

# **Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram**

Lillyvette Torres Ríos

Universidad de Puerto Rico, Recinto Río Piedras

Facultad de Ciencias Sociales

Departamento de Psicología

Tesis sometida al Departamento de Psicología de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, como requisito para obtener el grado de Maestría en Psicología Social Comunitaria

**Mayo 2023**

Esta tesis es propiedad conjunta de la autora y del Departamento de Psicología de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras. No podrá ser fotocopiada, resumida ni publicada en parte o en su totalidad, sin el consentimiento de la autora y del Departamento de Psicología.

## Hoja de Aprobación

Certificamos que hemos leído y evaluado este documento y que en nuestra opinión es adecuado en el alcance y la calidad de su contenido para el grado de Maestría en Artes en Psicología Social Comunitaria de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.

Aprobada el 12 de mayo de 2023 por el comité de tesis:

---

Ruth Nina Estrella, PhD  
Directora del comité de tesis

---

Laura Fantauzzi Marrero, PhD  
Segundo miembro

## Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	1
Agradecimientos.....	2
Resumen.....	3
Capítulo I: Introducción.....	5
Planteamiento del problema	
Preguntas y objetivos de investigación	
Justificación	
Capitulo II: Revisión de Literatura.....	11
Movimientos sociales del cuerpo ideal de la mujer en Instagram	
Movimiento social: Body Positive	
Imagen corporal de la mujer	
El papel que juega Instagram en la imagen corporal de la mujer	
Capitulo III: Marco Teórico.....	23
Comparaciones Sociales	
La Belleza	
Capitulo IV: Método.....	29
Diseño de investigación	
Muestra	
Instrumento	
Procedimiento	
Capítulo V: Análisis de Resultados.....	33
Uso general de Instagram	

Privacidad en Instagram	
Tiempo de uso	
Personas que sigues	
Publicaciones	
Autoestima	
Movimiento Cuerpo en Positivo	
Cuerpo	
Amor Propio	
Capítulo VI: Discusión.....	43
Capítulo VII: Conclusiones.....	50
Aportaciones	
Recomendaciones	
Limitaciones	
Referencias.....	54
Apéndices.....	59
I. Hoja de Consentimiento Informado Digital	
II. Cuestionario Digital	
III. Autorización de protocolo por CIPSHI	
IV. Hoja de Promoción de Estudio	

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a todas las personas que fueron parte fundamental de mi motivación y me brindaron su apoyo incondicional durante el proceso de creación y culminación de mi tesis. A mi madre quien siempre ha creído en mí y ha sido mi mayor fuente de inspiración. Agradezco a mi hermana, cuyos pasos y logros me han inspirado a alcanzar nuevas metas, y cuyas conversaciones siempre estuvieron llenas de apoyo. A todas las personas que me brindaron el impulso necesario para iniciar y completar mi grado de maestría, gracias de corazón. También dedico este trabajo a las maravillosas amistades y al grupo de apoyo que encontré en esta Universidad, quienes me brindaron aliento y acompañamiento en cada etapa. Por último, a mi compañero de vida, agradezco por motivarme y darme fuerzas cuando las ganas flaqueaban. Su apoyo incondicional ha sido fundamental para completar mi tesis. A todos ustedes, mi eterno agradecimiento.

### **Agradecimientos**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Dra. Ruth Nina, con quien he tenido el privilegio de colaborar desde mi bachillerato. Su paciencia, cariño y confianza en mí han sido fundamentales para lograr grandes avances durante mis años universitarios.

Agradezco a la Dra. Laura Fantauzzi y todos los profesores que han sido parte de mi trayectoria académica, desde el bachillerato hasta el grado de maestría. Gracias por su dedicación y compromiso al expandir mi conocimiento y motivarme a ir más allá de los límites establecidos.

Por último, agradezco las oportunidades que me brindaron en las prácticas, donde pude aprender de primera mano, cuestionar, analizar y comprender las realidades del mundo. También a la Organización sin fines de lucro, Jóvenes de Puerto Rico en Riesgo, a su fundadora Mercedes Cintrón, a Manolo Gavillan, a las grandes amistades que me regaló este espacio y a toda su comunidad, desde empleados, voluntarios, participantes. Gracias por brindarme el regalo de ser mentora y trabajar en su organización que fue el comienzo de mi interés por la Psicología Social Comunitaria. A todos, gracias por enseñarme a no ver el mundo blanco y negro, sino a explorar sus matices y complejidades. Su influencia ha dejado una huella permanente en mi formación académica y personal.

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

### **Resumen**

En la actualidad, las redes sociales desempeñan un papel importante en la vida diaria, utilizadas como canales de comunicación, expresión, entretenimiento, conocimiento y exploración. En este estudio, se busca comprender el impacto en las mujeres puertorriqueñas al exponerse a cuentas de Instagram que promueven el amor propio y la positividad corporal. Se desarrolló un cuestionario en línea mediante *Google Forms*, que abarcó aspectos sociodemográficos, uso general de Instagram, privacidad, tiempo dedicado, cuentas seguidas, publicaciones, autoestima, el movimiento Cuerpo en Positivo, percepción corporal y amor propio. El estudio recopiló información relevante sobre el uso de Instagram, comparaciones sociales y efectos en la autoestima y comportamiento de las mujeres. Comprender cómo las comparaciones sociales y las redes sociales influyen en la autoestima, autoimagen y comportamiento puede orientar a profesionales en psicología social comunitaria a diseñar intervenciones para promover la salud mental y emocional de las mujeres.

*Palabras claves:* Instagram, comparaciones sociales, amor propio, Cuerpo en Positivo



*Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

**Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram**

## **Capítulo I**

### **Introducción**

En la modernidad, las redes sociales han pasado a ser un aspecto importante en la vida de las personas. Se utilizan como medios de comunicación, de expresión, de entretenimiento, de conocimiento, exploración, etc. Se está constantemente conectados a ellas y con las personas que son parte de ellas. Se publican las mejores fotos, los mejores memes, las noticias, opiniones, momentos importantes, el día a día, entre muchas otras cosas. Es difícil no pensar en ella como un ámbito social, aunque este sea en línea. Dentro de ellas se han creado movimientos, comunidades, grupos, etc. con personas que comparten las mismas ideas, opiniones, luchas, en fin, cosas en común. La mayoría de lo que se hace o de lo que se constituye el día a día, se comparte por estos medios.

Existen muchísimas redes sociales como: Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, WhatsApp, entre otras. Cada una tiene un uso específico, por ejemplo: Facebook se usa para compartir noticias, memes, ideas, opiniones, reconectar con amistades de la niñez, escuela, vecindario, etc. También se puede unirse a grupos y movimientos con quienes se comparta opiniones. Instagram, por otro lado, tiende a ser un poco más público; se utiliza para compartir fotos e historias donde se presenta el día a día y las mejores fotos, también como un medio para conectar con personas alrededor del mundo. A diferencia de estas dos, YouTube se utiliza para subir videos y tener mayores contactos con personas importantes y ser reconocidos por videos musicales, deportivos, de habilidades, etc. De esta manera, cada red social tiene distintos usos y acercamientos.

Entonces, se mencionan las redes sociales, pero ¿qué son? Según el diccionario Concepto (s.f), las redes sociales son plataformas digitales que se crean por comunidades de personas con

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

intereses, actividades o relaciones en común, ya sea por amistad, familia, trabajo, etc. Ellas funcionan como medio de comunicación e intercambio de información. Añaden que existen dos tipos de redes sociales, y estas son: redes sociales horizontales y redes sociales verticales. La primera son redes sociales que apuntan a todo tipo de individuo, pero no tienen una temática determinada, como Facebook, Instagram y Twitter. La segunda, son aquellas que se relacionan a personas con intereses similares y específicos, como música, deportes, pasatiempos. Por lo general, suelen utilizarse por profesionales que comparten el ámbito laboral o buscan ampliar sus parámetros laborales.

Por otro lado, Bayer et al. (2020) explican que las redes sociales, al estar en constante cambio, se hacen complicadas al momento de definir. Añaden que estas redes al servir como medio masivo y comunicación interpersonal dificultan aún más su definición. Señalan que también funcionan para ofrecer nuevas oportunidades de encontrar, observar e interactuar con otros rompiendo con las limitaciones de espacio y tiempo. En el proceso de definir y entender los medios sociales, los autores identifican cuatro elementos que están presentes en las mismas.

El primer elemento es el perfil donde permite a los individuos presentar información sobre sí mismo en un espacio personalizado. Aquí se ofrece un espacio para auto representarse, que no es otra cosa que controlar cómo se es percibido por los demás (Bayer et al., 2020). El segundo elemento lo ocupa la red que provee el espacio para relacionarse con personas conectadas a la red social. Funciona para la rápida comunicación y constante para agrandar la variedad de vínculos, se le añade la capacidad de búsqueda que se utiliza para hallar información y personas y, por último, la asociación, que permite que las personas creen, vean y atraviesen vínculos entre personas y/o contenido.

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

El tercer elemento es la transmisión que presenta contenido y noticias que cada persona publica o comparte en sus perfiles. Las mismas ofrecen un alto nivel de conciencia del otro, mientras que gana conocimiento de otras personas y eventos en sus redes, lo cual promueve en las personas la práctica de comparación social. Por último, se presenta el elemento mensaje que refuerza el uso general y admite tareas que requieren mayor de la que ofrece el elemento de transmisión. Está ligada a la privacidad, portabilidad y asincrónica, y también se asocia con características como historias de mensajes, señales de que el otro está escribiendo y recibos de lectura, que impulsan a la inmediatez de respuesta, al compromiso con responder porque lo viste y sutilmente limita la privacidad. Así, existe cierta noción de estar permanentemente conectado y en línea.

Gordon (2021) presenta algunas señales de que las redes sociales están afectando la salud emocional. Entre ellas, explica que, si el uso que se ejerce en las redes sociales está impactando las relaciones o distrayendo de realizar tareas laborales o educativas, puede ser problemático. Añade que el uso a las redes sociales pudiera ser problemático si se utiliza para combatir el aburrimiento o lidiar con la soledad. Además, se le suma otras señales a las que se debe estar pendiente si las redes sociales están desarrollando un impacto negativo. Entre ellas están: si los síntomas de ansiedad, depresión y soledad aumentan, se pasa más tiempo en las redes que con amistades o familiares, suele a compararse de manera negativa con otros o siente envidia hacia otros constantemente, si la persona está practicando comportamientos de riesgos para tener mayores “likes”, si las obligaciones de la vida cotidiana se están viendo afectadas y si no hay tiempo para realizar prácticas de autocuidado.

Por el contrario, Mafra (2018) explica que las redes sociales regalan la comunicación instantánea y sin fronteras, donde podemos comunicarnos con personas de cualquier parte del

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

mundo en tiempo real. Esto ayuda a formar nuevas amistades, conocer a personas con los mismos intereses e intercambiar opiniones. También son fuentes de información, donde se tiene acceso a periódicos y noticias de todas partes del mundo. Además, ofrecen un mundo de entretenimiento donde existe un sinfín de distractores e información sobre temas de interés popular. Cuncic (2020) añade que, las redes sociales pueden funcionar como un puente para iniciar y establecer conexiones sociales más fácilmente, también les facilita a personas con trastorno de ansiedad que se comuniquen con otras, cuando el transporte, aislamiento o miedo sea mayor y no les permita salir de la casa.

Las personas se exponen e informan de injusticias o situaciones que en otro momento pudieran pasar desapercibidas por los medios de comunicación. Gracias a las redes sociales, muchas de estas situaciones han salido a la luz donde por medio de denuncia social se han podido resolver problemas con más eficiencia o recaudar fondos para ayudar a alguna causa. Cabe resaltar que el rápido alcance a información ayuda a formar y organizar acciones solidarias. Además, son una fuente para mayor visibilidad profesional, donde se puede crear nuevos contactos y tener acceso a más oportunidades de crecimiento. También, llamar la atención de futuros clientes.

De esta manera, es claro que las redes sociales consumen gran parte de la vida de sus consumidores, tanto que Bayer et al. (2020) señalan que “Social media have served to diversify, or at least spotlight, the variability in contexts that humans inhabit in everyday life” (p.19). Los contextos sociales se componen de un hogar, escuela, Universidad, trabajo, Iglesia, salidas con amistades y también de las redes sociales que, de paso, son varias. En cada uno de estos ámbitos las personas se comportan, se relacionan y comparten de “x” o “y” manera. Además, en cada una de ellas se enfrentan a distintas personas y relaciones, igual sucede en todas las redes sociales de

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

las que se forma parte. Cada una tiene su manera de funcionar y en cada una se realizan publicaciones más o menos íntimas, donde se busca caracterizarse, identificarse y distinguirse de los demás.

Como todo, las redes sociales también tienen su precio a pagar, han consumido tanto el diario vivir que todo se publica, tanto cosas positivas como negativas. En estos espacios se pueden dar situaciones de mucha hostilidad, acoso, desprestigio y completa exposición. Por consiguiente, todo lo que se publica es público, cualquiera puede tomarlo, editarlo y compartirlo en otros espacios, de esta manera los seguidores pueden hacer lo que quieran con esa información. Al tener tanta exposición, se es observado, señalado y criticado por la imagen corporal, cómo lo llevas, cómo lo expones y cómo es. Caen encima todos los estándares irreales, idealizados y absurdos.

“En el pasado eras lo que tenías, ahora eres lo que compartes” (Bogaard, 1975). Las redes sociales se han posicionado como un espacio de juicio, donde el juez es todo aquel que tiene acceso a los perfiles de las personas. Ese juez, juzga los comportamientos, las fotos, publicaciones y decide si cae dentro de lo que le interesa o lo descarta. Por lo tanto, aunque la red social sea de la persona, la mayoría de las veces funciona para complacer a los demás y a la vez, buscar aceptación de ese otro. Por eso el perfil demostrará lo que quiere compartirle a su audiencia en esa red social.

Por otro lado, las redes tienen distintos usos. Por ejemplo, funcionan como espacios para conocer a personas con intereses similares, para pertenecer a grupos de apoyo, para estar al tanto de las noticias y, también como espacio de entretenimiento. Según Casado y Xavier (2018), en ellas puedes comunicarte por medio de mensajes directos e interactuar con el contenido que publican los usuarios seguidos. Incluso, han adquirido la importancia de utilizarse como medio

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

informativo y recopilación de recuerdos. Pero su mayor funcionalidad es ser el nicho de las comparaciones sociales. La influencia en la persona se relacionará con el uso que se ejerce a las redes sociales.

### *Propósito del estudio*

Este estudio estará centrando, solamente, en la red social llamada Instagram y el movimiento que está en desarrollo, titulado “body positivity” y “self love”. Se busca conocer ¿qué impacto genera en las mujeres puertorriqueñas el movimiento Cuerpo en Positivo (*Body Positive*) que se presenta en Instagram donde se promueve el amor propio? Y ¿qué impacto genera en las mujeres puertorriqueñas el movimiento *Body Positive* que se presenta en Instagram donde se promueve la positividad corporal? De esta manera, los objetivos de este estudio son conocer el impacto que se genera en las mujeres puertorriqueñas el exponerse a cuentas de Instagram que promueva el amor propio y conocer el impacto que se genera en las mujeres puertorriqueñas el exponerse a cuentas de Instagram que promueva la positividad corporal.

## **Capítulo II**

### **Revisión de Literatura**

Actualmente, Instagram es la red social de mayor crecimiento del mundo, con más de mil millones de usuarios. Fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en el año 2010 y luego fue comprada en el 2012 por el creador de Facebook, Mark Zuckerberg. Instagram se enfoca en compartir imágenes y videos de forma simple, constante y espontáneamente, permitiéndole a sus usuarios aplicar efectos fotográficos (Álvarez, 2019). Su mayor uso es para compartir contenido creativo de las personas, marcas y compañías que utilizan esta red social donde buscan conectar con la comunidad que le sigue. Gabriel Cuadra (2017), explica que el objetivo principal de esta red social es ofrecerles a sus usuarios un espacio para compartir sus experiencias, anhelos, logros y vivencias de forma visual.

En realidad, Instagram ha pasado a ser un diario visual de sus usuarios, donde aparte de compartir fotos, también se publican historias. En ellas se captura cada momento, desde que la persona se levanta hasta que se acuesta. También se puede reaccionar a las historias de las personas que se sigue y de esta manera, se entablan conversaciones, sugerencias, encuestas, sesiones de preguntas y, hasta “quizzes”. Esto ha creado un tipo de dependencia de sus usuarios porque los mantiene conectados a lo largo del día. Se ha convertido en un espacio de socialización, tanto con personas conocidas, como con personas de otras partes del mundo.

No cabe duda de que se es influenciado por esta red, que se generan conversaciones y acompañamiento del diario con los seguidores, que tiene un impacto en la persona y que, por medio de este, se sigue desarrollando el ámbito social, en especial atravesando por una pandemia que requiere distanciamiento físico. Este estudio parece pertinente para la psicología social



## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

comunitaria, ya que las redes sociales son parte de la socialización, en ella se pasan las horas e influye en el comportamiento y en la manera en que las personas se relacionan.

### *Movimientos sociales del cuerpo ideal de la mujer en Instagram*

Los movimientos sociales tienden a ser campañas poco organizadas pero sostenidas por un objetivo social. Estos grupos difieren en tamaños, pero son esencialmente colectivos. En otras palabras, como explica Smelser (2020) "...son el resultado de la unión más o menos espontánea de personas cuyas relaciones no están definidas por reglas y procedimientos, sino que simplemente comparten una visión común de la sociedad" (paras. 1). Rocha (2016) añade que estos grupos se unen en respuesta a una situación de desigualdad, opresión y/o demandas sociales, políticas, emocionales o culturales insatisfechas. Van dirigidas a transformar las estructuras dinámicas de poder existentes.

Es claro que los ideales o estándares de belleza que se tienen en la sociedad tendrán algún efecto en sus habitantes. Los mismos han generado la creación y desarrollo de muchos movimientos sociales que abogan contra estos estándares. Entre ellos se encuentra *La rebelión del cuerpo* que nació en el 2017 buscando concientizar sobre la violencia simbólica y sus efectos en la construcción de identidad de niñas, adolescentes y mujeres donde se desnaturalice esta violencia y se genere un cambio social en las niñas y mujeres para que se sientan seguras y empoderadas de sus cuerpos (Juntas en acción, 2019). Se le suma el movimiento de *Piernas Cruzadas* que mediante el cuerpo busca abogar por las crisis y fisuras de las sociedades actuales. Según su ideología, las relaciones sociales son entendidas mediante la configuración del cuerpo, del sexo y del género como símbolos de poder (Jiménez Garcés, 2015).

### *Movimiento social: Body Positive*

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

Este movimiento promueve la práctica de tener una imagen corporal positiva y de esta manera, desafiar los estándares irreales que crea la sociedad abogando por la aceptación de todos los cuerpos. En lo personal, he visto un gran auge de este movimiento desde que comenzó la pandemia, ya que he estado más tiempo utilizando mis redes sociales. Además, pienso que también tiene que ver con que las personas han tenido más tiempo libre y se han propuesto conocer más o exponerse a hábitos saludables. El objetivo de este movimiento es construir y generar la confianza en sí mismo, promoviendo el amor propio, comportamientos saludables y aceptando de manera positiva el cuerpo. A la misma vez que se promueve de manera personal, también se genera en los demás. El mismo se centra en la invitación a que las personas se amen y acepten tal cual. De esta manera, la positividad corporal es una crítica a industrias como la moda, el deporte, la farmacología y los medios por tratar de crear una idea falsa del cuerpo.

El modelo *Be Body Positive* está dirigido a abordar los problemas relacionados con la imagen corporal, peso y la identidad que mueve a las personas a cambiar de comportamientos dañinos a unos positivos que vayan dirigidos al autocuidado. Este modelo permite el verdadero éxito, porque ese éxito no se mide como un objetivo final, sino más bien como un estilo de vida que le ofrece a todas las personas a amarse y cuidar sus cuerpos genéticamente heredados. Este modelo, a diferencia de otros programas de salud y pérdida de peso, les brinda una guía a las personas a encontrar su camino hacia una buena salud y felicidad, en vez de crear reglas y restricciones. Por último, al ser de esta manera, abre la posibilidad de llegar a personas y grupos más diversos. Además, se ha demostrado que este modelo ayuda a las personas a mejorar su habilidad de regular la alimentación, disminuir la depresión, ansiedad e incrementar la autoestima.

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

Este movimiento, según Sánchez (2019), se tomó forma mediante tres olas. La primera ola se llevó a cabo en 1960 con un locutor de radio, llamado Steve Post de Nueva York donde generó una reunión en el Parque Central para protestar la discriminación contra la grasa. Luego de ese evento, Lew Louderback compuso un ensayo titulado ¡Más personas deberían ser gordas! a raíz de la discriminación a la que se enfrentó su esposa. Este buscaba corregir la vergüenza y la falsa creencia de que ser gordo significaba no estar saludable. Esta obra inspiró a la creación de la Asociación Nacional para promover la aceptación de grasas en 1969 por Bill Fabrey con el fin de acabar con la discriminación basada en el peso corporal y de ella, nace la iniciativa *Health at every size* que establece que la salud se debe determinar por las pruebas médicas en lugar de por observación del peso.

La segunda ola se realizó en la década de 1990, para que las personas de todos los tamaños tuvieran un espacio donde se sintieran cómodas para reunirse y hacer ejercicios. De esto surgieron varios programas como *Making Waves* y *Yoga for Round Bodies*. En 1996, dos trabajadoras sociales clínicas licenciadas llamadas Connie Sobczack y Elizabeth Scott, crearon la organización *The Body Positive* como resultado de la muerte de la hermana de Sobczack debido a su trastorno alimentario. Esta organización tenía como objetivo “...replantear la manera en que las mujeres piensan acerca de los estándares de belleza, y para cambiar el enfoque de ver su propio cuerpo negativamente para cumplir las metas y los sueños de su vida” (Sánchez, 2019, p. 6). De esta manera, buscan enseñarles a las personas a conectar con su cuerpo donde practiquen el autocuidado guiado por el amor, el perdón y el humor.

La tercera ola se forma en los años 2010 con la ayuda de las redes sociales, donde se ha visto mayor presencia de este movimiento. La mayoría de las personas que van alineadas a este movimiento son mujeres con cuerpos no normativos que utilizan sus redes para desafiar los

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

ideales dominantes de la belleza femenina. Aunque la mayoría de las personas que apoyan a este movimiento son mujeres, no se limita a ellas. Esto ha ido acompañado de personas que informan a sus seguidores de las cuentas de personas y grupos que deben seguir para trabajar y apoyarlas en el proceso de lograr tener mayor confianza en su cuerpo y practicar amor propio. Este movimiento es de gran apoyo para otras mujeres que se sienten identificadas y se relacionan con el mismo.

El cuerpo en positivo aparte de promover el amor propio y aprender a amar el cuerpo, también busca visibilizar las realidades del cuerpo humano como orientación sexual, estrías, celulitis, acné, alopecia, pecas, baja estatura, sobrepeso, enfermedades, cicatrices, etc., y de esta manera, a promover que es algo natural y no son defectos (Barreto, 2017). El *body positive* además de visibilizar lo que es normal, busca normalizarlo. Es una invitación a repensar, reflexionar y replantear estereotipos aprendidos y conocidos por la sociedad que habitamos. “Asimismo, busca la aceptación de todos los cuerpos sin importar sus pesos, funcionalidades y estaturas, entre otros factores” (Palma, 2021). Estos movimientos sociales van alineados a el momento actual, ya sea en las redes sociales que son parte de la cotidianidad y por medio del discurso feminista que critica la creencia de que el cuerpo se tiene que ver de tal o cual manera, según la sociedad lo entienda.

Este modelo trabaja para romper con el odio generado hacia sí mismo aprendido por los estándares irreales de belleza creados por la sociedad. También, ayuda a los participantes a formar una conexión entre la mente, el cuerpo y el mundo en el que se vive. Griffin (2018) explica que, este modelo ayuda a que los participantes detecten comportamientos dañinos sobre la salud y la imagen corporal, a desarrollar hábitos alimenticios y de ejercicio intuitivos, a practicar la autocompasión, a fortalecer el aprecio y el respeto por todo tipo de cuerpos y a

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

cultivar grupos de apoyo o comunidades que ayudarán a mantener esos hábitos saludables. De esta manera, se busca desarrollar en las personas prácticas saludables, promoviendo el autocuidado y amor propio.

### *Imagen corporal de la mujer*

Muñoz López (2014) explica que la imagen corporal no está relacionada, solamente, a la apariencia física real, sino que contempla elementos claves como las actitudes y valoraciones que el individuo hace sobre su propio cuerpo. Añade que se contemplan aspectos perceptivos y subjetivos que hacen referencia a cómo se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su cuerpo. Esto se va transformando por medio de varios componentes: el perceptual, el cognitivo, el afectivo y el conductual. Se va formando por medio de dos variables importantes: la importancia de la imagen corporal para la autoestima y la satisfacción o la insatisfacción con la misma. De esta manera, la imagen corporal se verá influenciada por diferentes factores que incluyen aspectos biológicos, psicológicos, sociales y ambientales que varían con el tiempo, época o momento histórico.

La imagen corporal es una representación mental del cuerpo que se va formando desde la niñez y toma una posición importante en la adolescencia, siendo crucial para el desarrollo psicosocial del individuo (Ramos et al., 2016). El mismo abarca autopercepciones, pensamientos, sentimientos y acciones referente al propio cuerpo, en especial a su apariencia. Ramos et al. (2016) presentan la imagen corporal como:

... un constructo complejo, que incluye tanto la percepción de todo el cuerpo y sus partes, como del movimiento y límites de este, la experiencia subjetiva de actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones, así como los comportamientos derivados de las cogniciones y los sentimientos que experimentan. (parra. 2)

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Este constructo no es otra cosa que la manera en cómo se observa el cuerpo, y esta imagen puede ser, muchas veces, con relación a otra persona (Campbell & Proshad, 2019). De esta manera, este concepto está en constante cambio e interacción (Ramos et al., 2016).

Campbell y Proshad (2019) añaden el concepto de insatisfacción corporal que es la cognición y emoción negativa y disfuncional que se tiene sobre la propia apariencia. Esto se presenta cuando se tiene una imagen corporal negativa de sí mismo. De esta manera, se puede deducir que estar expuesto, constantemente, al discurso del cuerpo “ideal” genera repercusiones en la salud mental de la mujer. De acuerdo con Women 's Health (s.f), las niñas son más propensas a tener una imagen corporal negativa en comparación con los niños. Según Alemany y Velasco (2008), la manera más fácil para trabajar con estos malestares es por medio de prescripciones de medicamentos y la psiquiatrización, en vez de desenmascarar las verdaderas causas sociales.

Entre estos problemas, Alemany y Velasco (2008) explican que el cine o televisión y en este caso, se podrían añadir las redes sociales, representan modelos que se convierten en ideales a seguir o a desear seguir. Estos medios, según Campbell y Proshad (2019), son los mayores promotores de la insatisfacción corporal, quienes constantemente promueven estándares de belleza inalcanzables que van dirigidos y forzados a la población femenina. Las mujeres-modelos que se presentan en los medios, las muestran como objeto erótico, con cuerpos perfectos y tan ajeno a la realidad que crea en las mujeres-no modelos, malestares (Alemany y Velasco, 2008). Esto genera mujeres vulnerables y en una búsqueda incesante a conseguir el cuerpo ideal. “La consideración del lugar que ocupa la mujer en el escenario social nos induce a reflexionar sobre la causa de la mayor demanda de atención médica y psiquiátrica por parte de las mujeres” (Alemany y Velasco, 2008, párra. 19).

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

### *El papel que juega Instagram en la imagen corporal de la mujer*

Para poder entender la importancia de estudiar Instagram y sus influencias, se debe comenzar explicando cómo funcionan las comparaciones sociales, de manera breve, ya que serán explicadas a mayor profundidad más adelante. Estos son procesos que llevan a las personas a evaluar sus actitudes, habilidades y rasgos en comparación con otros, en especial, a esos más cercanos. Cherry (2020) explica que existen dos tipos de comparaciones sociales: a) comparación social ascendente y b) comparación social descendente. La primera sucede cuando una persona se compara con alguien que entiende que está mejor, esto mayormente genera un deseo por mejorar. La segunda sucede cuando se realizan comparaciones con personas que están en una situación peor, este tipo de comparación tiende a hacer sentir mejor a la persona de sus habilidades y rasgos.

Una investigación que ejemplifica lo antes mencionado, es la que realizaron Vogel et al. (2014) donde examinan si la exposición a las redes sociales se relaciona con cambios en la autoevaluación y si esto pudiera ser a consecuencia de los procesos de comparación social. En ella utilizaron los dos tipos de comparaciones sociales explicados anteriormente. Realizaron su investigación probando sus hipótesis en dos estudios, uno correlacional y otro experimental. En el primero, operacionalizan la exposición a los sitios de redes sociales como frecuencia del uso de Facebook (medida común del uso de Facebook) y se evaluó la autoestima, utilizando la Escala de Autoestima de Rosenberg validada. Luego, para conocer el grado de comparación social que se ejerce por medio de Facebook, se les preguntó a los participantes cómo tienden a centrarse hacia las personas que están mejor y peor que ellos en Facebook.

En el segundo estudio, Vogel et al. (2014), buscaron evaluar si la exposición temporal a información de comparación social afectaría la autoestima y la autoevaluación. De esta manera,

### ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

expusieron a sus participantes a perfiles falsos donde se buscaba conocer si la información que allí se exponía, transmitía un estado de comparación ascendente o descendente. En el estudio correlacional se demostró que las personas con mayor uso de Facebook tienden a tener baja autoestima. Cabe señalar que, el grado de comparación social ascendente fue mayor que el descendente y esto generó significativamente la relación entre el uso de Facebook y la autoestima. En el segundo estudio, se demostró que los participantes tenían una autoestima baja y autoevaluaciones pobres al ser expuestos a redes sociales con alta interactividad. De esta manera, concluyeron que estar expuestos a perfiles con contenido positivo genera baja autoestima y autoevaluaciones relativas.

Además, Senín et al. (2020) realizaron una investigación donde querían conocer si el uso de Instagram está asociado con la preocupación dismórfica a través de cuatro variables mediadoras, que son: a) comparaciones relacionadas con la apariencia, b) ideas de referencia sobre “atención, apariencia”, c) ideas de referencia sobre “reír, comentar” y, d) dificultades de regulación emocional. Explican que teniendo en mente que las mujeres tienden a comparar su apariencia, muestran más ideas de referencia y tienen mayor dificultad para regular sus emociones, propusieron examinar si esta relación pudiera ser moderada por género. En este estudio participaron 796 (54% mujeres) personas entre las edades de 18 a 35, residentes de zonas urbanas y semiurbanas de las provincias de Cádiz y Sevilla. Como instrumento, utilizaron el “Dysmorphic Concern Questionnaire” (DCQ) traducido al español. Esta escala tipo Likert, busca medir las preocupaciones relacionadas con la apariencia física.

Los hallazgos encontrados en este estudio sugieren que el uso de Instagram está relacionado con la preocupación dismórfica por medio de las comparaciones relacionadas con la apariencia, las ideas de referencia se asocian con la risa y los comentarios y, la regulación



### *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

emocional es independiente al género. Añaden que los resultados de ideas de referencia como variable mediadora, no fueron lo que esperaban. A pesar de que la atención y la apariencia de ideas de referencia estuvieron relacionadas con el uso de Instagram, la relación con la preocupación dismórfica no fue significativa, aunque sí lo fue en los análisis correlacionales. Por otro lado, las ideas de referencia en relación con la risa y comentarios mediaron entre el uso de Instagram y la preocupación dismórfica, y al contrario a lo que Senín et al. (2020) habían propuesto, el alto uso de Instagram también afecta al hombre de la misma manera que a la mujer, en relación con la preocupación dismórfica. Por último, concluyen que este estudio realizado sugiere que la preocupación dismórfica está relacionada con el alto uso de Instagram que se asocia con comparaciones constantes acerca de la creencia de que son objeto de burlas debido a sus defectos o imperfecciones y también se refleja dificultad en la regulación de emociones en relación con su apariencia física.

Las redes sociales pueden desencadenar muchos pensamientos negativos, si nos aferramos a ellas. Scott (2019) señala que un estudio reveló que las mujeres que tienen una alta participación en Pinterest (red social), experimentan altos niveles de estrés a consecuencia de la comparación social porque sienten que no están a la altura de lo que otros publican. Cabe destacar que, los medios digitales han creado nuevos contextos para expresar y explorar distintos aspectos de la identidad (Arab y Díaz, 2015). Es por esto por lo que, de acuerdo con el espacio, el individuo crea diversas identidades que van generando experiencias interpersonales e intrapersonales, de acuerdo con el uso que se le de. Añaden que, en la adolescencia, el grupo de pares pasa a ser muy relevante en el proceso de construir la identidad y transformar un referente para ir modelando ciertos aspectos personales, dependiendo de la retroalimentación que reciban.

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Das y Raman (2019) explican que en las redes sociales se ha desarrollado una plataforma donde aparte de observar fotos de otras personas, se publican fotos de sí mismo, y de esta manera, se le añade significancia a la apariencia física. En suma, los reportes de Singapur en este estudio presentan que existe presión al publicar fotos “perfectas” en estos medios, donde se selecciona y se edita, cuidadosamente, la foto a publicar. Así que existe una cadena de evaluación de apariencia donde se ofrece retroalimentación de ambas partes, tanto del observador como del observado, por medio de me gusta, comentarios y compartiendo el contenido en su propia red. Das y Raman (2019) insisten en que esta cadena de evaluación desarrolla grandes preocupaciones sobre las repercusiones psicológicas negativas que esto pueda generar.

Por otro lado, Scott (2020) presenta algunos beneficios del proceso de comparación social donde se puede generar inspiración a mejorar y apreciar lo que se tiene. Comparte técnicas para liberarse de ese entrapamiento de la comparación social. En primer lugar, exhorta a identificar modelos a seguir, esto ayuda a obtener beneficios de su éxito sin agregar el elemento de competitividad a sus propias relaciones. También exhorta a crear un grupo de apoyo con personas comprensivas y dirigidas a un mismo objetivo. Esto ayuda a que en el proceso se entiendan y apoyen para todos poder lograr su meta.

Otro beneficio es conseguir a un amigo con quien se pueda compartir la motivación, donde se comuniquen para hablar sobre sus metas, celebrar juntos y motivarse a cumplirlas. Scott (2020) invita a que cuando se esté a punto de caer en la tentación de la comparación, es mejor igualar el puntaje en la mente. De esta manera, cuando la persona sienta que alguien le lleva la delantera, recordar sus victorias y fortalezas. También ayuda a

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

practicar el altruismo y, por último, a que se eliminen o se minimice el contacto con personas que están, constantemente, juzgando y comparando.

### **Capítulo III**

#### **Marco Teórico**

“Conocí un segundo nacimiento, cuando mi alma y mi cuerpo se amaron y se casaron” (Khalil Gibran, 2016). Se hace tan difícil amarse tal cual cuando se es bombardeado por todos lados con cuerpos perfectos, ideales y deseados. Se puede observar en todos los medios de comunicación y en las redes sociales, que de paso se tiene acceso a ellas constantemente. La vida siempre está compuesta de un otro, con el que se comparte, se relaciona, se compara. En Psychology Today (2020) se plantea que hasta un 20% de nuestros pensamientos son sobre comparaciones de alguna clase.

Según Buunk y Gibbons (2000) las comparaciones sociales son clave para la adaptación y supervivencia humana. Esta práctica se ejerce, ya que los seres humanos tienen una necesidad inmensa de evaluarse y mejorar. Buunk y Brenninkmeyer (2000) explican que la teoría de la comparación social “... trata de la búsqueda de nosotros mismos, de la búsqueda de información relevante para el yo y de las formas en las que la gente consigue autoconocimiento y descubre la realidad sobre sí mismos” (p. 5). Además, Hyman (1942) proponía que “...la valoración del propio estatus, en dimensiones como la posición económica, la capacidad intelectual y el atractivo físico, depende del grupo con el que uno se compare” (p. 5). Es claro que la comparación social estará influenciada por el grupo con el que se relacione, por su alrededor, lugar de nacimiento, por la cultura y por las personas más allegadas.

Leon Festinger en 1954 desarrolló la teoría de comparaciones sociales, que básicamente propone que se autoevalúa las opiniones, capacidades y habilidades según la de los demás (Ruiz Mitjana, 2019). Su teoría busca conocer el por qué de la necesidad de compararse, cuál es la motivación y cómo se hace. Esta teoría parte de dos premisas para su elaboración. Por un lado, se

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

propone que "...las evaluaciones de opiniones o capacidades subjetivas son estables..." (Ruíz, 2019, párrafo 12). Esto sucede cuando las opiniones o capacidades son parecidas a las del individuo que está comparando. Por otro lado, la segunda premisa establece que la persona se sentirá menos atraída hacia opiniones o capacidades que se diferencian mucho de ella.

A través de los años esta teoría se ha seguido desarrollando y evolucionando. En este proceso se han añadido explicaciones de cómo estas comparaciones surgen en el ser humano. En este proceso se plantean tres dimensiones: comparación lateral, comparación ascendente y comparación descendente. Según Terol et. al (2012), la primera se ejerce cuando el individuo se compara con otros iguales o similares a su persona. La comparación ascendente sucede cuando el individuo lo hace con otros que considera que están en mejor situación y, por último, la comparación descendente es cuando el individuo considera que el otro está en peor estado.

Según Ruíz (2019), Festinger propone en su teoría la comparación ascendente que plantea que preferimos compararnos con personas semejantes a nosotros. Esta hipótesis de la similitud plantea tres puntos de comparación: 1) en capacidades, 2) en opiniones y 3) en situaciones ansiógenas. La primera plantea que cuando se evalúan las capacidades, se comparan con personas mejores para mejorar. En la segunda, el proceso de evaluar las opiniones se realiza con las personas que piensan diferente y si en ese proceso coinciden, brinda un sentimiento de autoafirmación. Por último, en situaciones ansiógenas, las cuales generan ansiedad, se tiende a comparar con personas que estén en la misma situación para así sentirse comprendidos.

Los efectos en el estado emocional de las personas dependerán de la dirección con la que se lleve a cabo la comparación. Mientras que la comparación lateral ayuda a reducir la ansiedad y el sentimiento de anormalidad o unicidad, la comparación ascendente produce sentimientos negativos y de frustración, y en cambio, la comparación descendente genera sentimientos

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

positivos que permiten sentirse mejor con sí mismo y produce una sensación de alivio. Según Buunk e Ybema (1995), estas comparaciones se complican según la interpretación (identificación o contraste) que realiza el individuo. El proceso de identificación es cuando una persona busca convertirse en otra, adaptando su conducta. Mientras que, el proceso de contraste es cuando la persona tiene a otro como punto de referencia que le diferencie para evaluar su actual funcionamiento.

Según Vélez (2020), existen muchas razones para compararse, pero la principal es por la inquietud a mejorar. En el caso de la comparación ascendente, se busca mejorar las propias aptitudes, habilidades u opiniones, donde acortar la diferencia entre ambos sirve como inspiración para mejorar en esos aspectos. Cabe destacar que este tipo de comparación tiende a afectar la autoestima de la persona. Esto mueve a la persona a realizar comparaciones descendentes para mejorar su autoestima o su autoconcepto. La clave de las comparaciones está en escoger la dirección en función a su estrategia.

León (1998) explica que, a través de las comparaciones sociales se crean parámetros que sirven para ubicarse en el contexto social al que se pertenece, pero también ejercen influencia en el autoconcepto e identidad. Este proceso sirve para reconocer las semejanzas que se tiene con otros, pero también para identificar en qué diferencia de los demás (Monteil, 1996). Además, por medio de las comparaciones surgen determinados afectos que tienen un efecto en la autoimagen y en la conducta de quien lo experimenta. Los mismos juegan un rol crucial en los fenómenos sociales como lo son la agresión, la conducta prosocial y la posibilidad de establecer vínculos íntimos con otros.

Es claro que las comparaciones sociales son parte de la vida y tienen un gran efecto en cómo cada persona se observa y se siente sobre sí mismo. Es por esto por lo que me parece

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

crucial, para esta investigación, añadir el concepto de la belleza y su origen. Según Monar (2009), la belleza (del griego *kalia*-bello), es el orden que se posee dentro y al exterior de sí mismo. Platón y Aristóteles se dieron a la tarea de comprender e interpretar a la belleza, tanto así, que sus enfoques aún son vigentes. Según Platón, la belleza va más allá del mundo sensible (sentidos), reside en la idea y solo desde ella se puede entender. Por otro lado, Aristóteles explica que la belleza está dentro de la esencia de las cosas, pero su manifestación es por medio de los sentidos, de esta manera, la belleza es captada por nuestra sensibilidad y llevada a nuestro intelecto.

En contradicción, para Descartes la belleza es producto del orden y de la razón, alejándose por completo de lo sensible. De esta manera, "...la belleza solo será un momento de la experiencia del sujeto con el mundo sensible, y ella dependerá de cada experiencia individual, descartando criterio objetivo y único de la misma" (Monar, 2009, p. 183). Por otro lado, Kant establece que "...la belleza es una realidad racional con cierta apertura a lo fenoménico" (p. 183). En este caso, la razón es la que creará lo que considere como bello y la construcción de la belleza de cada individuo hará imposible establecer normas universales de la belleza, pues dependerá de cada individuo y su razón. Como explica Álvarez (2021), los ideales de la belleza varían culturalmente en el mundo y en la historia.

Según Botero (2018) la dimensión estética del cuerpo implica una serie de elementos como lo social y culturalmente aceptable y en lo que se considera bello y feo en aspectos característicos que califican al cuerpo. Añade que, a través de la historia, el cuerpo ha sido objeto de estudio entre la sociología, antropología e historia adquiriendo conocimiento sobre las categorías calificadoras tanto del cuerpo como del entorno y en relación con los distintos periodos históricos y las distintas culturas. Explica Zapata (2006) que, dentro de la sociología del

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

cuerpo se pueden distinguir tres enfoques. Estos enfoques fueron determinados como sociología implícita, sociología detallista y sociología del cuerpo.

El primer enfoque busca evidenciar las condiciones sociales y económicas que ayudan a determinar la condición física y moral del hombre. La segunda se basa en una serie de detalles e inventarios sobre el uso social del cuerpo y establece al cuerpo como el resultado de las relaciones sociales. Por último, el tercer enfoque plantea que el cuerpo es una estructura que “...explica las funciones de los diferentes elementos sociales y culturales que inventan al cuerpo mismo en un tiempo y espacio” (Botero, 2018, p. 31). Como se ha podido ver, a través de la historia, el cuerpo ha tomado un papel importante dentro de las relaciones sociales y dentro de la investigación. En primera instancia, para Platón, el cuerpo era visto como la cárcel del alma, luego a finales de la Edad Media se convierte en objeto de estudio para la ciencia y, en la modernidad se observa como arte.

Muñiz (2014) añade que en las sociedades contemporáneas las exigencias de cuerpos perfectos, bellos y saludables son cada vez mayor en donde se excluye cualquier tipo de diferencia, tanto en mujeres como en hombres. Estos cánones de belleza promueven la discriminación racial, personas discapacitadas y con todo aquel que no cumpla con los estándares de belleza. También, se sigue desarrollando la insatisfacción corporal que lleva a la cirugía cosmética, alteraciones en la masa corporal y cambio de sexo que tiene implicaciones en la definición identitaria. Incluso, Botero (2018) explica que, estos ideales de belleza corporal femenina han generado una homogeneización de acuerdo con el cuerpo y con él, desarrollando una serie de significaciones y resignificaciones sobre cómo es ser mujer, cómo es sentirse mujer, cómo es verse como una mujer, etc. En fin, los ideales de belleza están ligados a una época, cultura, tiempo e historia en específico. De esta manera, es crucial para el área de psicología



## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

social comunitaria estudiar los efectos que las comparaciones sociales y el concepto de belleza genera en las personas, ya que tienen un efecto directo en sus relaciones sociales y comportamientos en el mundo que habita.

## **Capítulo IV**

### **Método**

Según Hernández Sampieri et. al (2014), escoger la metodología de una investigación va a depender del planteamiento del problema y las circunstancias que le rodean. Añaden que las relaciones interpersonales, el aprendizaje, los efectos de los medios de comunicación, entre otros fenómenos, son muy complejos y diversos que un método único no es suficiente para capturar la complejidad del asunto. El tema escogido se trabajó de manera exploratoria y descriptiva, ya que en Puerto Rico ha sido escasamente estudiado, aparte de que es un tema de interés reciente. Por un lado, la investigación exploratoria brinda una visión general, respecto a una determinada realidad. Mientras que la investigación descriptiva, aporta a describir situaciones y eventos.

#### *Investigación Exploratoria*

Según Ibarra (2011), la investigación exploratoria se utiliza cuando el tema de interés ha sido poco explorado o reconocido. Ellos sirven para conocer fenómenos, relativamente, desconocidos, para obtener información más completa sobre un contexto en particular de la vida real, para investigar comportamientos humanos que se consideren cruciales para los profesionales de determinada área. También nos sirve para identificar conceptos o variables y establecer prioridades para futuras investigaciones o sugerir afirmaciones verificables.

Hernández Sampieri, et. al (2014) explican que los estudios exploratorios nos sirven para familiarizarnos con fenómenos desconocidos, adquirir más información, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables prometedoras, establecer prioridades para futuras investigaciones y sugerir afirmaciones. La misma se caracteriza por definir sus conceptos y priorizar los puntos de vista. Este método se enfoca en desarrollar conocimiento sobre un tema,

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

por lo que el significado es único e innovador. Añaden que este tipo de investigación ayuda a determinar tendencias, identificar áreas, ambiente, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables. Por último, se caracterizan por ser más flexibles, amplias y dispersas.

### ***Investigación Descriptiva***

Por otro lado, la investigación descriptiva busca medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes de fenómenos a investigar. Este proceso se utiliza para la obtención, acumulación y tabulación de datos; también se relaciona con condiciones y conexiones existentes, prácticas que tienen validez, opiniones de las personas, puntos de vista, actitudes que se mantienen y procesos en marcha. Según Noriega (2008) también funciona para recoger, organizar, representar, analizar y generalizar los resultados de las observaciones. La misma ayuda a recopilar y presentar de manera sistemática los datos de una situación en particular. Además, se utiliza este enfoque para conocer "...sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente" (Guevara et. al, 2020, p. 166).

Guevara et. al (2020) presenta una serie de características del método descriptivo. Explica que al utilizar este método se debe evitar hacer inferencias en torno al fenómeno de estudio, sino que solo centrarse en lo observable. Añade que la pregunta de investigación debe ser original y creativa. El método que se emplee en la investigación debe ser la observación, encuesta y estudio de casos. Explica que como no existen variables, el investigador no tendrá control sobre el fenómeno estudiado, sólo debe limitarse a recopilar la información que se suministra de los instrumentos que se utilicen para la recolección de datos. Por último, al utilizar este método, no se hacen comparaciones entre el fenómeno estudiado a otros, sino más bien buscar relaciones entre los datos obtenidos para clasificarlos en categorías.

### ***Muestra***

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

Para este estudio, se recopiló un total de 105 mujeres puertorriqueñas con cuenta activa en Instagram por disponibilidad. El rango de edad más representativo fue el de 26 a 30 años, que abarcó el 40% de las participantes. En cuanto al estado civil, el 53.3% de las encuestadas son mujeres solteras. El 23.8% conviven con su pareja y el 21.9% son mujeres casadas. Respecto al nivel educativo, se encontró que el 47.6% cuenta con un bachillerato, el 19% tiene un grado de maestría y el 17.1% un grado asociado.

### ***Instrumento***

El objetivo de este estudio fue analizar el impacto que se genera en las mujeres puertorriqueñas al exponerse a cuentas de Instagram que promueva el amor propio y el impacto que se genera en las mujeres puertorriqueñas al exponerse a cuentas de Instagram que promueva la positividad corporal. Para ello, se creó un cuestionario en línea a través de *Google Forms*, que constó de 22 preguntas cerradas, 4 preguntas explicativas y 6 preguntas abiertas. Entre ellas se incluyeron preguntas sobre características sociodemográficas de las participantes, el uso general de Instagram, la privacidad, el tiempo de uso, las personas que siguen y las publicaciones. También se presentaron preguntas que buscaban medir la autoestima, el conocimiento del movimiento Cuerpo en Positivo, la percepción del cuerpo y el amor propio.

El cuestionario tuvo una duración aproximadamente de 15 minutos y todas las participantes que decidieron participar firmaron una hoja de consentimiento informado digital, aprobada por el Comité Institucional para la Protección de los Seres Humanos en la Investigación (CIPSHI) de la Universidad de Puerto Rico. Antes de firmar el formulario, se brindó información detallada sobre el propósito del estudio y las medidas de privacidad y confidencialidad que se tomaron para proteger la información de las participantes.

### ***Procedimiento***

### ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

Para obtener la muestra, se llevaron a cabo diversas convocatorias digitales en redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp. En dichas convocatorias se detalló el propósito del estudio, los requisitos para participar, un enlace al cuestionario digital, así como el nombre y correo electrónico de la investigadora para facilitar el contacto. Las participantes interesadas accedían al enlace, el cual las redirigía directamente a la hoja de consentimiento informado. Una vez aceptado el consentimiento, se aplicaba un cuestionario para determinar si cumplían con los requisitos de participación. Los criterios para participar en el estudio eran: (1) ser mujer, (2) residir en Puerto Rico, (3) Tener una cuenta activa de Instagram y (4) estar en el rango de edad entre 21 años a 35 años. Una vez completado el instrumento en *Google Forms*, las respuestas se exportaron a un archivo de Excel y posteriormente se importaron al programa de SPSS Statistics 29 para su codificación y análisis.

## Capítulo IV

### Análisis de Resultados

Esta investigación se enfocó en la percepción del cuerpo femenino de las mujeres puertorriqueñas a través de Instagram. Los objetivos principales del estudio, como antes mencionados, fueron analizar el impacto que se genera en las mujeres puertorriqueñas al exponerse a cuentas de Instagram que promueven el amor propio y el impacto que se genera en las mujeres puertorriqueñas al exponerse a cuentas de Instagram que promueve la positividad corporal. Este estudio busca entender cómo el uso de Instagram afecta la percepción del cuerpo femenino en las mujeres puertorriqueñas. El cuestionario permitió recolectar una gran cantidad de información, sin embargo, para evitar una sobrecarga de datos, en este informe se presentarán únicamente las respuestas más significativas.

#### *Uso General de Instagram*

En la encuesta realizada, el 32.4% de las participantes indicó que disfruta del contenido visual de Instagram, como videos, historias, fotos y reels. El 11.4% mencionó que le agrada la variedad de contenido y el 9.5% disfrutaban seguir páginas de su interés. En cuanto a la percepción general de Instagram, el 44.8% indicó sentirse bien al utilizar la plataforma, mientras que el 17.1% se mostró neutral al utilizar la plataforma por ocio o entretenimiento. Por otro lado, el 13.3% de las participantes tuvo una percepción mixta sobre el contenido de Instagram, a veces sintiéndose bien y a veces mal al respecto. Entre las opiniones mixtas, algunas participantes mencionaron que disfrutaban del contenido, pero a veces pueden sentirse abrumadas por las exigencias sociales y físicas que se presentan en la plataforma. Otras participantes señalaron que se comparan con otras personas en cuanto a sus cuerpos, estilos de vida, experiencias y estatus económico, lo cual no les ayuda a mejorar.

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Al preguntarles si se educan en Instagram, el 80% de las participantes afirmó que sí (ver tabla 1). Entre ellas, el 18.1% mencionó que aprende a través de tutoriales que cubren una amplia variedad de temas, como recetas de comida, moda, maquillaje, decoración, peinados, técnicas para ofrecer clases, lactancia, creación de contenido, entre otros. El 9.5% indicó que por a través de esta plataforma tienen fácil acceso a información y conocimiento. En general, las mujeres encuestadas encontraron valor en la educación que reciben en Instagram y consideraron que les ha sido útil para aprender nuevas habilidades y conocimientos.

Tabla 1. ¿Te educas en Instagram?

Frecuencia	Porcentaje
Si	80
No	20

### *Privacidad en Instagram*

En el cuestionario se incluyen preguntas relacionadas con la privacidad de sus cuentas de Instagram de las participantes. Según los resultados, el 76.2% de las participantes tiene una cuenta pública, mientras que un 22.9% mantiene su cuenta privada (ver tabla 2).

Tabla 2. Tu cuenta de Instagram es...

Frecuencia	Porcentaje
Pública	76.2
Privada	22.9

Según el resultado del cuestionario, el 53.3% de las encuestadas indicó que publica aspectos personales en su cuenta de Instagram, mientras que el 46.7% restante afirmó que no publica aspectos personales en su cuenta de Instagram (ver tabla 3). Es interesante que la mayoría de las participantes, aunque indican tener una cuenta pública, publican aspectos personales de su vida.

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Tabla 3. ¿Publicas aspectos personales en Instagram?

Frecuencia	Por ciento
Si	53.3
No	46.7

### *Tiempo de Uso*

En el cuestionario también se buscó analizar el tiempo de uso de las participantes en Instagram. Los resultados indican que el 13.3% de las participantes se conecta a la plataforma de 1 a 2 veces al día, mientras que otro 13.3% lo hace de 3 a 5 veces al día (ver tabla 4). Asimismo, el 12.4% de las participantes indicó que se conecta de 5 a 6 veces al día, por otro lado, un 9.5% se conecta de 2 a 3 veces al día. De acuerdo a estos resultados, se puede entender que existe una probabilidad de que las participantes se conectan de 1 a 6 veces al día, ya que las respuestas son muy similares.

Tabla 4. Aproximadamente, ¿cuántas veces en el día te conectas a Instagram?

Frecuencia	Por ciento
1 a 2 veces al día	13.3
3 a 5 veces al día	13.3
5 a 6 veces al día	12.4
2 a 3 veces al día	9.5

### *Personas que Sigues*

En cuanto a las personas que las encuestadas siguen y las que las siguen a ellas, los resultados muestran que el 62.9% de las participantes indicó seguir a más personas que conocen, mientras que el 35.2% sigue a más personas que no conoce (ver tabla 5).

Tabla 5. ¿Sigues a más personas que...?

Frecuencia	Por ciento
------------	------------



## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Conoces	62.9
No Conoces	35.2

Por otro lado, el 81% de las participantes tiene seguidores que sí las conocen, mientras que el 18.1% son seguidas por personas desconocidas (ver tabla 6).

Tabla 6. ¿Te siguen personas que...?

Frecuencia	Porcentaje
Conoces	81.0
No Conoces	18.1

### *Publicaciones*

En cuanto a las publicaciones de historias, el 52.4% de las participantes publica de una a cuatro historias al día, mientras que el 21% no publica ninguna y el 17.1% no publica mucho (ver tabla 7).

Tabla 7. ¿Cuántas historias publicas al día?

Frecuencia	Porcentaje
1 a 4 historias	52.4
No publico historias	21.0
No publico mucho	17.1

Respecto a las fotos, el 46.7% de las encuestadas publica fotos mensualmente, el 21.9% lo hace de manera esporádica, el 21.4% publica de una a dos fotos por semana, y el 11.4% no publica fotos en absoluto (ver tabla 8).

Tabla 8. ¿Cada cuánto tiempo publicas fotos?

Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	46.7
Esporadicamente	21.9
1-2 fotos por semana	12.4

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

No publico fotos	11.4
------------------	------

El 80% de las participantes afirmó que no se ven afectadas emocionalmente cuando sus publicaciones no reciben “me gusta”, mientras que un 17.1% indicó que sí les afecta (ver tabla 9). Estos resultados sugieren que las participantes tienden a utilizar con mayor frecuencia las historias de Instagram para compartir contenido, mientras que la publicación de fotos es menos común. Es interesante destacar que un gran porcentaje de encuestadas no publica fotos, lo que podría indicar que prefieren mantener su privacidad o simplemente no tienen interés en compartir contenido fotográfico en esta plataforma y solo consumirlo. Además, es relevante mencionar que un 17.1% de las encuestadas se siente afectada cuando no reciben “me gusta” en sus publicaciones, lo que podría estar relacionado con la decisión de no publicar imágenes.

Tabla 9. ¿Te afecta si no recibes “me gusta”?

Frecuencia	Porcentaje
Si	17.1
No	80.0

### *Autoestima*

Los resultados obtenidos revelaron que la gran mayoría de las participantes, un 72.4%, se sienten satisfechas con su apariencia física, mientras que el 24.8% indicó sentirse incómoda con su cuerpo (ver tabla 10).

Tabla 10. ¿Te gusta cómo te ves?

Frecuencia	Porcentaje
Si	72.4
No	24.8

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Dentro de este grupo que presenta insatisfacción corporal, el 17.1% expresó una incomodidad general consigo misma, mientras que el 5.7% mencionó específicamente su sobrepeso como un factor que influye en su incomodidad física (ver tabla 11). Es posible que estos resultados estén relacionados con el hecho de que un gran porcentaje de las participantes optan por no publicar muchas imágenes en su cuenta de Instagram (ver tabla 8). Además, se puede destacar que existe una relación entre el porcentaje de participantes que se ven afectadas si no reciben “me gusta” en sus publicaciones y su nivel de incomodidad con su apariencia física.

Tabla 11. ¿Por qué no te gusta como te ves?

Frecuencia	Porcentaje
No me siento a gusto conmigo misma	17.1
Sobrepeso	5.7

### *Movimiento Cuerpo en Positivo*

En cuanto al conocimiento sobre el movimiento “Cuerpo en Positivo”, los resultados mostraron que el 63.8% de las encuestadas no estaban familiarizadas con él, mientras que el 35.2% afirmó conocerlo (ver tabla 12).

Tabla 12. ¿Conoces el movimiento Cuerpo en Positivo (Body Positive)?

Frecuencia	Porcentaje
Si	35.2
No	63.8

Entre las participantes que conocen el movimiento, el 18.1% lo describió como “amar y aceptar nuestro cuerpo tal como es”. Sin embargo, el 6.7% expresó estar de acuerdo con el movimiento en función de cómo se utilice, ya que puede fomentar una perspectiva más positiva del cuerpo o generar sentimientos negativos en aquellas que no se sienten cómodas con su cuerpo (ver tabla 13).

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Tabla 13. ¿Qué te parece lo que plantea el movimiento Cuerpo en Positivo?

Frecuencia	Porcentaje
Amar y aceptar nuestro cuerpo.	18.1
Todo depende de cómo se lleve el mensaje.	6.7

También señalaron que, aunque el movimiento promueve la aceptación del cuerpo tal cual y como es, puede generar confusión y fomentar comportamientos poco saludables. El 56.2% de las participantes declaró haber experimentado un efecto del movimiento “Cuerpo en Positivo” en ellas (ver tabla 14), a pesar de que el 63.8% no lo conocía previamente. Esto sugiere que, aunque no estaban familiarizadas con el término “Cuerpo en Positivo”, pudieron reconocer sus principios a través de las preguntas relacionadas con lo que han visto en Instagram.

Tabla 14. El Cuerpo en Positivo es una invitación a repensar, reflexionar y replantear estereotipos aprendidos y conocidos por la sociedad que habitamos ¿Consideras que este movimiento ha tenido algún efecto en ti?

Frecuencia	Porcentaje
Si	56.2
No	26.7
Prefiero no responder	13.3

### *Cuerpo*

En la sección del cuestionario enfocada en el cuerpo, se buscó determinar si el movimiento “Cuerpo en Positivo” ha influido en la percepción corporal de las participantes. Según los resultados, el 52.4% de las participantes indicó que el movimiento ha producido cambios en su percepción corporal, mientras que para el 40% no ha notado cambios significativos (ver tabla 15).

Tabla 15. ¿El movimiento Cuerpo en Positivo ha promovido un cambio en cómo ves tu cuerpo?

Frecuencia	Porcentaje
------------	------------

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Si	52.4
No	40.0

Además, el 49.5% de las encuestadas ha expresado que este movimiento ha influido en la forma en que procesan las opiniones de los demás sobre su cuerpo, mientras que el 29.5% no ha percibido cambios (ver tabla 16).

Tabla 16. ¿El movimiento Cuerpo en Positivo ha cambiado la manera en que procesas la opinión de otro sobre tu cuerpo?

Frecuencia	Porcentaje
Si	49.5
No	29.5

Por otro lado, casi la mitad de las participantes, es decir, el 49.5%, ha utilizado su cuerpo para desafiar los estándares de belleza impuestos por la sociedad, mientras que el 37.1% no lo ha hecho (ver tabla 17). Estas respuestas son notables ya que reflejan tanto la insatisfacción corporal como el cambio positivo en la forma en que las participantes ven sus cuerpos. Esto sugiere que aunque el movimiento Cuerpo en Positivo ha influido en la percepción del cuerpo, aún es difícil deshacerse de los estándares de belleza internalizados a través de las redes sociales y la sociedad en general.

Tabla 17. El movimiento Cuerpo en Positivo promueve una imagen corporal positivo para desafiar los estándares irreales que se han creado en la sociedad ¿Consideras que has utilizado tu cuerpo para desafiar los estándares de belleza creados por la sociedad?

Frecuencia	Porcentaje
Si	49.5
No	37.1

### *Amor Propio*

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

En cuanto a los hábitos de cuidado personal, la mayoría de las participantes (67.6%) informó que cuidan su cuerpo, mientras que el 25.7% expresó no hacerlo y el 6.1% optó por no responder (ver tabla 18). Dentro del grupo que cuida su cuerpo, el 63.8% explicó que lo hacía a través de prácticas saludables como hacer ejercicio, seguir una dieta saludable, cuidar su piel, descansar adecuadamente, usar protector solar, entre otros.

Tabla. 18 ¿Cuidas tu cuerpo?

Frecuencia	Porcentaje
Si	67.6
No	25.7
Prefiero no responder	6.7

Entre las participantes que cuidan su mente, el 48.6% mencionó que lo hacía a través de actividades como terapia, journaling, ejercicios de respiración, escuchar audiolibros, compartiendo con seres queridos y estableciendo límites, entre otros (ver tabla 19). Asimismo, el 13.3% indicó que cuida su mente practicando la aceptación de sí mismas, siendo consciente de lo que ve y escucha y eliminando los pensamientos negativos.

Tabla. 19 ¿Cuidas tu mente?

Frecuencia	Porcentaje
Si	75.2
No	18.1
Prefiero no responder	6.7

Por otro lado, el 75.2% de las encuestadas afirmó cuidar su mente, mientras que el 18.1% expresó no hacerlo (ver tabla 19). En cuanto a la autoestima, la mayoría de las encuestadas (66.7%) expresó amarse tal como son, mientras que un 22.9% indicó no hacerlo (ver tabla 20).

Tabla 20. ¿Te amas tal cual?

### *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Frecuencia	Por ciento
Si	66.7
No	22.9
Prefiero no responder	10.5

En la sección final del cuestionario, se puso en práctica el amor propio donde se les solicitó a las participantes que nombraran tres partes de su cuerpo que les encantan de ellas mismas. Para analizar sus respuestas, se dividieron sus respuestas en tres columnas. En la primera columna, el 32.4% de las participantes mencionó sus ojos. En la segunda columna, el 21.9% de las encuestadas indicó su cabello como otra parte del cuerpo que les encanta. En la tercera columna, el 13.3% nombró sus piernas como otra parte del cuerpo que les encanta de sí mismas. Luego, se les requirió que nombraran tres características que les encantan de ellas mismas. El 7.6% mencionó su inteligencia, el 9.5% su empatía y el 6.7% su servicialidad como sus cualidades favoritas. Estas respuestas indican que las participantes tienen una actitud positiva hacia sí mismas y valoran tanto su aspecto físico como su personalidad.

## Capítulo VI

### Discusión

Los datos recopilados en el estudio revelan información valiosa sobre la muestra utilizada. Según Dixon (2023), se encontró que el 56.5% de los usuarios estadounidenses en Instagram son mujeres, y un 27.7% de ellos pertenecen al rango de edad entre 25 a 34 años. En este estudio en particular, se observó que el grupo de edad más representativo fue el de 26 a 30 años. Además, según los datos de Dixon (2022), aproximadamente el 43% de los usuarios de Instagram, tienen un grado universitario. En relación a nuestra muestra, se constató que el 47.6% posee un bachillerato, el 19% cuenta con un grado de maestría y el 17.1% tiene un grado asociado. Estos resultados proporcionan una visión detallada del perfil demográfico educativo de las participantes del estudio.

Los datos presentados en el estudio muestran una variedad de comportamientos y actitudes de las mujeres puertorriqueñas en Instagram en cuanto a su privacidad, uso de la plataforma y percepciones de su cuerpo. De acuerdo al uso general de Instagram, la mayoría de las participantes indicó que les gusta el contenido visual y la variedad de contenido de Instagram. Además, un porcentaje alto expresó sentirse bien al utilizar la plataforma, mientras que un 17.1% se mostró neutral al utilizarla, ya que su mayor uso es por ocio o entretenimiento. Es importante recordar que Gordon (2021) explica que el uso de las redes sociales pudiera ser problemático si se utiliza para combatir el aburrimiento o lidiar con la soledad.

Por otro lado, un 13.3% presentó una percepción mixta sobre el contenido de Instagram, donde algunas veces se sienten bien y otras mal. Estas participantes explicaron que se sienten abrumadas por las exigencias sociales y físicas que se presentan en la plataforma, lo cual es similar a lo que Casado y Xavier (2018) señalaron acerca del impacto que las redes sociales



## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

tienen en las comparaciones sociales y la influencia que ejercen en las personas. Además, las participantes mencionaron que se comparan con otras personas en cuanto a sus cuerpos, estilos de vida, experiencias y estatus económico, lo cual no les ayuda a mejorar su percepción sobre sí misma. Este fenómeno se relaciona con lo que Alemany y Velasco (2008) identificaron en cuanto a los medios de comunicación o, actualmente, las redes sociales que representan modelos que se convierten en ideales a seguir o desear seguir. Según Campbell y Proshad (2019), estos medios son los mayores promotores de la insatisfacción corporal, ya que constantemente promueven estándares de belleza inalcanzables.

Esto se puede ver en el estudio presentado anteriormente por Senín, et. al (2020) donde concluyeron que el uso excesivo de Instagram puede tener efectos negativos en la percepción de la imagen corporal y en la salud mental en general. También, Scott (2019) comparte un estudio donde se reveló que las mujeres que utilizan activamente Pinterest experimentan altos niveles de estrés debido a la comparación social. Estas mujeres sienten que no pueden igualar lo que otros usuarios publican en la red social. Por otro lado, Scott (2020) añade que existen algunos beneficios del proceso de comparación social donde se puede generar inspiración a mejora.

De acuerdo a la educación por medio de Instagram, el 80% de las participantes declararon que han aprendido acerca de distintos tópicos utilizando esta plataforma. De ese grupo, el 18.1% dijo que aprende a través de tutoriales que cubren una amplia variedad de temas, como recetas de comida, moda, maquillaje, decoración, peinados, entre otros. Además, un 9.5% indicó que la plataforma les brinda fácil acceso a información y conocimiento. Según Mafra (2018), las redes sociales son fuente de conocimiento, donde se tiene acceso a información y noticias de todas partes del mundo. Añaden que estas redes ofrecen un mundo de entretenimiento y distracciones, pero también proporcionan información sobre temas de interés popular.

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

Conforme a la privacidad de su cuenta de Instagram, se encontró que la mayoría de las participantes tienen una cuenta pública en Instagram, y de ellas, un 53.3% pública aspectos personales. Además, la mayoría de las encuestadas sigue a más personas que conocen y son seguidas por conocidos. Aunque la revisión de literatura no presenta información sobre estudios relacionados con la privacidad en las redes sociales o acerca de los seguidores, es esencial destacar su relevancia, ya que puede tener un impacto en la cantidad de publicaciones que realizan las participantes y en las comparaciones que hacen con otros usuarios. Es importante destacar que, según la información analizada hasta el momento, es posible que un gran número de las participantes se sientan abrumadas no solo por el contenido de Instagram, sino también por las personas que siguen y conocen.

Además, se analizó el tiempo de uso de Instagram por las participantes. La mayoría indicó conectarse entre una a seis veces al día. Vogel et. al (2014) realizaron dos estudios para evaluar si la exposición a información de comparación social afectaba la autoestima y autoevaluación. Explican que en el estudio correlacional se demostró que las personas con mayor uso de Facebook tienden a tener baja autoestima y autoevaluación. Añaden que en el segundo estudio, los participantes expuestos a redes sociales con alta interactividad tuvieron una autoestima baja y autoevaluación pobre. De esta manera, concluyeron que estar expuestos a perfiles con contenido positivo puede generar baja autoestima y autoevaluaciones. Los resultados de esta investigación indican una relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima/autoevaluación, ya que las participantes mencionaron sentirse abrumadas por las exigencias sociales y físicas que se presentan en Instagram.

Se evaluó la frecuencia de publicaciones en Instagram, incluyendo la cantidad de historias publicadas diariamente, la frecuencia de publicación de fotos y si las participantes se

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

afectan al no recibir “me gusta” en sus publicaciones. El 52.4% de las participantes comparten de una a cuatro historias al día, mientras que el 46.7% publica fotos mensualmente. En cuanto a la retroalimentación, el 80% de las participantes no se ven afectadas por la falta de “me gusta”, mientras que el 17.1% sí lo hace. Das y Raman (2019) explican que en las redes sociales, la plataforma no solo permite a los usuarios ver las fotos de otras personas, sino también publicar las suyas, lo que otorga significancia a la apariencia física. Agregan que un estudio en Singapur encontró que hay una presión para publicar fotos “perfectas” en estas plataformas, lo que implica seleccionar y editar cuidadosamente la foto a publicar. Esto crea una cadena de evaluación donde se brinda retroalimentación tanto del observador como del observado a través de “me gusta”, comentarios y compartiendo el contenido en su propia red.

También se estudió el amor propio en las participantes, donde se pudo observar que la mayoría de ellas se sienten cómodas con su apariencia física, aunque un porcentaje significativo expresó sentirse incómodas con su cuerpo, especialmente debido a su peso y otros factores relacionados a la imagen corporal. Según Muñoz López (2014), la imagen corporal se refiere a las actitudes y valores que una persona tiene sobre su propio cuerpo, que incluyen aspectos perceptivos y subjetivos en relación a cómo se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su cuerpo. Estos aspectos están influenciados por diferentes factores, tales como aspectos biológicos, psicológicos, sociales y ambientales, los cuales pueden variar con el tiempo, la época o el momento histórico. En este sentido, es importante destacar que estos factores pueden afectar negativamente la percepción que tienen las participantes de su cuerpo y su autoestima.

Campbell & Proshad (2019) explican que, la imagen corporal no es otra cosa que la manera en cómo se observa el cuerpo, y esta imagen puede ser con relación a otra persona. Por otro lado, expresan que la insatisfacción corporal es la cognición y emoción negativa y

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

disfuncional que se tiene sobre el propio cuerpo. Añade que la constante exposición al cuerpo “ideal” puede generar repercusiones en la salud mental de la mujer. Cabe resaltar que esta insatisfacción corporal, que se presenta en algunas de las participantes, puede estar relacionada con el hecho de que opten por publicar imágenes mensualmente o de manera esporádica.

Por otro lado, se analizó el conocimiento que las participantes tienen sobre el movimiento “Cuerpo en Positivo” y si ha tenido algún efecto en ellas. Los resultados indicaron que este movimiento es relativamente desconocido para la mayoría de las participantes, aunque algunas de ellas afirmaron haber sido influenciadas por él. Este modelo busca abordar problemas relacionados con la imagen corporal, peso y la identidad, fomentando cambios en los comportamientos negativos por otros más positivos que promuevan el autocuidado y la aceptación del cuerpo tal como es. Además, el movimiento ofrece a todas las personas la oportunidad de amar y cuidar sus cuerpos genéticamente heredados. Sin embargo, algunas participantes expresaron su preocupación de que el movimiento pueda fomentar comportamientos poco saludables o generar confusión acerca de la aceptación del cuerpo.

Es importante tener en cuenta que el objetivo del movimiento “Cuerpo en Positivo” es construir y generar confianza en uno mismo, promoviendo el amor propio y los comportamientos saludables, mientras se acepta de manera positiva el cuerpo. Griffin (2018) explican que este enfoque busca fomentar prácticas saludables, el autocuidado y el amor propio en las personas. Además, Barreto (2017) añade que aparte de promover el amor propio, este movimiento también busca visibilizar la realidad del cuerpo humano. Por lo tanto, es fundamental aclarar que el movimiento no promueve comportamientos poco saludables y que su finalidad es mejorar la relación de las personas con su propio cuerpo y con el del otro. Con un mayor entendimiento del

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

movimiento, las personas pueden adoptar y fomentar prácticas saludables y aprender a amar y aceptar sus cuerpos tal como son.

Según los resultados de este estudio, el movimiento “Cuerpo en Positivo” ha tenido un impacto positivo en la percepción corporal de las participantes. Además, el 49.5% de las encuestadas indicó que este movimiento ha influido en la forma en que procesan las opiniones de los demás sobre su cuerpo, mientras que un 29.5% no ha notado cambios. Incluso, el 49.5% ha utilizado su cuerpo para desafiar los estándares de belleza impuestos por la sociedad y en la forma en que se procesan las opiniones sobre el cuerpo. Ramos et. al (2016) explican que la imagen corporal es una representación mental del cuerpo que se va formando desde la niñez y toma mayor importancia en la adolescencia, siendo crucial para el desarrollo psicosocial del individuo.

En la última sección del cuestionario, se abordó el tema del amor propio en las participantes. Se buscó guiarlas en un proceso de identificación de prácticas saludables para su cuerpo y mente, así como identificar partes de su cuerpo y características no físicas que aman de ellas mismas. El objetivo de esta sección fue fomentar un proceso de amor propio y autoaceptación. Los resultados indicaron que la mayoría de las participantes cuidan su cuerpo a través de hábitos saludables, como hacer ejercicio, seguir una dieta balanceada, cuidar su piel, descansar adecuadamente, usar protector solar, entre otros. Estas respuestas demuestran que las participantes tienen conocimientos sobre cómo cuidar su cuerpo.

El 75.2% de las participantes utilizan estrategias de afrontamiento para cuidar su mente, como terapia, journaling, ejercicios de respiración, entre otros. Además, un 13.3% de las participantes cuidan su bienestar emocional a través de prácticas como la aceptación personal y la eliminación de pensamientos negativos. Estos resultados sugieren que las participantes tienen

### *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

habilidades para manejar sus emociones y cuidar su salud mental. Los resultados indican que las participantes del estudio tienen un conocimiento significativo sobre estrategias de afrontamiento y prácticas para el cuidado de la salud mental.

En general, un 66.7%, de las participantes expresaron amor propio y aceptación de sí mismas, lo que se reflejó en sus prácticas de autocuidado. También se les pidió que compartieran partes de su cuerpo y características no físicas que les encantaran de ellas mismas. La mayoría de las participantes eligieron sus ojos, cabello y piernas como las partes de su cuerpo que más les gustan, mientras que la inteligencia, empatía y servicialidad fueron las características no físicas más mencionadas. Estos resultados sugirieron que las participantes tienen una buena percepción de su cuerpo y su personalidad, lo que puede contribuir a su bienestar emocional y mental.

## **Capítulo VII**

### **Conclusión**

En resumen, este estudio recopiló información relacionada con el uso de Instagram, las comparaciones sociales que se generan y los efectos de la plataforma en las mujeres. Los datos presentados indican que se producen comparaciones sociales ascendentes en las encuestadas cuando utilizan Instagram. En relación con las preguntas de investigación, el impacto que generan las cuentas de Instagram que promueven el amor propio en las mujeres puertorriqueñas es mixto. Por un lado, se sienten abrumadas por las expectativas sociales y físicas que se presentan en esta red social, comparándose con otras personas en términos de cuerpos, estilos de vida, experiencias y estatus económicos, entre otros aspectos. Por otro lado, las participantes comparten que han aprendido mucho a través de Instagram, como tutoriales de maquillaje, moda, peinados y otros temas.

Aunque las comparaciones sociales no son saludables, pueden tener un beneficio si se utilizan para mejorar áreas con las que las personas no están satisfechas. Además, puede haber una relación entre lo que las participantes han aprendido en Instagram y los hábitos saludables que practican para cuidar su cuerpo y mente. Como antes mencionado por Vélez (2020), las personas se comparan por muchas razones, pero principalmente para mejorar. Cuando las personas se comparan con otras que consideran son superiores, les afecta su autoestima, por eso buscan compararse con personas que consideran inferiores para mejorar la autoestima y autoaceptación. Lo importante es elegir la dirección de la comparación según la estrategia.

También se exploró el impacto de las cuentas que promueven la positividad corporal en Instagram en mujeres puertorriqueñas. Los resultados sugieren que aunque la mayoría de las participantes no conocían el movimiento “Cuerpo en Positivo” por su nombre, un 56.2% expresó

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

haber sentido un efecto del movimiento en ellas. Además, se identificó que estas cuentas tienen una relación con el cambio en la percepción del cuerpo y en la manera en que las participantes procesan las opiniones de los demás. Esto ha llevado a las participantes a desafiar los estándares de belleza de la sociedad, experimentar y explorar su comodidad, confianza, autoestima y amor propio.

Por otro lado, se destaca la importancia de las comparaciones sociales en la sociedad y en la forma en que se observa a sí mismo. Las comparaciones sociales nos ayudan a ubicarnos en nuestra sociedad y a identificar similitudes y diferencias con otras personas (León, 1998). Sin embargo, estas comparaciones pueden generar emociones que influyen en la autoimagen y comportamiento, incluyendo agresión, conductas prosocial y la capacidad para establecer relaciones cercanas con otras personas. Es importante considerar la dirección de las comparaciones y cómo afectan la percepción de sí mismo y la interacción con los demás.

### *Aportaciones*

Los resultados de este estudio son valiosos para la psicología social comunitaria, ya que proporcionan información sobre cómo las interacciones sociales en Instagram pueden afectar la percepción de sí mismo y las relaciones entre los usuarios y la plataforma. Comprender cómo las comparaciones sociales y las redes sociales afectan la autoestima, la autoimagen y el comportamiento de las personas puede ayudar a los profesionales de la psicología social comunitaria a diseñar intervenciones y estrategias para promover la salud mental y emocional. Además, se pueden crear grupos de apoyo y espacios seguros donde las personas puedan compartir sus experiencias y apoyarse mutuamente. En general, este estudio puede tener implicaciones importantes para la promoción de la salud mental y emocional, lo que es crucial en la actualidad. Por lo tanto la investigación en esta área debería continuar para profundizar en



## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

nuestra comprensión de los efectos de las comparaciones sociales y las redes sociales en la salud mental y emocional de las personas.

### *Recomendaciones*

Las recomendaciones para futuros estudios, basadas en los resultados de este estudio, abarcan diversas áreas que pueden contribuir a una mayor comprensión de cómo las interacciones sociales en Instagram afectan la salud mental y emocional de las personas. En primer lugar, se sugiere ampliar la muestra para incluir una población más diversa, abarcando diferentes edades, orígenes étnicos y culturales, así como niveles socioeconómicos diversos. Esto permitirá obtener una visión más amplia de los efectos de las comparaciones sociales y las redes sociales en diferentes grupos de personas. En segundo lugar, se sugiere realizar un estudio que incluya la perspectiva de los hombres, para explorar los posibles efectos de las comparaciones sociales y las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal masculina. Además, se sugiere incluir adolescentes en el estudio, ya que según Domínguez et. al (2020), esta población es la más vulnerable en la comunidad digital. También se recomienda analizar otras redes sociales populares, como TikTok, con el fin de investigar si los resultados encontrados en este estudio se aplican también a otras plataformas.

En resumen, estas recomendaciones buscan ampliar nuestro entendimiento sobre el impacto de las interacciones sociales en las redes sociales, en la salud mental y emocional de las personas. La realización de estudios longitudinales que examinen los cambios en la autoestima a lo largo del tiempo y la exploración de variables mediadoras pueden proporcionar información valiosa para comprender los mecanismos subyacentes de los efectos en la autoestima. Además, identificar los grupos demográficos susceptibles a los efectos negativos en la autoestima puede ayudar a desarrollar intervenciones específicas dirigidas a reducir dichos efectos y promover una

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

salud mental positiva. Asimismo, profundizar en la investigación sobre el movimiento Cuerpo en Positivo, su autenticidad y su influencia en las actitudes y comportamientos relacionados con la imagen corporal puede proporcionar una comprensión más completa de este fenómeno. Además, explorar el papel de las marcas y la publicidad en dicho movimiento puede arrojar luz sobre cómo influyen en los mensajes y objetivos relacionados con la aceptación corporal.

### *Limitaciones*

A pesar de los resultados prometedores, es importante tener en cuenta las limitaciones de este estudio. En primer lugar, la muestra fue limitada a mujeres solamente, lo que limita la generalización de los hallazgos a la población en general. Además, el rango de edad también fue limitado a personas entre las edades de 21 a 35 años, lo que excluye a otros grupos de edad que pueden tener diferentes patrones de uso de redes sociales. También, el estudio se centró solo en Instagram y no consideró otras redes sociales que pueden tener efectos similares o diferentes en la autoestima y la autoimagen. Por último, muchas participantes no respondieron a las preguntas abiertas, lo que puede haber afectado la validez de los resultados. En futuros estudios, se debe abordar estas limitaciones para tener una comprensión más completa de cómo las interacciones sociales en las redes sociales afectan la salud mental y emocional de las personas.

**Referencias:**

- Alemaný Anchel, J & Velasco Laiseca, J. (2008). Género, imagen y representación del cuerpo. *SciELO*. Recuperado:  
[http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962008000100009](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962008000100009)
- Álvarez, I. (2021). Ideal de Belleza e Insatisfacción Corporal: La presión por estar delgado. *Más qué Ayuda Psicológica*. <https://www.masqueayudapsicologica.com/ideal-de-belleza/>
- Álvarez, O. (2019). Guía: ¿Qué es Instagram y cómo se utiliza? SocialGest.  
<https://blog.socialgest.net/es/2019/12/05/guia-que-es-instagram-y-como-se-utiliza/>  
<https://tactic-center.com/inbound-marketing/objetivos-para-tus-campanas-en-instagram/?locale=es>
- Arab, E. & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *ScienceDirect*, 26 (1), 7-13. DOI:  
<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Barreto Leyva, J. (22 de noviembre de 2017). Body positive: de qué trata?. *El HuffPost*.  
<https://www.huffingtonpost.es/jennifer-barreto-leyva/body-positive-de-que-se-trata-a-23262476/>
- Bayer, J.B., Trieu, P. & Ellison, N.B. (2020). Social Media Elements, Ecologies, and Effects. *Annual review of psychology*, 71(47). 71-97. DOI: 10.1146/annurevpsych-010419-050944
- Botero Villada, T. (2018). Representaciones sociales sobre la belleza corporal femenina que manifiestan estudiantes de psicología de la institución Universitaria de Envigado durante el primer semestre de 2018. *Institución Universitaria de Envigado: Ciencia, Educación y Desarrollo*. <http://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/handle/20.500.12717/193>
- Buunk, B. & Brennkemeyer, V. (2000). Social Comparison processes among depressed individuals: Evidence for the evolutionary perspective on involuntary subordinate strategies? En Gómez Jacinto, L. (2005). Comparación Social y Autoevaluación desde un Enfoque Evolucionista. *Escritos de Psicología*.  
[http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7\\_analisis\\_L.pdf](http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7_analisis_L.pdf)
- Buunk, B. & Gibbons, F.X. (2000). Towards an enlightenment in social comparison theory: Moving beyond classic and renaissance approaches. En Gómez Jacinto, L. (2005). Comparación Social y Autoevaluación desde un Enfoque Evolucionista. *Escritos de Psicología*.  
[http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7\\_analisis\\_L.pdf](http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7_analisis_L.pdf)
- Buunk, B. & Ybema, J. (1995). Selective Evaluation and downward Comparison in Coping with Stress. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(17), 1499-1517. En Terol, M. D. C., Neipp, M. D. C., Lledó Boyer, A., Pons, N. & Bernabé, M. (2012). Comparación Social y Variables Psicosociales Relacionadas: una Revisión de Cáncer y Dolor Crónico. *Anales de Psicología*, 28(2), 327-337. <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.28.2.148931>

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

- Casado Riera, C & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram. *Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport Blanquerna, Universitat Ramon Llul*, 36(2), 23-31.
- Campbell Phillips, S. & Proshad Halder, D. (2019). Social media and female body image: A study on the imposition of body characterization in Tobago. *Advances in sciences and humanities*, 5(4), 105-113. DOI: 10.11648/j.ash.20190504.13
- Cherry, K. (2020) Social comparison theory in psychology. *Verywell Mind*. Recuperado 30 de enero de 2020 de:  
<https://www.verywellmind.com/what-is-the-social-comparison-process-2795872>
- Concepto.de. (2020). Redes Sociales. *Concepto.de*. Recuperado 30 de enero de 2020 de:  
<https://concepto.de/redes-sociales/>
- Creveling, M. (2020, 7 de diciembre). 53 Body Positive Influencers you should follow. *Verywell mind*. <https://www.verywellmind.com/body-positive-influencers-4165953>
- Cuncic, A. (2020, 28 de junio). Social media and social anxiety disorder. *Verywell Mind*.  
<https://www.verywellmind.com/social-network-use-and-social-anxiety-disorder-4117143>
- Das, K. & Raman, R. (2019). Mirror, mirror, on the Wall... Who is the fairest of them all? -body image and its role in sexual health. *Journal of psychosexual health*, 1(3-4). 227-235. DOI: 10.1177/2631831819890778
- Dixon, S. (2023, 11 de abril). Distribution of Instagram users in the United States as of March 2023, by age group.  
<https://www.statista.com/statistics/398166/us-instagram-user-age-distribution/>
- Dixon, S. (2023, 11 de abril). Distribution of Instagram users in the United States as of March 2023, by gender.  
<https://www.statista.com/statistics/530498/instagram-users-in-the-us-by-gender/>
- Dixon, S. (2022, 28 de enero). Percentage of U.S. adults who use Instagram as of February 2019, by educational background.  
<https://www.statista.com/statistics/246208/share-of-us-internet-users-who-use-instagram-by-education-level/>
- Domínguez Castillo, J. G., Cisneros Cohernour, E. J. y Quiñonez Pech, S.H. (2020). Vulnerabilidad ante el uso de Internet de niños y jóvenes de comunidades mayahablantes del sureste de México. *SciELO*, 10(19). DOI: <https://doi.org/10.23913/ride.v10i19.531>
- Gómez Jacinto, L. (2005). Comparación Social y Autoevaluación desde un Enfoque Evolucionista. *Escritos de Psicología*.  
[http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7\\_analisis\\_L.pdf](http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7_analisis_L.pdf)
- Gordon, S. (2021, 30 de enero). Link between social media and mental health. *Verywell mind*.  
<https://www.verywellmind.com/link-between-social-media-and-mental-health-5089347#signs-social-media-is-impacting-your-mental-health>
- Griffin, A. (2018, 13 de junio). Body positivity without consumerism and pretense looks like

- this.  
<https://qz.com/work/1270648/the-organization-teaching-young-women-how-to-live-peacefully-in-their-bodies>
- Guevara Alban, G. P., Verdedoto Arguello, A. E. y Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 163-173. DOI: 10.26820/recimundo/4
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metología de la Investigación*. McGraw Hill Education.  
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hyman, H. (1942). The psychology of status. *Archives of psychology*, 269,94. En Gómez Jacinto, L. (2005). Comparación Social y Autoevaluación desde un Enfoque Evolucionista. *Escritos de Psicología*.  
[http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7\\_analisis\\_L.pdf](http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7_analisis_L.pdf)
- Ibarra, C. (2011). Tipos de investigación: Exploratoria, Descriptiva, Explicativa, Correlacional.  
<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- Jiménez, C. M. (2015). Movimiento social de “piernas cruzadas”, práctica neosubjetiva y comprensión del cuerpo como lugar de lo político. *Revista Colombiana de Sociología*, 38(1), 145-163. DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/rcs.v38n1.53283>
- Juntas en acción. (2019). Red de investigadores, descentralizadas, la rebelión del cuerpo y taller de mujeres girasol se unen a juntas en acción. Encontrado el 18 de septiembre de 2021: <https://juntasenaccion.cl/red-de-investigadoras-descentralizadas-la-rebelion-del-cuerpo-y-taller-de-mujeres-girasol-se-unen-a-juntas-en-accion/>
- León, R. (1998). Situaciones de Comparación Social y Afectos Negativos en Universitarios: Un Reporte de Investigación. Universidad de Lima, 163-177. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2883727>
- Mafra, É. (28 de junio de 2018). *Ventajas de las redes sociales: ¿qué posibilidades ofrecen estos medios a individuos y empresas?*. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/ventajas-de-las-redes-sociales/>
- Monteil, J. M.(1996). Comparación Social. En León, R. (1998). Situaciones de Comparación Social y Afectos Negativos en Universitarios: Un Reporte de Investigación. Universidad de Lima, 163-177. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2883727>
- Muñiz, E. (2014). Pensar el Cuerpo de las Mujeres: Cuerpo, Belleza y Feminidad. Una Necesaria Mirada Feminista. *SciElo Brasil*. <https://doi.org/10.1590/S0102-69922014000200006>
- Muñoz López, A. M. (2014). La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI. Universitat Internacional de Catalunya.  
[https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/242794/Ana\\_Mar%C3%ADa\\_Muñoz\\_L](https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/242794/Ana_Mar%C3%ADa_Muñoz_L)

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

[ópez.pdf](#)

Noriega Tovilla, M. V. (2008). Capítulo III: Metodología. *Propuesta para Eficientar la Administración de Energía, Agua y Desechos de las cocinas del Grupo Plaza*. Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla. Recuperado 13 de diciembre:

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/victoria\\_a\\_a/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/victoria_a_a/capitulo3.pdf)

Palma, F. (2021, 2 de febrero). Body Positive: el movimiento que se toma las redes sociales. *Piensa Digital*. <https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/body-positive-movimiento/1017007/>

¿Qué es la Investigación Exploratoria?. (s.f). QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>

Ramos, P., Rivera, F., Soledad Pérez, R., Lara, L. & Moreno, C. (2016). Diferencias de género en la imagen corporal y su importancia en el control de peso. *SciElo*, 9(1).

DOI: <http://dx.doi.org/10.5231/psy.writ.2015.1409>

Rocha Menocal, A. (2016). Social Movements. *Applied Knowledge Services*.

<https://gsdrc.org/professional-dev/social-movements/>

Ruíz Mitjana, L. (2019). *La teoría de la comparación social de Festinger*. Psicología y mente.

<https://psicologiymente.com/social/teoria-comparacion-social-festinger>

Sánchez Salcedo, V. H. (2019). El Body Positive: Una Representación Social del Cuerpo.

*Universidad del País Vasco*. <https://1library.co/document/yjoiljz-el-body-positive-una-representacion-social-del-cuerpo.html>

Scott, C. (2020). The stress of social comparison. *Verywell Mind*. Recuperado 30 de

enero de 2020 de: <https://www.verywellmind.com/the-stress-of-social-comparison-4154076>

Scott, E. (2019). How to manage the stress of social media social comparison: give yourself a break from stressful social comparisons! *Verywell mind*.

Recuperado 30 de enero de 2020 de:

<https://www.verywellmind.com/how-to-manage-the-stress-of-social-comparison-3145267>

Senín-Calderón, C., Perona-Garcelán, S., & Rodríguez-Testal, J. F. (2020). The dark side of Instagram: Predictor model of dysmorphic concerns. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 20(3), 253–261.

<https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2020.06.005>

Smelser, N. J. (2020). Social Movement. <https://www.britannica.com/topic/social-movement>

Staff. (2021). Denise Bidor creates a plus-size fashion collection. *Montenapo Daily*.

Recuperado 19 de enero de 2022: <https://montenapodaily.com/en/2021/10/28/denise-bidot-crea-una-collezione-di-moda-plus-size/>

Talavera, A. (2019). Las redes sociales y nuestras relaciones. Blog: Pluma sin tinta.

<https://plumasintinta.com/2019/08/19/las-redes-sociales-y-nuestras-relaciones/>

*Teoría de la comparación social*. (2010). Psychology Today.

<https://www.psychologytoday.com/es/fundamentos/teoria-de-la-comparacion-social>

Terol, M. D. C., Neipp, M. D. C., Lledó Boyer, A., Pons, N. & Bernabé, M. (2012).

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

- Comparación Social y Variables Psicosociales Relacionadas: una Revisión de Cáncer y Dolor Crónico. *Anales de Psicología*, 28(2), 327-337.  
<http://dx.doi.org/10.6018/analesps.28.2.148931>
- The body positive*. (2013). The Be body positive model.  
<http://smedelstein.com/creative/bp/model.htm>
- Vélez, M. (2020, 14 de agosto). La teoría de la comparación social de Festinger. *La mente es maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-la-comparacion-social-de-festinger/>
- Vogel, E.A., Rose, J.P, Roberts, L.R. & Eckles, K. (2014). Social comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4). 206-222. DOI:  
<http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Women's Health*. (s.f.). Body image.  
<https://www.womenshealth.gov/mental-health/body-image-and-mental-health/body-image>
- Young, N. (2021). Latinas Devoted to Body Positivity You Need to Check Out. *HipLatina*.  
Encontrado 19 de enero de 2022: <https://hiplatina.com/latinas-body-positivity-movement/>
- Zapata Cano, R. (2006). La dimension social y cultural del cuerpo. *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia*, 20(37). 251-264.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55703713>

## Apéndices

### I. Hoja de Consentimiento Informado Digital

12/22/22, 10:36 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

# Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

\*Obligatorio



# ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

## **Hoja de Consentimiento**

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

### **Descripción**

La invito a participar en una investigación exploratoria y descriptiva donde se busca conocer el impacto emocional que genera en las mujeres puertorriqueñas los movimientos sociales que se presentan en Instagram donde se promueve el amor propio y la positividad corporal. Esta investigación es realizada por Lillyvete Torres Ríos, estudiante que cursa su maestría en Psicología Social Comunitaria en la Universidad de Puerto Rico, recinto Rio Piedras.

Los criterios para participar en esta investigación son ser residente de Puerto Rico, ser mujer, tener cuenta activa en Instagram y pertenecer al rango de edades entre veintiuno a treintaicinco. Se espera la participación de 100 mujeres como voluntarias en este estudio.

Si acepta participar en esta investigación, se le preguntará sobre sus datos sociodemográficos, acerca del uso de su cuenta de Instagram y preguntas relacionadas a amor propio, comparación social, autoestima y emociones que se generan al utilizar esta aplicación. Participar en este estudio le tomará aproximadamente quince minutos.

### **Riesgos y beneficios**

Los riesgos asociados a este estudio son la incomodidad que algunas de las preguntas puedan generar, ya que es un tema sensible. Además, puede haber cargos adicionales por el consumo de datos móviles o de conexión de internet. Por favor entienda que su participación es completamente voluntaria y usted tiene el derecho de no contestar alguna pregunta en particular o abandonar el cuestionario en cualquier momento. Esta investigación no conlleva beneficios directos para los participantes.

### **Confidencialidad**

Su identidad será protegida, ya que será identificada con un número y no con su nombre ni correo electrónico. La información o datos que puedan identificarlo directa o indirectamente serán manejados confidencialmente. Esto es que solo Lillyvete Torres Ríos y la Profesora Ruth Nina tendrán acceso a los datos crudos o que puedan identificarlo, incluyendo esta hoja de consentimiento. Oficiales del Recinto de Rio Piedras de la Universidad de Puerto Rico o de agencias federales responsables de velar por la integridad

<https://docs.google.com/forms/d/e/1Ayf6paARpUfhYZPVYX-4DKQgeOVxmsdYleuBvYvuBLJedli>

2/17

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

de la investigación podrían requerirle al investigador los datos obtenidos en este estudio, incluyendo esta hoja de consentimiento. La información que comparta electrónicamente en el dispositivo (computadora, celular u otro) o plataforma que utilice puede ser intervenida o revisada por terceras personas. Estas personas pueden tener acceso legítimo o ilegítimo al dispositivo y a su contenido como un familiar, patrono, hackers, intrusos o piratas informáticos, etc. Además, en el dispositivo que utilice puede quedar registro de la información que acceda o envíe electrónicamente.

Los documentos, materiales o datos de la investigación serán almacenados en Google Drive bajo el acceso de Lillyvette Torres Ríos y la Profesora Ruth Nina. Los datos recopilados serán conservados permanentemente para ser utilizados en otras investigaciones. Además, serán compartidos con otros investigadores sin identificadores y bajo un acuerdo de confidencialidad.

### **Derechos**

Si leyó este documento y decidió participar, por favor entienda que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho de no responder alguna pregunta en particular o abandonar el cuestionario en cualquier momento, sin ninguna penalidad. Es importante que tenga conocimiento que habrá preguntas obligatorias acerca de los criterios de elegibilidad. Si usted no desea responder alguna de estas preguntas obligatorias, puede retirarse del estudio. Además, si desea tener una copia de esta hoja de consentimiento, puede grabarla o imprimirla.

Si tiene alguna pregunta o desea más información sobre esta investigación, por favor comuníquese con Lillyvette Torres Ríos al 787-461-7483 y [lillyvette.torres@upr.edu](mailto:lillyvette.torres@upr.edu) o con la supervisora de la investigación Ruth Nina al 787-617-0667 y [ruth.nina1@upr.edu](mailto:ruth.nina1@upr.edu)

Si tiene preguntas sobre sus derechos como participante o una reclamación o queja relacionada con su participación en este estudio, puede comunicarse con la Oficial de Cumplimiento del Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico, al teléfono 787-764-0000, extensión 86773 o a [cipshi.degi@upr.edu](mailto:cipshi.degi@upr.edu).

Si selecciona "Acepto participar en esta investigación", significa que decidió participar en esta investigación después de leer la información presentada en esta hoja de consentimiento.

# Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

## II. Cuestionario Digital

12/22/22, 10:36 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

1. Luego de haber leído la hoja de consentimiento de la investigación: Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram, ¿desea participar en esta investigación? \*

Marca solo un óvalo.

- Acepto participar en esta investigación.  
 No acepto participar en esta investigación.

Datos Sociodemográficos

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

2. Sexo \*

Marca solo un óvalo.

- Mujer  
 Hombre

Datos Sociodemográficos

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

3. Edad \*

Marca solo un óvalo.

- 15-20 años  
 21-25 años  
 26-30 años  
 31-35 años  
 36-40 años  
 Otro: \_\_\_\_\_

## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

### Datos Sociodemográficos

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

#### 4. Estado Civil

*Marca solo un óvalo.*

- Soltera
- Convivencia
- Casada
- Divorciada
- Separada
- Viuda
- Prefiero no responder

#### 5. Preparación Académica

*Marca solo un óvalo.*

- Cuarto Año
- Grado Asociado
- Bachillerato
- Maestría
- Doctorado
- Otro
- Prefiero no responder

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

6. ¿Es residente de Puerto Rico? \*

Marca solo un óvalo.

Si

No

Datos Sociodemográficos

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

7. ¿Tiene activa su cuenta de Instagram? \*

Marca solo un óvalo.

Si

No

Parte I:  
Uso  
General  
de  
Instagram.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.  
*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

8. ¿Qué te gusta de Instagram?

---

---

---

---

---

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

9. ¿Cómo te sientes al utilizar Instagram?

---

---

---

---

---

10. ¿Te educas en Instagram?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No *Salta a la pregunta 12*
- Prefiero no responder *Salta a la pregunta 12*

Me educó  
en  
Instagram.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.  
*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

11. ¿Qué has aprendido?

---

---

---

---

---

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

Parte II:  
Privacidad  
en  
Instagram.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.  
*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

12. ¿Tu cuenta de Instagram es ... ?

Marca solo un óvalo.

- Pública  
 Privada  
 Prefiero no responder

13. ¿Publicas aspectos personales en Instagram?

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No  
 Prefiero no responder

Parte  
III:  
Tiempo  
de Uso.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.  
*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

14. Aproximadamente, ¿cuántas veces en el día te conectas a Instagram?

---

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

Parte  
IV:  
Personas  
que  
sigues.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

15. ¿Sigues a más personas que ...?

Marca solo un óvalo.

- Conoces
- No conoces
- Prefiero no responder

16. ¿Te siguen personas que ...?

Marca solo un óvalo.

- Conoces
- No conoces
- Prefiero no responder

Parte V:  
Publicaciones.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*



## ***Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram***

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

17. ¿Cuántas historias publicas al día?

*Marca solo un óvalo.*

- 1 - 4
- 5 - 9
- 10-
- No publico historias.
- Prefiero no responder
- Otro: \_\_\_\_\_

18. ¿Cada cuánto tiempo publicas fotos?

*Marca solo un óvalo.*

- 1 - 2 fotos por semana
- 3 - 5 fotos por semana
- Diariamente
- Mensual
- No publico fotos.
- Prefiero no responder
- Otro: \_\_\_\_\_

19. ¿Te afecta si no recibes "me gusta"?

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No
- Prefiero no responder

<https://docs.google.com/forms/d/1Ayf6peARpUthYZPVYX7DKQgeOVs6nsdYleuB5VvutBK/sdli>

10/7

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

Parte VI:  
Autoestima.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.  
*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

20. ¿Te gusta cómo te ves?

Marca solo un óvalo.

- Sí *Salta a la pregunta 22*
- No
- Prefiero no responder *Salta a la pregunta 22*

Parte VI:  
Autoestima.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.  
*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

21. ¿Por qué no te gusta como te ves?

---

---

---

---

---

# Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

Parte VII:  
Movimiento  
Cuerpo en  
Positivo.

El objetivo de este movimiento es construir y generar la confianza en sí mismo, promoviendo el amor propio, comportamientos saludables y aceptando de manera positiva el cuerpo.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

22. ¿Conoces el movimiento Cuerpo en Positivo (Body Positive)?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No *Salta a la pregunta 24*
- Prefiero no responder *Salta a la pregunta 24*

Parte VII:  
Movimiento  
Cuerpo en  
Positivo.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

23. ¿Qué te parece lo que plantea el movimiento Cuerpo en Positivo?

---

---

---

---

---

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

Parte VII:  
Movimiento  
Cuerpo en  
Positivo.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

24. El cuerpo en positivo es una invitación a repensar, reflexionar y replantear estereotipos aprendidos y conocidos por la sociedad que habitamos. ¿Consideras que este movimiento ha tenido algún efecto en ti?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Prefiero no responder

Parte  
VIII:  
Cuerpo.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

25. ¿El movimiento Cuerpo en Positivo ha promovido un cambio en cómo ves tu cuerpo?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:36 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

26. ¿El movimiento Cuerpo en Positivo ha cambiado la manera en que procesas la opinión de otro sobre tu cuerpo?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Prefiero no responder

27. El movimiento Cuerpo en Positivo promueve una imagen corporal positiva para desafiar los estándares irreales que se han creado en la sociedad. ¿Consideras que has utilizado tu cuerpo para desafiar los estándares de belleza creados por la sociedad?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Prefiero no responder

Parte  
XI:  
Amor  
Propio.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.

28. ¿Cuidas tu cuerpo?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No *Salta a la pregunta 30*
- Prefiero no responder *Salta a la pregunta 30*

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

Parte

XI:

Amor

Propio.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

29. ¿Cómo cuidas tu cuerpo?

---

---

---

---

---

Parte

XI:

Amor

Propio.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

30. ¿Cuidas tu mente?

Marca solo un óvalo.

Sí

No *Salta a la pregunta 32*

Prefiero no responder *Salta a la pregunta 32*

Parte

XI:

Amor

Propio.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

## Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

12/22/22, 10:56 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

31. ¿Cómo cuidas tu mente?

---

---

---

---

Parte  
XI:  
Amor  
Propio.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

32. ¿Te amas tal cual?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Prefiero no responder

Parte X:  
Propiciar  
Amor  
Propio.

Lea cuidadosamente y conteste según indica.

*Recuerde que su participación es completamente voluntaria y que tiene derecho a abstenerse de participar o a retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna penalidad. También tiene derecho a no contestar alguna pregunta en particular o cambiar su respuesta.*

## *Cuerpo en Positivo: Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram*

12/22/22, 10:36 AM

Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram.

33. Enumera 3 partes de tu cuerpo que te encantan.

---

---

---

---

34. Enumera 3 **características** que te encantan de ti. **No aspecto físico.**

---

---

---

---

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios



### III. Autorización de protocolo por CIPSHI

Universidad de  
Puerto Rico

COMITÉ INSTITUCIONAL PARA LA PROTECCIÓN DE LOS SERES HUMANOS  
EN LA INVESTIGACIÓN (CIPSHI)

IRB 00000944

cipshi.degi@upr.edu ~ http://graduados.uprr.edu/cipshi

#### AUTORIZACIÓN DEL PROTOCOLO

**Número del protocolo:** 2223-050

**Título del protocolo:** Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram

**Investigadora:** Lillyvette Torres Rios

**Tipo de revisión:**  Inicial  Renovación

**Evaluación:**  Comité en pleno  
 Revisión expedita:  
Categoría(s) de exención 45 CFR §46.104(d): 2 (iii)

**Fecha de la autorización:** 10 de enero de 2023

Además, el CIPSHI:

- Concedió la dispensa solicitada para modificar el procedimiento estándar de toma de consentimiento informado.

*Cualquier modificación posterior a esta autorización requerirá la consideración y reautorización del CIPSHI. Además, debe notificar cualquier incidente adverso o no anticipado que implique a los sujetos o participantes. Al finalizar la investigación, envíe el formulario de Notificación de Terminación de Protocolo.*

Departamento  
Estudios Graduados  
e Investigación

18 Av. Universidad STE 1801  
San Juan PR 00925-2512

787-764-0000  
Ext. 86700  
Fax 787-783-6011

Página electrónica:  
<http://graduados.uprr.edu>

Areliz Quiñones Berrios, Ed.D.  
Presidenta del CIPSHI o  
representante autorizado

Patrón con Igualdad de Oportunidades en el Empleo M/M/W

#### IV. Hoja de Promoción de Estudio

La invitamos a participar en la investigación:

## **Cuerpo en Positivo: la Percepción del Cuerpo Femenino a través de Instagram**

### **Requisitos para participar:**

Ser mujer

Pertenecer al rango de edades entre 21 a 35

Tener cuenta activa en Instagram

Ser residente de Puerto Rico

**Enlace al cuestionario:** <https://forms.gle/3Xy4xNySdCK2itfDA>

Estará participando de un cuestionario en línea a través de Google Forms.

Esta investigación es parte de los requisitos para completar el grado de maestría en Psicología Social Comunitaria de la Universidad de Puerto Rico, recinto de Río Piedras.



### **Información de contacto:**

Lillyvette Torres Ríos  
[lillyvette.torres@upr.edu](mailto:lillyvette.torres@upr.edu)

