

LOS ESTEREOTIPOS EN LAS REDES  
SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LA  
AUTOESTIMA DE LAS MUJERES  
JÓVENES DE 15 A 18 AÑOS

Gabriela Espitia



Monografía 2020 - 2021

**Los Estereotipos en las Redes Sociales y su Influencia en la Autoestima de las  
Mujeres Jóvenes de 15 a 18 Años**

Gabriela Espitia

Colegio San José

Duodécimo

Jessica Moncada

15 Marzo 2021

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a Jessica Moncada por el conocimiento y el apoyo que me dio para la culminación de esta monografía y por otra parte también me ayudó con el proceso investigativo. En la otra mano también quiero agradecer a Diana Murillo por explicarnos todos los aspectos y detalles que tenía la monografía, además de ayudarnos con todo el proceso educativo para poder lograr cumplir con todos los requisitos para lograr lo que se esperaba de cada monografía. Por otro lado, quiero agradecer a personas que fueron muy importantes para este proceso y me apoyaron, acompañándome en múltiples procesos de desarrollo y charlas que ayudaron a mi conocimiento y la forma en como redactar la monografía. Estas personas son, primero y más importante Sara Abdul, Gabriel Gómez, Sofía Flórez y Daniela Céspedes. También quiero agradecer al padre y a todos los profesores por la oportunidad que tenemos de estar en este colegio y como nos formaron a cada uno, ya que además del desempeño y exigencia académica, también nos formó como personas.

## Resumen

El presente trabajo de investigación busca demostrar cómo los estereotipos que se muestran en las redes sociales pueden llegar a afectar la autoestima de mujeres jóvenes entre los 15 y 18 años, para lograr el objetivo propuesto, se realizarán encuestas a estudiantes mujeres del colegio en los cursos noveno a duodécimo, que nos ayudarán a ver cómo la autoestima de las mujeres y su autoimagen se ven influenciadas por las redes sociales. A su vez, esta investigación mostrará cómo el entorno familiar y social en el diario vivir juega también un papel importante en la autoestima de las mujeres y como estas intentan cambiar su aspecto físico, con el fin de tener una imagen positiva en la sociedad.

**Palabras clave:** estereotipos, autoestima, redes sociales, mujeres jóvenes.

## Abstract

This research paper aims to demonstrate how the stereotypes shown on social networks can affect the self-esteem in young women between the ages of 15 and 18. To achieve the proposed objective, surveys will be conducted among female school students in grades ninth to twelfth, which will help us identify how women's self-esteem and self-image are influenced by social networks. Concurrently, this research will show how family and social environment also plays, in daily life, an important role on women's self-esteem, and how they try to change their physical appearance in order to have a positive image in society.

**Key words:** stereotypes, self-esteem, social networks, young women.

## Índice

<b>Agradecimientos</b>	<b>2</b>
<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>Abstract</b>	<b>3</b>
<b>Introducción</b>	<b>5</b>
<b>Justificación</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos</b>	<b>9</b>
1.1 Objetivo general	9
1.2 Objetivos específicos	9
<b>Planteamiento del problema</b>	<b>10</b>
2.1 Pregunta problema	10
<b>Marco teórico</b>	<b>11</b>
3.1 Teorías y conceptos	11
3.1.1 Concepto de belleza a través de la historia	11
3.1.2 Concepto de belleza en nuestros días	13
3.1.3 Estereotipos	14
3.1.4 Autoestima	15
3.1.5 Etapas de la adolescencia	15
3.1.6 Redes Sociales	16
3.2 Antecedentes	16
<b>Marco Metodológico</b>	<b>19</b>
<b>Análisis de datos</b>	<b>21</b>
<b>5.1 Primera parte de la encuesta Auto-Imagen:</b>	<b>21</b>
<b>5.2 Segunda parte de la encuesta (redes sociales):</b>	<b>26</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>28</b>
<b>Referencias</b>	<b>30</b>
<b>Anexos</b>	<b>32</b>

## Introducción

Los estereotipos nacen a partir del pensamiento personal y la influencia que eso tiene en la sociedad. Según la secretaria de las mujeres los principales aspectos donde se pueden ver los estereotipos son en la familia, el contexto social y los medios de comunicación (N.A.2021), dentro de los campos en los que se pueden evidenciar los estereotipos, en el grupo social que más se pueden ver son en las mujeres. Desde hace mucho tiempo (no se sabe cuando específicamente) las redes sociales han asumido un gran rol en el desarrollo y pensamiento de las mujeres jóvenes. Si se analiza el fondo del por qué surge esta problemática, se puede evidenciar en las causas, como por ejemplo la “imagen ideal” que se presenta sobre lo que es una mujer, cambiando su esencia y sacándola de los parámetros erróneos de la verdadera imagen que debería tener una mujer, la cual es, como ella misma piense y se vea.

Según González en su artículo “los estereotipos como factor de socialización de género”, podríamos definir el concepto de estereotipo como uno de los más controvertidos y profundamente vinculado con los prejuicios y la discriminación (González, 1999, p.79). Lo que se entiende por estereotipos es un concepto, impresión o un prejuicio que se le atribuye a una persona o a un grupo de personas muchas veces sin fundamentos teóricos. Muchos de estos estereotipos han sido enseñados por nuestra cultura, ya que se pueden encontrar en la televisión, en redes sociales o hasta en nuestros propios hogares. Así que, la mayoría de personas quieren e intentan seguir a estos estereotipos porque hay una muy alta expectativa de que llegar a alcanzar dichos estándares.

El eje central de esta investigación es, analizar la influencia que tienen los estereotipos que se muestran en las redes sociales en la autoestima de las jóvenes con edades

entre 15 y 18 años. El primer paso para cumplir este objetivo será realizar una investigación sobre los estereotipos y cómo los jóvenes en la actualidad son los más afectados, debido al acceso que tienen a las redes sociales, revisaremos los estereotipos de belleza a través de la historia, hasta nuestros tiempos y los conceptos de autoestima y autoimagen.

## Justificación

La investigación de esta problemática social se realizó por el interés de estudiar cómo la autoestima de las mujeres jóvenes es afectada por los estereotipos y redes sociales, enfocado en el daño que dichos estereotipos y la sobreexposición a las redes sociales causan a la autoestima de las mujeres jóvenes, brindando un falso ideal, creado por los prejuicios y los estereotipos que se construyen en torno a la belleza. Expuesto lo anterior, se intenta romper y erradicar el estereotipo que tiene la sociedad y las limitaciones que tienen las mujeres jóvenes a causa de los diferentes puntos de vista errados sobre la mujer.

Los ejemplos básicos de los estereotipos que se ven en una mujer es una forma de vestir, su forma de ser y con las cuestiones que sólo ellas pueden hacer, por ejemplo el falso pensamiento de que las mujeres deben tener un cuerpo perfecto, una silueta detallada y muchos aspectos de belleza, estos falsos estereotipos que exponen de una mujer, crea una limitación personal en ellas, ya que si no son como se plantea es algo erróneo y eliminando cualquier posibilidad de exponer como ellas quieren ser, presionando a algo que tiene muchas consecuencias en las mujeres jóvenes.

Esta monografía se realizará con una serie de encuestas a las jóvenes mujeres, en las que se indague su percepción en esta problemática. Estas encuestas buscan determinar si los estereotipos de los perfiles de Instagram influyen en la autoestima, la inseguridad y la vida familiar de las mujeres entre 15 y 18 años, con estas encuestas analizaremos qué tanto afectan las redes sociales la autoimagen de las mujeres.

Esta investigación va dirigida a todas aquellas mujeres que sienten o piensan que los estereotipos están limitando y cambiando su forma de ser, puesto que con lo mencionado anteriormente, se puede evidenciar que el estereotipo de la mujer en las redes sociales a

“destruido” muchos rasgos que cada mujer joven tiene, puesto que son el desarrollo positivo de muchos aspectos de su propia personalidad que las hacen ser únicas y no el resultado de un molde o de las críticas y falsas especulaciones de lo que no son.

## **1. Objetivos**

### **1.1 Objetivo general**

Analizar la influencia que tienen los estereotipos que se muestran en las redes sociales en la autoestima de las jóvenes con edades entre 15 y 18 años.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Reconocer algunos de los estereotipos de belleza que han existido a lo largo de la historia.
- Identificar las redes sociales que pueden influir de forma negativa en la autoestima de las mujeres.
- Realizar una encuesta sobre el impacto de las redes sociales en la autoimagen de las jóvenes entre 15 y 18 años.
- Analizar estudios sobre el efecto de las redes sociales en el autoestima.

## **2. Planteamiento del problema**

Desde la creación de las redes sociales se han venido implementando unas percepciones que cada vez se adentran más en nuestra sociedad. Estos prototipos de cómo debe ser la apariencia física, como vestir, que marcas usar, entre muchos otros, se han convertido en estándares en las personas y estas tratan de alcanzarlo, pero mientras lo hacen pueden llegar a producir un daño físico y mental, al intentar cambiar sus gustos y su imagen personal.

A lo largo de la historia siempre se han visto esta clase de ideales, pero con el tiempo han ido cambiando cada vez más, sin embargo las generaciones actuales son las que más se han visto afectadas con estos conceptos de belleza que se han establecido con el tiempo porque las han visto reflejadas en figuras públicas o en su propio entorno. Uno de los estereotipos que se ve frecuentemente en las redes sociales es, “la mujer ideal” que tiene el cuerpo impecable, es delgada, tiene la nariz perfecta, etc.

Se podría pensar que, al ver esto las mujeres jóvenes se sienten inseguras queriendo igualar a esas personas y dejan de ser ellas mismas, idealizando cada detalle de una imagen que no es real, en una sociedad de consumo, que te lleva a adquirir objetos y cambiar todo de ti, para llegar a esa perfección.

### **2.1 Pregunta problema**

¿De qué manera los estereotipos que se muestran en las redes sociales afectan la autoestima de las mujeres jóvenes entre las edades de 15 a 18 años?

### 3. Marco teórico

En la presente investigación se busca entender los conceptos bases de las limitaciones e implicaciones que tienen los estereotipos en las redes sociales sobre la belleza de una mujer, y como este tiene su impacto en una mujer joven, ya que además de cambiar su forma de ser y la esencia que cada una presenta, también afecta ciertos factores de la autoestima y la discriminación que este puede llegar a generar.

#### 3.1 Teorías y conceptos

##### 3.1.1 *Concepto de belleza a través de la historia*

El concepto de la belleza nace en la antigua Grecia, y es revivido o reincorporado a los modelos sociales a partir del renacimiento. Con las obras de arte, la poesía griega y romana, se presenta a la mujer con una característica “perfecta” sin fallos ni errores y se vinculó con la cultura clásica, donde se asume que la mujer debe tener ciertos rasgos para que sea bella, y estos rasgos tienen que cumplir con las expectativas que tiene la sociedad frente ellas. Esta belleza que se presenta a lo largo de los años, también empieza a unirse con la naturaleza, exponiendo que para que una mujer sea “normal o natural” tiene que ser bella y cumplir con lo que se espera de la palabra belleza. Esta belleza se modifica con el tiempo, no solo en la historia sino a lo largo de la cultura de cada zona, puesto que cierta época, se referían que la mujer debería cumplir con una figura robusta, pero con el paso del tiempo, ahora se especula que deberían tener una figura más delgada, y en cada época se genera un nuevo aspecto que supuestamente define a una mujer como una persona bella.

A partir de un artículo de CNN, titulado, Así ha cambiado el concepto de la mujer “ideal” a lo largo de la historia, que fue publicado en 2018, podemos afirmar que en 1900 nace un enfoque frente al concepto de belleza de la mujer, la cual las “obligaría” (si quieren

obtener la belleza especulada en esa zona) a cumplir con un rasgo caracterizado como la silueta y la figura que deberían tener, sin embargo, este ideal de belleza fue construido y replanteado a lo largo de la historia, iniciando en el periodo gravetiense, durante la prehistoria, periodo en el que las primeras caracterizaciones de estas siluetas se vieron en las “figuras de Venus” donde delineaban a la mujer con rasgos específicos para llegar a la perfección. “Las figurillas, incluida la Venus de Willendorf, descubierta en 1908 en Willendorf, Austria, muestran cuerpos redondos de mujeres con forma de pera, muchos de ellos con pechos grandes. Los expertos han debatido durante mucho tiempo si las figurillas simbolizan el atractivo o la fertilidad.” (Howard, 2018), en esta época los artistas continuaron plasmando la imagen de mujer “ideal” como voluptuosa y curvilínea. Para lograr esto fue creado el corsé, que es una prenda interior para las mujeres, que ayudaban a acentuar las curvas de la mujer, especialmente sosteniendo la cintura y el busto, a medida que la idea del cuerpo de la mujer cambiaba en la sociedad, a la par fueron adaptándose la construcción y la forma del corsé.

Luego de 1920 a 1950 se incluyeron rasgos de trastornos alimenticios y el busto que tienen en la cintura, modificando sus hábitos de alimentos que consumían diariamente y también cambiando la forma del busto en la cintura. No hasta el inicio de 1920 y finales de 1980, surgió la idea de los altos daños que tenían los alimentos y su efecto en limitar su delgada figura, llevando a creer en la “mujer ideal”, creada por los erróneos estereotipos.

En 1960 a 1970, en este momento se empezó a decir que se comenzó a liberar el cuerpo de la mujer, ya que el segundo movimiento por los derechos de la mujer empezó. Las mujeres dejaron de utilizar el corsé, pero de igual manera la presión social seguía y los mensajes de los medios cada vez eran más discriminatorios, si el cuerpo de una mujer era joven y delgado se creía que era algo poco atractivo.

En 1980 a 1990 se lanzó una gran idea de alcanzar la belleza mediante modificaciones físicas y lograr concursar en salas de modelaje, surgiendo el nuevo mundo de las “supermodelos” y de los cuerpos saludables. En este periodo de la historia, la tasa de mortalidad de la anorexia nerviosa empezó a aumentar cada vez más según el estudio de Current Psychiatry Reports.

Por último, en el 2000, se pensó que la belleza era algo natural privando y limitando la forma de ser de cada mujer, creando una pérdida de confianza en sí mismo, lo cual se derivó a muchas causas y problemas psicológicos que afectan a la mujer hasta el día de hoy. “El informe, basado en una revisión de estudios existentes sobre imagen corporal y medios, también descubrió que entre 1999 y 2006, las hospitalizaciones por trastornos alimenticios en EE. UU. Aumentaron 119% entre los niños menores de 12 años.” (Howard, 2018).

### ***3.1.2 Concepto de belleza en nuestros días***

La belleza es un concepto que se basa en unas características que debe tener una persona las cuales se consideran bonitas y deseables, estas características han sido impuestas por la sociedad aunque en realidad son algo subjetivo, ya que los gustos siempre cambian dependiendo de las diferentes percepciones que tienen las personas.

“Hay estándares contruidos en torno a lo que es ser bella y atractiva y las personas son juzgadas según lo bien que cumplen con esa norma”, estos estándares normalmente son mostrados por las redes sociales y/o el entorno, influyendo de manera negativa y creando una falsa idea de los estereotipos de belleza. “Estos juicios pueden influir en los procesos de selección en un trabajo, en las personas que inconscientemente elegimos para ser pertenecer a nuestro de amigos y lo bien que alguien es tratado por extraños.” (Kuo, 2017). Si se puede definir lo que realmente es bello en nuestros día a día o constante cotidianidad, es el aspecto físico que tiene que adquirir una mujer, como por ejemplo, una silueta delgada, con ciertos

aspectos delineados, impuesto por la sociedad, que cada vez agregan un aspecto más con el cambio de época y la sociedad en donde habita, es así como, estos ideales son sustentados, no sólo por la sociedad, sino incluso, por la ciencia.

Esta perspectiva está sustentada en un artículo titulado “Las Mujeres más Guapas”, de un portal de noticias español, esto determinado a partir de la proporción áurea, la cual se define como algo bello hecho por un patrón basado en la figura geométrica del rectángulo, los cuales son repetidos hasta el infinito y sus vértices opuestos se unen y crean un espiral.

“Platón, Miguel Ángel o Leonardo han ido creando teorías que determinan qué objetos, elementos, composiciones visuales, esculturas, etc. que estén creados según determinados principios, determinan que sean más estéticos o cómodos a la vista, que utilizan un lenguaje visual “natural” que hacen que, ante nuestros ojos, parezcan mejores o más bonitos.” (Montana, 2016)

### **3.1.3 *Estereotipos***

Los estereotipos se podrían definir como diferentes grupos de personas que cumplen con unas características similares, suelen ser creencias compartidas socialmente sobre los rasgos de una persona y estos pueden llegar a ser exagerados, existen diversos tipos de grupos, uno de ellos es el estereotipo de belleza femenina que se ha cambiado a lo largo de todos los años. Estos grupos son generalizados y propuestos por la sociedad donde se le pide a las personas que cumplan con ciertas aptitudes necesarias para poder clasificarte y de esta manera saber a qué grupo social perteneces. “Muchos escritores entienden que la belleza ideal se forma abstractamente en vista de los ejemplares individuales de la belleza real, llegando a decir alguno que la belleza ideal es el arquetipo o modelo mental de perfección que resulta en el espíritu del hombre luego de haber comparado y reunido las perfecciones de los individuos.” (Arteaga, 1993)

Los estereotipos pueden llegar a condicionar la convivencia social, ya que estos se vuelven comportamientos negativos hacia una persona específica o a un grupo de personas, dichos comportamientos son llamados discriminación y estos influyen de manera negativa las relaciones sociales entre las personas, creando un entorno hostil y adverso.

#### **3.1.4 Autoestima**

La autoestima es una imagen, pensamiento y/o sentimiento que se puede crear sobre uno mismo, ya sea de aceptación o negación con respecto a algunas características físicas como, la forma del cuerpo, facciones del rostro entre otras. Es algo individual, ya que solo una persona puede evaluarse completamente a sí misma y de esta manera empezar a sentirse mejor o peor consigo mismo.

En el artículo “la autoestima, proceso humano” publicado en el 2017 se dice “la autoestima alta hace referencia al conjunto de percepciones y actitudes positivas que tiene una persona de sí misma” (Arango, 2017) lo que quiere decir es que para poder tener una autoestima alta se debe de tener una buena imagen sobre sí mismo y así poder tener cada vez más amor propio.

#### **3.1.5 Etapas de la adolescencia**

La adolescencia es una etapa en la vida que según la OMS empieza entre los 10 y 19 años, este periodo se produce después de la niñez y antes de la edad adulta. En este lapso de tiempo tanto los hombres como las mujeres empiezan a experimentar cambios emocionales, psicológicos y físicos. En las mujeres los cambios físicos más notables son el crecimiento de las mamas y el ensanchamiento de las caderas, esto hace que las mujeres jóvenes se empiecen a preocupar cada vez más por la forma en que las demás personas las empiezan a ver.

Existen diferentes etapas en la adolescencia, la primera etapa suele suceder entre los 10 y 13 años, donde las mujeres empiezan a notar los cambios corporales, como por ejemplo

el aumento de mamas. La segunda etapa ocurre entre los 14 y 17 años, es probable que aquí los cambios físicos en las mujeres están casi completos, por esto se empieza a crear un interés en las relaciones románticas y sexuales, ya que se empieza a explorar y cuestionar la identidad sexual buscando parejas donde se puedan sentir más cómodas. La tercera y última etapa de la adolescencia es entre los 18 a 21 años donde se termina de completar el desarrollo físico de los adultos jóvenes, en esta etapa las mujeres jóvenes empiezan a tener el deseo de cambiar algunas cosas de su cuerpo que no les parecen lo suficientemente “bonito” para que la sociedad las acepte completamente.

### **3.1.6 Redes Sociales**

Las redes sociales es una herramienta que ha marcado a todas las personas a lo largo de la historia, desde su creación, por la forma de difusión masiva que tiene, ya que su accesibilidad, el alcance y la rápida interacción con los demás hace que cambie todo y genere un impacto en la sociedad. Las redes sociales han generado un gran cambio tanto como en el aspecto social y general de la persona. No obstante en ciertas circunstancias se hace un mal uso de ella promoviendo y fomentando cosas erróneas, como por ejemplo los estereotipos de las mujeres, donde la amplia capacidad de personas que lo usan y campo de aplicación que tiene el internet, normalizan la belleza con la naturaleza de la mujer, creando un hecho erróneo frente a la belleza de cada mujer.

### **3.2 Antecedentes**

El estudio que “revolucionó” e incentivo a erradicar el estereotipo de belleza falso que tenía la sociedad, se generó a partir de la ciencia y tecnología, donde vio el gran impacto que han causado en las mujeres, esta idea de cambiar la definición de belleza y el impacto que tiene en la mujer, se generó desde el 1965, cuando un científico se dio cuenta de esto, no obstante la idea no se acogió de manera positiva y se creó el gran movimiento de extinguir

ese pensamiento erróneo hasta el 2004 (Vázquez.2015), donde se dieron a conocer todas las limitaciones y cambios que se le ha dado a la naturaleza y forma de pensar su belleza propia a la mujer.

En el artículo titulado “Imagen corporal femenina y publicidad en revistas” publicado en el 2007, Zaida Salazar nos habla de los cambios que se han visto en las medidas corporales femeninas y que algunas personas consideran que las mujeres que cumplen con estas medidas pueden valorarse positivamente, y las que no las cumplen muestran una imagen insatisfactoria. (Salazar. 2007).

En el artículo titulado “Campaña de concientización sobre los estereotipos de género en el ámbito de los productos de belleza” publicado en el 2019, Natalia Díaz nos habla de los estereotipos de belleza son inculcados desde las estructuras sociales que tenemos alrededor nuestro, como nuestras familias y amigos, esto hace que tengamos un pensamiento colectivo y de esa forma se crean los ideales que la mayoría de personas intentan cumplir, ya que se perciben como si fueran lo correcto. Como se intenta seguir a estos estereotipos se tiende a seguir patrones que han sido impuestos por la sociedad, como se muestra en los medios y en la publicidad. (Díaz. 2019)

En el artículo titulado “Imagen corporal femenina y publicidad en revistas” publicado en el 2007, Zaida Salazar nos habla de los cambios que se han visto en las medidas corporales femeninas y que algunas personas consideran que las mujeres que cumplen con estas medidas pueden valorarse positivamente, y las que no las cumplen muestran una imagen insatisfactoria. (Salazar. 2007)

En el artículo titulado “El ideal de belleza femenino en Instagram, una reflexión personal desde la ilustración”, publicado en el 2018, Amalia Torres nos muestra como, desde hace mucho tiempo se han empezado a fomentar los estereotipos de belleza en especial en las

mujeres, intentando convencerlas con el fin de tener más aceptación, por tanto, en la sociedad las mujeres se consideran mejores, cuando cumplen una lista de requisitos que se les pide.

(Torres. 2018)

En el artículo “Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina”, publicado en el 2014, Ana Muñoz nos habla de cómo las imágenes retocadas por medio de lo digital impactan en nuestra sociedad, mostrando un ejemplar irreal e imposible de alcanzar de la belleza femenina, y que esto se ha vuelto algo normal para todos nosotros, ya que esas imágenes se ven en muchas ocasiones. (Muñoz. 2014)

#### 4. Marco Metodológico

El tipo de investigación que ha sido utilizada es de análisis experiencial, ya que está basada desde el punto de vista de la psicología, además aborda el tema de manera expositiva, se usaron variables como lo son: edad, autoestima, entorno, a su vez, la investigación documental fue la requerida para esta investigación, ya que se necesitan bases claras para el análisis, por lo que fue necesario investigar conceptos como de belleza, redes sociales y estereotipos de belleza y autoestima esto con el fin de tener claridad sobre cómo se ven relacionados estos conceptos con la investigación a desarrollo.

Con el fin de establecer la percepción de belleza, se realizó una encuesta en la que se tuvo en cuenta como tema de estudio los estereotipos que son creados y difundidos a través de las redes sociales. La encuesta se realizó a una la población de niñas entre 15 y 18 años con una muestra de 53 encuestadas, las encuestas se realizaron a partir del cuatro de diciembre y en ella se contaba con preguntas tales cómo ¿crees que existe un ideal de belleza que debas alcanzar?, esto con el fin de determinar si se cree o no en la existencia de un modelo a seguir en cuanto a belleza. A partir de lo anterior, podemos concluir que se utilizó la encuesta como herramienta metodológica a partir de formularios de Google docs, mediante esta encuesta se busca determinar si la autoestima si es afectada por los estereotipos que se muestran en las redes sociales, esta encuesta fue dividida en 2 partes, la parte inicial corresponde a un análisis en el cual se buscaba entender cómo estas mujeres se veían a sí mismas, teniendo en cuenta su autoimagen, con el fin de determinar qué tanta influencia tienen los estereotipos de belleza de las redes sociales, en las mujeres jóvenes. Como segunda parte de esta encuesta se buscaba obtener un panorama de cómo estas mujeres manejaban las

redes sociales y su relación con ellas, con el fin de determinar la influencia que estas tienen en los cambios de las mujeres para ser aceptadas en la sociedad.

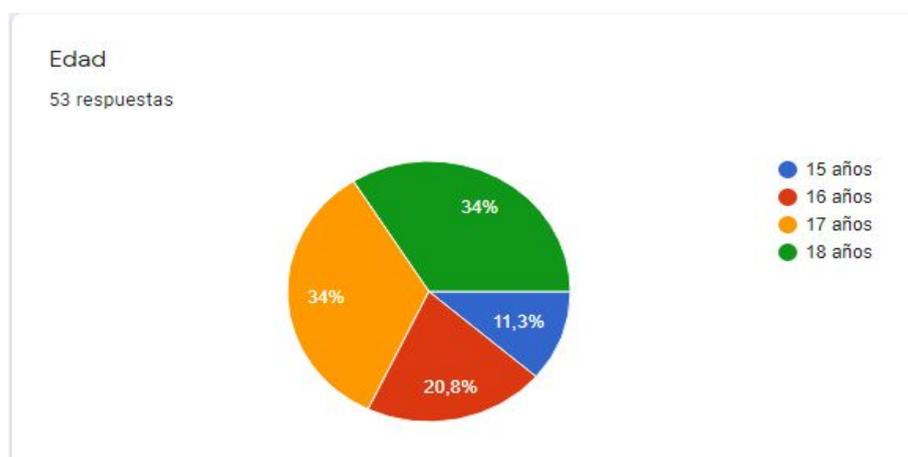
## 5. Análisis de datos

Los datos que se obtuvieron fueron obtenidos a partir de una encuesta de 10 preguntas, que, como ya se mencionó en el marco metodológico, se dividía en dos partes, la primera parte trata de la autoimagen que tienen las mujeres jóvenes y la segunda parte de la función de las redes sociales. Esta encuesta fue realizada a 53 niñas de 15 a 18 años para poder establecer cómo los estereotipos de las redes sociales pueden llegar a afectar la autoestima de las jóvenes mujeres, dichas respuestas fueron recopiladas y analizadas en detalle, teniendo en cuenta algunos conceptos clave, investigados en el marco teórico, como las etapas de la juventud, belleza y estereotipos.

### 5.1 Primera parte de la encuesta Auto-Imagen:

#### Figura 1

*Rango de edad de las jóvenes encuestadas.*

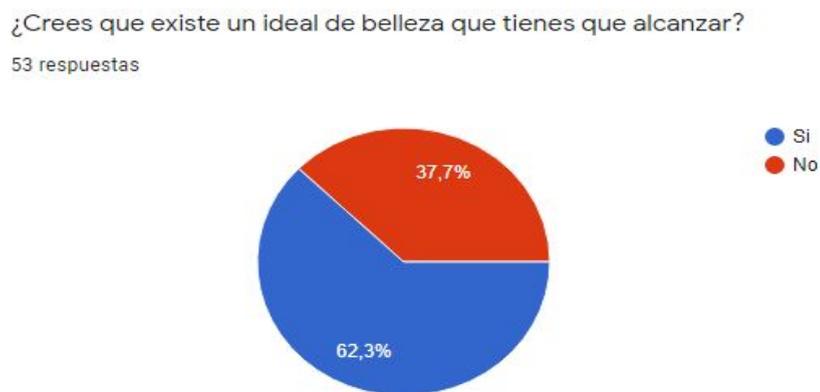


*Nota.* En la figura 1 se puede evidenciar que el 11.3% tienen 15 años, el 20.8% tienen 16 años, el 34% de las encuestadas tienen 17 años, y el 34% tienen 18 años. Entre los 14 y los 17 años, es decir el 66 % de las encuestadas, pueden ser catalogadas en el grupo de las mujeres jóvenes, en este rango de edades, están terminando de desarrollar cambios físicos en su cuerpo y también empiezan a tener interés en las relaciones sociales y amorosas, así que se

empiezan a preocupar por la primera imagen de mujer que van a demostrar al resto de la sociedad. Por otra parte entre los 18 a 21 años, es decir, el 34% de las encuestadas, son mujeres jóvenes ya completaron todos sus cambios físicos, en esta edad se empiezan a preocupar por como cambiar las cosas que no les gustan de su cuerpo, ya que todo su desarrollo físico acabó.

## Figura 2

### *Existencia de un ideal de belleza*

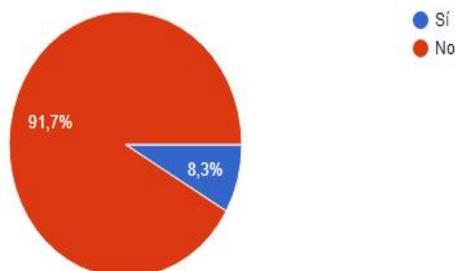


*Nota.* Se puede evidenciar que el 37.7% piensan que no existe un ideal de belleza, mientras que el 62.3% de las personas encuestadas si creen que existe un ideal de belleza que se tiene que alcanzar, teniendo en cuenta que los ideales de belleza han existido durante mucho tiempo atrás y esto se ha vuelto algo de lo que se habla día a día, haciendo que este concepto se normalice y las personas empiecen a creer que si existe un ideal de belleza.

### Figura 3

#### *Inconformidad con la apariencia física*

Si tu respuesta anterior fue verdadera ¿Crees que tu cuerpo alcanza esos ideales de belleza?  
36 respuestas

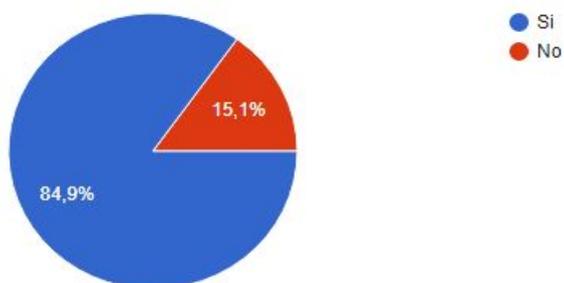


*Nota.* En esta pregunta solo se recibieron 36 respuestas, ya que algunas mujeres piensan que la pregunta anterior es falsa así que no fue necesario que respondan esta pregunta. El 91,7% de las mujeres jóvenes piensan que si existe un ideal de belleza y que sus cuerpos no logran alcanzarlo, mientras que el 8,3% piensa que su cuerpo si los alcanza, ya que los ideales de belleza que la sociedad ha creado, han llegado a generar un efecto negativo en la autoestima de las mujeres jóvenes, ya que estos llegan a ser tan perfectos que las mujeres sienten que no pueden llegar a alcanzarlos.

### Figura 4

#### *Deseo por cambios físicos*

¿Hay cosas de tu cuerpo que quisieras cambiar?  
53 respuestas



*Nota.* El 84.9% de las mujeres que contestaron esta encuesta quisieran cambiar algo de su cuerpo, mientras que el 15.1% no quiere cambiar nada, es decir que las mujeres jóvenes se dejan influenciar por los estereotipos de la sociedad, y esto les genera cierta presión que las hace intentar alcanzarlo y por esto quieren y/o empiezan a cambiar diferentes aspectos para alcanzar el propósito de belleza expuesto por la sociedad y sus estereotipos.

## Figura 5

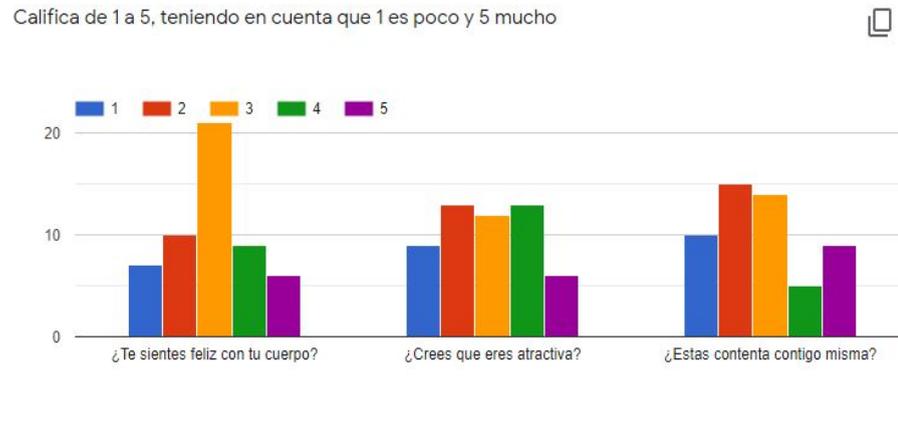
### *Comparación física*



*Nota.* El 47.2% de las jóvenes se comparan frecuentemente con otras personas, el 37.7% lo hace algunas veces, y el 15.1% no se compara con los demás, de forma frecuente debido a que las mujeres jóvenes si suelen comprarse con las demás mujeres, como se puede ver en la gráfica, casi la mitad de las mujeres jóvenes si se compran con las demás, otra cantidad significativa a veces se comprará, y una pequeña parte no lo hace, concluyendo lo que los estereotipos pueden generar en las mujeres jóvenes.

## Figura 6

### Autoconcepto

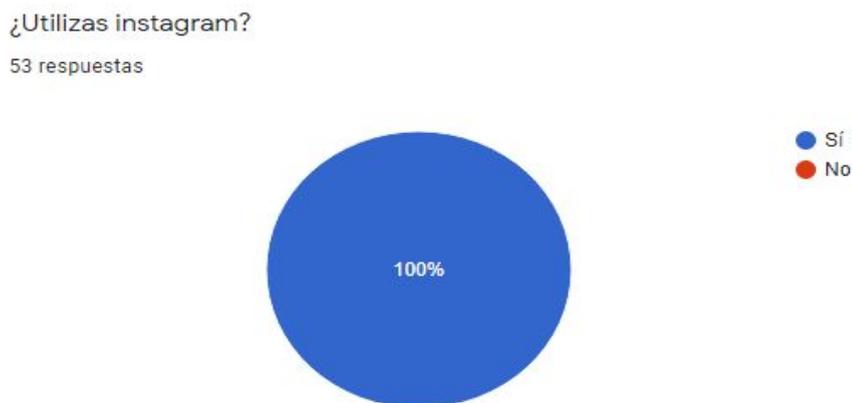


*Nota.* En esta tabla se puede evidenciar que la mayoría, 21 jóvenes se sienten “neutrales” con su cuerpo porque no se sienten poco felices, ni muy felices. También se puede ver que hay un empate en la segunda tabla, pero hay más jóvenes que piensan que son poco atractivas que jóvenes que piensan que sí lo son. Y por último en la última tabla se puede ver que la mayoría no se sienten contentas con ellas mismas, ya que la existencia de los estereotipos hacen que la autoestima de las mujeres jóvenes disminuya cada vez más, y esto empieza a crear una disconformidad con sus propios cuerpos, haciendo que se sientan infelices y excluidas de la sociedad en aspectos de belleza, limitándose a ser parte de una sociedad con un concepto de belleza.

## 5.2 Segunda parte de la encuesta (redes sociales):

### Figura 7

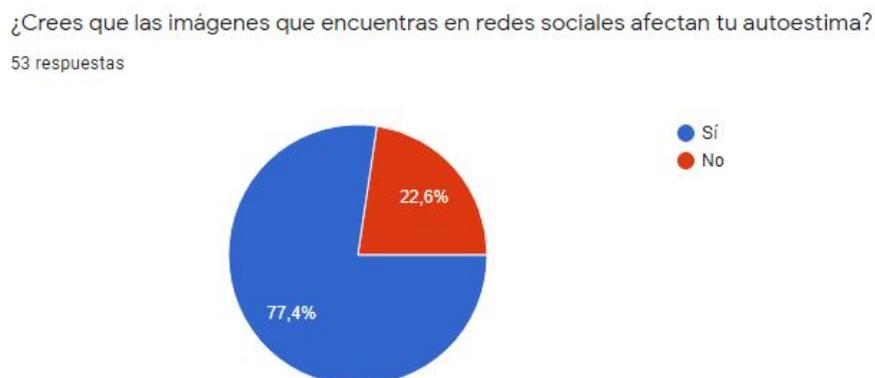
#### Uso redes sociales



*Nota.* Se logra ver que el 100% de las jóvenes encuestadas utilizan la red social Instagram, como se puede observar en el gráfico, todas las mujeres jóvenes que contestaron la encuesta si usan la red social conocida como “Instagram”, demostrando la conexión directa que tienen las mujeres jóvenes y las redes sociales.

### Figura 8

#### Efecto de las redes sociales

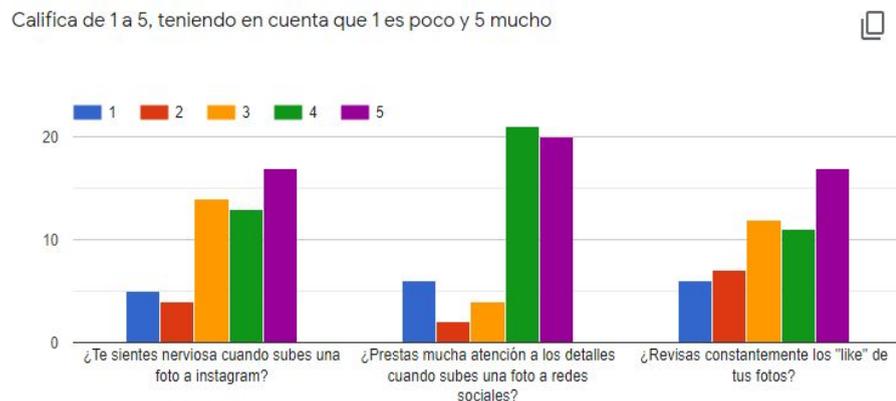


*Nota.* Se evidencia que el 77.4% de jóvenes mujeres creen que las imágenes que se encuentran en las redes sociales pueden llegar a afectar su autoestima, y por el otro lado el

22.6% cree que eso no puede llegar a suceder, ya que las redes sociales pueden llegar a ser un conducto de influencias negativas, mostrando conceptos de belleza erróneos y haciendo que esto se vuelva algo cotidiano, del día a día.

### Figura 9

#### *Presión social en las redes sociales*



*Nota.* En la primera gráfica se evidencia que la mayoría de jóvenes se sienten muy nerviosas cuando suben una foto a Instagram, en la segunda gráfica se puede ver que la mayoría le presta mucha atención a todos los detalles antes de subir una foto y por último en la última gráfica se puede ver que la mayoría de jóvenes están revisando frecuentemente su Instagram para poder ver cuantos likes tiene su foto. Como se evidencia en la gráfica, se puede concluir que a pesar de las mujeres jóvenes se ubican en los cuatro niveles, hay una mayoría que se ubica en los niveles tres, cuatro y cinco, demostrando la alta preocupación que tienen las mujeres frente su forma de verse hacia los demás y los estereotipos que las limitan a pensar así.

## 6. Conclusiones

A partir de la investigación anterior, podemos concluir que el estereotipo de belleza que se ve hoy en día en las mujeres jóvenes fomentado por las redes sociales es una problemática social que debe ser erradicada, ya que estas pueden llegar a generar enfermedades tales como bulimia, anorexia, depresión, entre otras, para intentar alcanzar la idea de lo “bello” impuesto por la sociedad. Desde la antigua Grecia hasta la actualidad, el concepto de belleza ha venido evolucionando y a la vez uniéndose más a lo inherente de la mujer, por lo que se debería exaltar más la belleza natural, en lugar de imponer un ideal inalcanzable.

Este estereotipo que ha adquirido diferentes rasgos afecta directamente a las mujeres, no obstante afecta más a las mujeres jóvenes entre 15 y 18 años debido a la gran importancia y el uso de las plataformas digitales (donde la presente investigación se centra en la plataforma digital llamada “Instagram”). El mal uso del internet y cómo se fomentan los estereotipos erróneos de belleza, han creado muchas problemáticas sociales y personales a las mujeres jóvenes, como se puede apreciar en la figura 4 donde el 84.9% de las encuestadas afirman que desean hacer algún cambio a su cuerpo, en consecuencia de la posible presión que tienen la redes sociales queriendo afectar su estilo de vida cambiando su aspecto físicos, y acoplándose por la fuerza de un mundo en el que la belleza, construida a partir de la sociedad, es fomentada a un punto tal, que la percepción que se tiene acerca de los estereotipos se convierte en un ideal personal, al que se desea llegar a toda costa. Por otra parte, con lo expuesto anteriormente, la sociedad debería apoyar a las mujeres y cambiar estas falsas expectativas de la belleza, como una silueta delgada, rostro perfectamente delineado, entre otras, ya que estas pueden desencadenar trastornos alimenticios y/o otros tipos de

problemas, deberían aceptar a la belleza de cada persona como algo natural, como un aspecto individual, no modificar la naturaleza para que sea una belleza expuesta por la sociedad con ciertos criterios para estar en ella.

A lo largo de esta monografía se vieron diferentes puntos de vista sobre los estereotipos que a lo largo de los años la sociedad ha impuesto. Se vieron los diferentes conceptos de belleza tanto en el pasado como en la actualidad donde, se mostró cómo tenían que ser las mujeres para ser consideradas bellas y los cambios físicos que necesitaban para encajar en la sociedad. Por otra parte también se analizó la influencia negativa de los estereotipos que se muestran en las redes sociales, donde por medio de una encuesta se ve que estos sí están influenciando de forma desfavorable el autoestima de las mujeres. A partir de lo anterior, logramos observar el impacto adverso en el autoconcepto y la autoestima de las mujeres jóvenes por los prototipos de belleza mostrados en las redes sociales. A partir de esta monografía, surgen nuevos interrogantes, que pueden servir de guía a futuras investigaciones, ¿Cómo se puede evitar que la autoestima de las mujeres se vea afectada por estos estereotipos? ¿Alguna vez la sociedad va a dejar de estereotipar a las mujeres?, en un futuro, ¿el concepto de belleza va a basarse en características individuales?.

## 7. Referencias

- Allen, B., & Waterman, H. (2019, 05 21). *Etapas de la adolescencia*. Healthy children.  
<https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>
- Diana, D. (n.d.). *Estereotipo*. TodaMateria. <https://www.todamateria.com/estereotipo/>
- González, B. (1999, 03 12). *Los estereotipos como factor de socialización en el género*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf>
- Howard, J. (2018, 03 8). *Así ha cambiado el concepto de la mujer 'ideal' a lo largo de la historia*. CNN.  
<https://cnnespanol.cnn.com/2018/03/08/mujer-ideal-modelo-historia-moda-cuerpo-flaca-gorda/>
- Kuo, R. (2017, julio 3). *4 ideales de belleza, socialmente aceptados, que son racistas*. Afroféminas.  
<https://afrofeminas.com/2017/07/03/4-ideales-de-belleza-socialmente-aceptados-que-son-racistas/>
- La opresión del ideal de belleza, de Venus a las Kardashian*. (2020, 05 14). El orden mundial. <https://elordenmundial.com/opresion-ideal-de-belleza/>
- Montana, A. (2016, 11 22). *¿Qué es la Proporción Áurea y como se aplica en Diseño?* g-tech desing.  
<https://gtechdesign.net/es/blog/que-es-la-proporcion-aurea-y-como-se-aplica-en-diseno>

*PREJUICIOS Y ESTE PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS Y CÓMO REOTIPOS Y CÓMO  
INFLUYEN EN LA CONVIVENCIA INFLUYEN EN LA CONVIVENCIA.* (n.d.).

[http://www.leioa.net/vive\\_doc/prejuicios-y-estereotipos-es.pdf](http://www.leioa.net/vive_doc/prejuicios-y-estereotipos-es.pdf)

ProFamilia. (n.d.). *Adolescencia y pubertad*. ProFamilia.

<https://profamilia.org.co/aprende/cuerpo-sexualidad/adolescencia-y-pubertad/>

Torres, A. (2018). *El ideal de belleza femenino en Instagram: Una reflexión personal desde la ilustración*. <https://m.riunet.upv.es/handle/10251/110150>

## 8. Anexos

Se diligenció una encuesta con mujeres jóvenes de la edad de 15 hasta los 18 años, con el propósito de tener herramientas numéricas y opiniones para el desarrollo de la monografía, a continuación se podrá ver el formulario planteado para el desarrollo y culminación de la monografía.

### Estereotipos en redes sociales

Esta encuesta busca conocer como tu autoestima se ve afectada por el estereotipos que aparecen el las redes sociales. En esta encuesta se encontraran preguntas sobre tu autoimagen y el uso de redes sociales.

**\*Obligatorio**

Edad \*

15 años

16 años

17 años

18 años

[Siguiente](#)

## Estereotipos en redes sociales

\*Obligatorio

### Auto-imagen

¿Crees que existe un ideal de belleza que tienes que alcanzar? \*

- Sí
- No

Si tu respuesta anterior fue verdadera ¿Crees que tu cuerpo alcanza esos ideales de belleza?

- Sí
- No

¿Hay cosas de tu cuerpo que quisieras cambiar? \*

Si

No

¿Te comparas frecuentemente con otras personas? \*

Si

No

A veces

Califica de 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es poco y 5 mucho \*

	1	2	3	4	5
¿Te sientes feliz con tu cuerpo?	<input type="radio"/>				
¿Crees que eres atractiva?	<input type="radio"/>				
¿Estas contenta contigo misma?	<input type="radio"/>				

[Atrás](#)

[Siguiete](#)

## Estereotipos en redes sociales

\*Obligatorio

### Uso de redes sociales

¿Utilizas instagram? \*

- Sí
- No

¿Crees que las imágenes que encuentras en redes sociales afectan tu autoestima? \*

- Sí
- No

Califica de 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es poco y 5 mucho \*

	1	2	3	4	5
¿Te sientes nerviosa cuando subes una foto a instagram?	<input type="radio"/>				
¿Prestas mucha atención a los detalles cuando subes una foto a redes sociales?	<input type="radio"/>				
¿Revisas constantemente los "like" de tus fotos?	<input type="radio"/>				

¿Cómo te hace sentir esta imagen? \*



- No me afecta
- Me hace sentir insegura de mi cuerpo
- Te hace sentir que tengo que cambiar cosas de mi misma
- Siento que es la imagen de belleza ideal

Atrás

Enviar



COLEGIO  
SAN JOSÉ

MONOGRAFÍA 2020 - 2021

[www.sanjose.edu.co](http://www.sanjose.edu.co)

Calle 8 Sur # 16c - 35, sector El Bebedero, Cajicá