes por cualquier responsabilidad, reclamos o demandas de cualquier naturaleza, ya sea en derecho o en equidad, que surjan o puedan surgir por su participación en el PROYECTO.

Parágrafo primero: El PARTICIPANTE de manera voluntaria procede a dar respuesta a la siguiente DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO:

Declaro que he leído y entendido la información general del estudio: Si ___ No ___

Declaro que he tenido la oportunidad de hacer preguntas libremente y obtener respuestas satisfactorias: Si ___ No ___

Declaro que he recibido suficiente información relacionada con el estudio: Si ____ No ____

Declaro haber sido informado por un investigador cuyo nombre y apellido se referencian en el presente documento: Si ____ No ____

Declaro comprender que mi participación es voluntaria y que tengo libertad de retirarme en cualquier momento sin perjuicio alguno: Si ____ No ____

Declaro comprender que mis datos serán tratados de forma confidencial y los resultados derivados de la presente investigación que sean publicados garantizarán la protección de mi identidad: Si ____ No ____

Declaro tener conocimiento que recibiré una copia firmada y sellada de este formulario de consentimiento: Si _ No_

Teniendo en cuenta lo planteado en este documento autorizo que esta sesión sea grabada. SI __ No__.

Acepto libremente participar en este estudio: Si ____ No ____

Parágrafo segundo: Dado lo anterior AUTORIZO al equipo investigador para que utilice los datos personales suministrados por medio del presente documento única y exclusivamente con fines académicos conforme a las siguientes consideraciones:

1. Que el POLITÉCNICO es una institución universitaria, entidad sin ánimo de lucro, reconocida por el Gobierno Nacional de la República de Colombia y que tiene por objeto prestar servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior.

2. Que actualmente el equipo de investigadores se encuentra desarrollando el proyecto de investigación: DISEÑO DE ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN PSICOSOCIAL PARA MEJORAR LA AUTOESTIMA DE MUJERES JÓVENES POR USO DE INSTAGRAM que consiste en Diseñar una estrategia de intervención psicosocial para trabajar la autoestima en relación con el uso excesivo de Instagram en un grupo de mujeres colombianas entre 18 y 25 años.

3. Que para la correcta ejecución de EL PROYECTO es fundamental solicitar los datos personales establecidos en el presente documento y solicitar información y/o la colaboración del PARTICIPANTE conforme a los procedimientos y metodologías que se informarán más adelante.

4. Que el presente documento que se registrará por las siguientes declaraciones y en lo no previsto en ellas por las normas legales vigentes en la República de Colombia:

Undécimo – SUSCRIPCIÓN: Que una vez leído el documento y respondidas las preguntas que haya podido tener en relación con EL PROYECTO y su participación en el mismo, el PARTICIPANTE suscribe de forma libre y voluntaria el presente consentimiento informado y la autorización para el tratamiento de datos personales en Bogotá, a los ____ () días del mes de ____ de 202 ____.

Firma del participante:

Nombre del participante:

Documento de identidad:

Número telefónico:

Firma del investigador que realizó la explicación del consentimiento informado:

Nombre del investigador que realizó la explicación del consentimiento informado:

Documento de identidad:

Espacio de revocatoria del consentimiento informado:

Yo, _____ revoco el Consentimiento Informado prestado en fecha _____ y declaro por tanto que tras la información recibida consiento no seguir participando en el Proyecto de Investigación titulado: _____

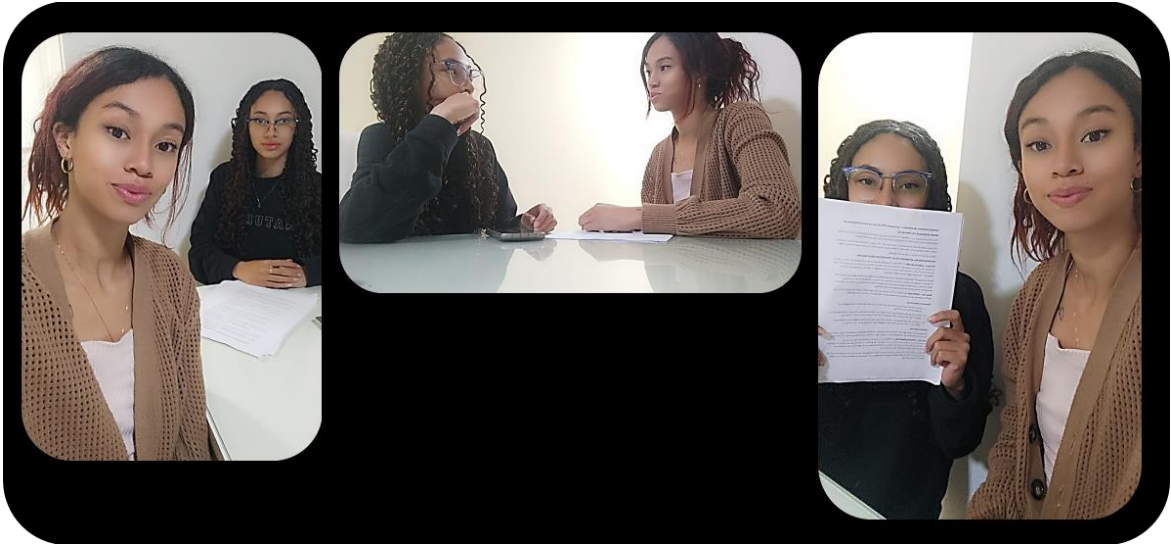
Anexo 3

Registro fotográfico del trabajo de campo

- 1. Registro fotográfico entrevista 1, Bogotá, Colombia. Entrevistadora: Paola Bohórquez P



- 2. Registro fotográfico entrevista 2, Bogotá, Colombia. Entrevistadora: Laura Camila Florez Chaverra



3. Registro fotográfico entrevista 3, Bogotá, Colombia. Entrevistadora: Victoria Eugenia Rojas Upegui



4. Registro fotográfico entrevista 4, Bogotá, Colombia. Entrevistadora: Leidy Johana Vélez Ortiz



5. Registro fotográfico entrevista 2, Bogotá, Colombia. Entrevistadora: Juliana Agudelo Restrepo



Anexo 4

Enlace del video de socialización del proyecto

Ficha reporte producto multimedia

Tipo de producto

Video

Enlace YouTube

<https://www.youtube.com/watch?si=v1F8wlHO8WfHPbnK&v=uEpHgYgNIXo&feature=youtu.be>