



CARRERA DE
PSICOLOGÍA

INSTAGRAM Y LA AUTIMAGEN JUVENIL: LA ERA DIGITAL

Autora: Pérez Nicolas Speer Martin

Profesores guías: Mirone Daniella, López Catherina

Artículo para optar al grado de Licenciado en Psicología y al título de Psicóloga.

Santiago, noviembre de 2024

Resumen:

Este estudio tiene como objetivo analizar cómo el contenido consumido en Instagram influye en la construcción de la autoimagen de adolescentes de entre 13 y 16 años de la Región Metropolitana de Chile. Dado que Instagram es una plataforma central en la vida cotidiana de los jóvenes y juega un papel crucial en la manera en que se construyen y mantienen las identidades digitales, este trabajo se enfoca en explorar cómo los estándares de belleza, la búsqueda de aprobación externa y las dinámicas de comparación social, predominantes en esta red social, afectan la percepción personal de los adolescentes.

Para ello, se adoptó un enfoque metodológico cualitativo, descriptivo y no experimental, utilizando entrevistas semiestructuradas como técnica de recolección de datos. Las entrevistas fueron realizadas con un grupo de adolescentes que usan Instagram de forma regular, lo que permitió obtener una visión profunda sobre cómo interactúan con los contenidos visuales de la plataforma y cómo estos influyen en su autoimagen. A través de las respuestas de los participantes, se pudo identificar tanto los efectos negativos que experimentan los adolescentes, como la presión por cumplir con estándares estéticos impuestos por las publicaciones de otras personas o marcas, como los efectos de la comparación social y la búsqueda constante de validación mediante "likes" y comentarios.

Sin embargo, los hallazgos no fueron unívocos. Si bien algunos adolescentes expresaron sentirse presionados por las expectativas estéticas que predominan en Instagram, otros mostraron una actitud más crítica hacia estos patrones, cuestionando la veracidad de los contenidos mostrados y la superficialidad de estos. A pesar de las dificultades mencionadas, el estudio también identifica factores protectores que pueden mitigar estos efectos negativos. Entre estos factores destacan el apoyo social proveniente de familiares y amigos, así como la capacidad de autorregulación de los propios adolescentes en cuanto al uso de la red social, lo que les permite establecer límites saludables y evitar caer en una constante comparación.

el estudio subraya que la influencia de Instagram en la construcción de la autoimagen de los adolescentes es compleja y multidimensional. Aunque existen desafíos significativos relacionados con los efectos de la comparación social y la búsqueda de validación externa, también hay aspectos protectores que pueden contribuir a una relación más sana y crítica con las redes sociales. Este análisis contribuye a un mayor entendimiento de cómo los adolescentes de la Región Metropolitana de Chile interactúan con las plataformas digitales y cómo estas influyen en su bienestar emocional y autopercepción.

Palabras clave: Autoimagen, Redes sociales, Instagram, Adolescencia, Estándares de belleza, Bienestar emocional.

Abstract:

This study aims to analyze how content consumed on Instagram influences the construction of self-image in adolescents aged 13 to 16 in the Metropolitan Region of Chile. Since Instagram is a central platform in the daily lives of young people and plays a crucial role in the way digital identities are built and maintained, this work focuses on exploring how beauty standards, the search for external approval, and social comparison dynamics, which are prevalent on this social media platform, impact adolescents' self-perception.

To achieve this, a qualitative, descriptive, and non-experimental approach was adopted, using semi-structured interviews as the data collection technique. The interviews were conducted with a group of adolescents who use Instagram regularly, allowing for an in-depth understanding of how they interact with the platform's visual content and how it influences their self-image. Through the participants' responses, both negative effects, such as pressure to meet aesthetic standards imposed by other people's or brands' posts, social comparison, and the constant search for validation through "likes" and comments, were identified.

However, the findings were not uniform. While some adolescents expressed feeling pressured by the aesthetic expectations prevailing on Instagram, others showed a more critical attitude toward these patterns, questioning the authenticity of the content shared and its superficiality. Despite the challenges mentioned, the study also identifies protective factors that can mitigate these negative effects. These factors include social support from family and friends, as well as the adolescents' ability to self-regulate their social media use, allowing them to set healthy boundaries and avoid falling into constant comparison.

In conclusion, the study emphasizes that the influence of Instagram on adolescents' self-image construction is complex and multidimensional. While there are significant challenges related to social comparison and the search for external validation, there are also protective aspects that can contribute to a healthier and more critical relationship with social media. This analysis contributes to a greater understanding of how adolescents in the Metropolitan Region of Chile interact with digital platforms and how these platforms influence their emotional well-being and self-perception.

Keywords: Self-image, Social Media, Instagram, Adolescence, Beauty Standards, Emotional Well-being.

Introducción:

El problema que nos llevó a realizar la investigación radica en la necesidad de comprender cómo el contenido que consumen los adolescentes en Instagram posiblemente afecta en el desarrollo y construcción de su autoimagen. La ausencia de información detallada sobre este aspecto constituye una brecha significativa en el conocimiento científico actual, limitando nuestra comprensión de la dinámica entre el contenido en Instagram y los cambios en la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos. Por tanto, este estudio busca llenar este vacío al examinar cómo los estándares de belleza y las interacciones en línea influyen la autoimagen de los adolescentes. Mediante esta investigación, se aspira a proporcionar una comprensión más profunda de cómo las Instagram modelan la autoimagen de los jóvenes y su impacto en su salud mental y bienestar en la sociedad contemporánea.

Instagram, desde su creación en 2010, ha cambiado drásticamente la forma en que las personas se relacionan con su entorno, y su impacto es particularmente significativo en los adolescentes. En Chile, más del 80% de los jóvenes entre 12 y 18 años utilizan redes sociales a diario, con Instagram siendo una de las plataformas más populares (INE, 2023). Esta red no solo actúa como un medio para compartir experiencias, sino también como un espacio donde se negocian aspectos de la identidad y la autoimagen.

El uso de Instagram durante la adolescencia plantea desafíos únicos debido a la vulnerabilidad de esta etapa, caracterizada por la búsqueda de identidad y pertenencia. Como indican Anna Freud (1954) y Kohut (1971), la adolescencia es un período de intenso desarrollo psicológico, durante el cual las influencias externas, como los pares y los medios de comunicación, desempeñan un papel crucial. Instagram amplifica estas dinámicas al ofrecer contenido que refuerza estándares de belleza inalcanzables y promueve comparaciones sociales constantes.

El estudio realizado busca explorar cómo los adolescentes en la comuna de Santiago, Chile, experimentan y manejan la relación entre el contenido consumido en Instagram y su autoimagen, contribuyendo a llenar un vacío en la literatura sobre el contexto chileno.

El propósito de la investigación realizada conlleva a que podamos conocer como adolescentes de 13 a 16 años residentes de la zona centro de la región metropolitana en la comuna de Santiago tienen un impacto en su autoimagen causado por contenido que es observado en la red social Instagram. Por consiguiente, indagamos cómo afecta el tipo de contenido que consumen los jóvenes en su autoimagen y describiremos sus efectos. Con propósito de describir y analizar el impacto del contenido consumido en Instagram sobre la autoimagen de los jóvenes de 13 a 16 años.

Con esta investigación buscamos comprender cómo la exposición a imágenes idealizadas y a estándares de belleza en esta plataforma puede influir en la percepción que estos jóvenes tienen de sí mismos. Además, se busca identificar factores clave que podrían afectar la relación entre el uso de Instagram y los cambios en la autoimagen, ofreciendo una visión de los desafíos que enfrentan los adolescentes en tiempos actuales.

Nuestra hipótesis consiste en que la autoimagen actual de los jóvenes podría verse afectada por el contenido que consumen

En cuanto a la metodología, la investigación se desarrolla bajo la mirada de un enfoque cualitativo, centrándonos en la construcción propia y subjetiva de las personas respecto a su autoimagen.

Nuestra investigación cualitativa fue diseñada para conocer e interpretar las vivencias individuales de los involucrados, destacando el eje de la subjetividad de estos, de esta manera buscamos como investigadores el indagar en las significaciones únicas de cada sujeto y la realidad de cada uno de ellos

Con relación al enfoque que fue implementado en el diseño de esta investigación, consideramos que un diseño de carácter descriptivo no experimental sería el más adecuado, puesto que pretendemos describir y dar a conocer desde la perspectiva de los propios involucrados, esto en relación a la manera que estos perciben su autoimagen y como esta podría verse alterada según el contenido consumido por estos en Instagram.

Marco Teórico:

Según Hartmann, el yo juega un papel esencial en la adaptación del individuo tanto a los conflictos internos como a las demandas del entorno. Esta función adaptativa del yo se torna crucial cuando consideramos el impacto de las redes sociales, como Instagram, que presentan un entorno social digital altamente influenciado por las imágenes idealizadas y las expectativas externas. Para los adolescentes, cuya identidad está en proceso de construcción, estas plataformas se convierten en un espacio donde las interacciones sociales externas tienen una gran capacidad de modelar su autoimagen.

En el contexto de las redes sociales, los adolescentes se enfrentan a una constante exposición a imágenes y narrativas que no solo son idealizadas, sino que, en muchos casos, son poco realistas. Estos factores pueden generar un conflicto entre los deseos internos del adolescente (lo que realmente es o desea ser) y las exigencias sociales externas representadas en las plataformas digitales. Aquí, el yo tiene que mediar entre estas presiones y las realidades internas del individuo, un proceso que se ve intensificado debido a la función adaptativa que Hartmann describe. Como señala Hartmann, “la adaptación activa del yo incluye la habilidad para enfrentar y resolver los problemas cotidianos de manera efectiva” (Hartmann, H., 1950). Sin embargo, esta función adaptativa del yo puede ser puesta a prueba cuando el entorno digital no ofrece una retroalimentación auténtica o adaptativa, sino que refuerza normas y expectativas que están fuera de alcance.

El concepto de adaptación activa de Hartmann se vuelve clave al considerar cómo los adolescentes intentan navegar las demandas de las redes sociales. La adaptación activa implica que el yo no solo reacciona ante los conflictos, sino que también busca proactivamente soluciones para ajustarse a las nuevas circunstancias. Sin embargo, las plataformas como Instagram, al estar diseñadas para reforzar la competencia social a través de validaciones (likes, seguidores, comentarios), pueden inducir una búsqueda constante de validación externa en lugar de soluciones internas genuinas.

Este ciclo de validación puede inducir lo que Kohut denomina una fragilidad del self, especialmente cuando las validaciones que se reciben son superficiales o, peor aún, cuando las comparaciones constantes con los estándares presentados en las redes sociales afectan negativamente la percepción de sí mismos. Kohut sostiene que “el self fragmentado surge cuando la persona no recibe suficiente apoyo y afirmación durante las etapas formativas de su desarrollo” (Kohut, H., 1971). En este sentido, las redes sociales pueden crear un ambiente que contribuye a esta falta de apoyo emocional auténtico, lo que interfiere con la integración del self y la capacidad del yo para adaptarse de manera saludable.

El uso de mecanismos de defensa en respuesta a las presiones sociales y emocionales que surgen en las redes sociales también tiene un paralelo interesante con las ideas de Freud y Hartmann. Por ejemplo, los adolescentes pueden emplear mecanismos de defensa como la proyección o el desplazamiento en sus interacciones digitales, proyectando sus propios sentimientos de inseguridad sobre los demás o desplazando su frustración hacia otros usuarios. Estas defensas pueden ser útiles a corto plazo, pero a largo plazo pueden impedir una adaptación genuina y una comprensión más profunda de las emociones y conflictos internos.

En este sentido, las defensas no solo funcionan para reducir la ansiedad, sino también como una forma de intentar resolver el conflicto entre las presiones internas del self y las expectativas externas del entorno digital. Sin embargo, las defensas, especialmente las primarias, pueden ser contraproducentes, ya que protegen al individuo de una manera que impide un crecimiento auténtico y una adaptación más realista y saludable a la vida social fuera de la pantalla.

El concepto de ego-sintonicidad de Hartmann, que hace referencia a la capacidad del yo para actuar de manera coherente con los valores internos del individuo, también tiene implicaciones importantes en la interacción de los adolescentes con plataformas como Instagram. En un entorno donde la validación externa se vuelve un factor clave para el sentido del self, la capacidad de un adolescente para mantener una imagen coherente y alineada con sus valores internos puede verse comprometida.

Cuando los adolescentes no logran que sus experiencias digitales se alineen con sus valores personales (por ejemplo, al sentir que deben conformarse a una imagen idealizada para obtener aprobación), el yo puede experimentar un sentimiento de desconexión, generando conflictos internos. Como señala Hartmann, “un yo egosintónico permite una mayor coherencia entre los deseos internos y el comportamiento externo, facilitando la satisfacción personal” (Hartmann, H., 1950). Este proceso de alineación entre los valores internos y el comportamiento externo es esencial para una integración sana del self. Sin embargo, cuando el yo se ve constantemente forzado a adaptarse a estándares ajenos, la capacidad para experimentar esta coherencia puede verse comprometida, lo que lleva a una autoimagen distorsionada y un mayor malestar emocional.

Finalmente, la interacción constante con plataformas como Instagram en la adolescencia introduce una nueva capa en el desarrollo del self que no existía en la época de Freud o Hartmann. En su teoría, Freud se centraba en las influencias familiares y la dinámica temprana en el desarrollo de la personalidad, mientras que Hartmann ampliaba esta idea para incluir las influencias sociales. Hoy en día, las influencias sociales se han globalizado y acelerado enormemente debido a las plataformas digitales. La comparación constante con otros en un espacio virtual, junto con la búsqueda de validación externa, puede alterar el proceso de formación de la identidad, especialmente en los adolescentes cuyo yo aún está en proceso de consolidación.

El riesgo aquí es que los adolescentes, al interactuar con un yo digital proyectado en las redes sociales, pueden experimentar una desconexión con su yo real, creando una disonancia que afecta su bienestar psicológico. Por ejemplo, si la imagen idealizada que se proyecta en Instagram se convierte en el estándar con el que se comparan, el yo puede perder su función adaptativa, entrando en conflicto con los valores internos y experimentando una sensación de insatisfacción y desconcierto. En este contexto, el self puede volverse fragmentado, como señala Kohut, “el self fragmentado surge cuando la persona no recibe suficiente apoyo y afirmación durante las etapas formativas de su desarrollo” (Kohut, H., 1971). La falta de apoyo genuino y la constante exposición a ideales ajenos pueden dificultar el desarrollo de un self sólido y coherente.

La importancia de la investigación cualitativa radica precisamente en su capacidad para comprender cómo los individuos construyen el significado de su experiencia dentro de un contexto particular. Según Hernández Fernández y Sampieri (2021), la investigación cualitativa se interesa por entender los procesos internos y subjetivos de las personas, permitiendo una visión más profunda de los fenómenos estudiados. En este caso, entender cómo los adolescentes de la Región Metropolitana de Chile interpretan su autoimagen y cómo esta se ve afectada por el contenido consumido en Instagram requiere una metodología flexible que permita captar las complejidades de sus percepciones y experiencias.

El diseño de una investigación cualitativa es particularmente adecuado cuando se aborda un tema tan complejo como la autoimagen, ya que permite explorar los significados y discursos de cada joven en un contexto libre de juicios previos o expectativas. Esto es especialmente importante cuando se trata de un fenómeno tan dinámico y en constante evolución como el uso de redes sociales y la influencia que estas tienen sobre los jóvenes. La autoimagen, por su naturaleza, está influenciada por una variedad de factores sociales, emocionales y culturales, lo que hace que cada experiencia sea única. Por lo tanto, un enfoque cualitativo no solo proporciona una comprensión más rica de estos factores, sino que también permite una mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios que puedan surgir durante el proceso de investigación.

El instrumento principal de recolección de datos en esta investigación será la entrevista semiestructurada, que se considera fundamental para obtener una comprensión profunda de las percepciones y experiencias subjetivas de los adolescentes respecto a su autoimagen y el impacto que las redes sociales, en particular Instagram, tienen sobre ellas. Las entrevistas semiestructuradas, al combinar preguntas prediseñadas con la posibilidad de adaptar y formular nuevas preguntas durante la conversación, permiten una mayor fluidez y riqueza en la obtención de datos. Esta metodología facilita que los participantes expresen libremente sus pensamientos y sentimientos, lo que enriquece el análisis posterior al proporcionar detalles sobre el contexto emocional, social y personal que influye en sus percepciones.

Además, como señala Vélez Restrepo (2003), las entrevistas semiestructuradas son un espacio para el diálogo entre las subjetividades, permitiendo que los entrevistados compartan sus representaciones, recuerdos, emociones y racionalidades, que están estrechamente vinculados con su historia personal, su memoria colectiva y su realidad sociocultural. De esta forma, no solo se obtienen respuestas directas sobre el tema en cuestión, sino que también se revelan las capas más profundas del significado que cada adolescente atribuye a su autoimagen y cómo esta es moldeada por las dinámicas de las redes sociales. “un evento dialógico propiciador de encuentros entre subjetividades, que se conectan o vinculan a través de la palabra, permitiendo que afloren representaciones, recuerdos, emociones, racionalidades pertenecientes a la historia personal, a la memoria colectiva y a la realidad socio cultural de cada uno de los sujetos implicados “(vélez Restrepo,2003, p.104)

En resumen, la elección de un diseño cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas responde a la necesidad de explorar un fenómeno complejo y dinámico, como la relación entre Instagram y la

autoimagen de los adolescentes, desde una perspectiva abierta y contextualizada. Este enfoque no solo permite captar la diversidad de experiencias individuales, sino que también proporciona una comprensión más rica y matizada de cómo los jóvenes perciben y manejan las influencias de las redes sociales en su sentido de identidad y autoestima.

plan de análisis de la información:

Para el análisis de los datos recopilados en este estudio, se utilizó un enfoque cualitativo fundamentado en la codificación temática, con el objetivo de identificar patrones, categorías y relaciones significativas en las narrativas de los participantes. Este método permitió organizar y comprender las percepciones, experiencias y estrategias asociadas con la autoimagen de los adolescentes en relación con el contenido consumido en Instagram.

Fases del análisis

Transcripción de datos

Las entrevistas fueron transcritas de manera literal para asegurar que toda la información relevante estuviera disponible para el análisis. Este proceso incluyó una revisión detallada de las grabaciones, con especial atención a las pausas, entonaciones y expresiones emocionales que pudieran enriquecer la interpretación de los datos.

Lectura inicial y familiarización

Se realizó una primera lectura de las transcripciones para familiarizarse con los datos y obtener una visión general de las narrativas de los participantes. Durante esta etapa, se identificaron temas preliminares recurrentes y puntos de interés que orientaron las siguientes fases del análisis.

Codificación inicial

Se llevó a cabo una codificación abierta, asignando etiquetas a segmentos de texto que contenían información relevante para los objetivos del estudio. Estas etiquetas incluían aspectos como "percepción de estándares de belleza", "validación social", "malestar emocional", "estrategias de afrontamiento", entre otros.

Agrupación de categorías

Posteriormente, se agruparon las etiquetas en categorías más amplias, basadas en similitudes conceptuales y temáticas. Por ejemplo, las etiquetas relacionadas con el contenido consumido y su impacto emocional se agruparon bajo la categoría "impacto de estándares de belleza".

A un nivel general el análisis de la información se realizará de la siguiente manera, primero se analizará la entrevista de manera temática que responden a las siguientes categorías:

Instagram:

1. Contenido

(en relación con el contenido consumido por los entrevistados en Instagram)

2. Comentarios

(con relación a los comentarios que reciben los entrevistados en Instagram)

3. Reacciones

(en relación con los likes, seguidos y compartidos de los entrevistados en Instagram)

Autoimagen:

1.Confianza

(con relación a métodos y situaciones que fomenten la confianza de los entrevistados)

2.Aceptación

(con relación a situaciones y personas que hacen sentir aceptados a los entrevistados)

3.Malestar

(en relación con el malestar general de los entrevistados a partir de su autoimagen)

4.Desarrollo

(con relación a los diversos cambios experimentados por los entrevistados respecto de su autoimagen)

Comparación:

1.Estándares

(en relación con la opinión de los entrevistados respecto a estándares de belleza promocionados por Instagram)

2.Influencias

(con relación al contenido y/o personajes que consideren influyentes en su autoimagen)

3.Encajar

(en relación con el deseo de encajar en ciertos estándares de los distintos entrevistados)

Se interpretaron los datos con base en el marco teórico y los objetivos del estudio, relacionándolos con los hallazgos de investigaciones previas. La triangulación se realizó mediante discusiones entre los investigadores para garantizar la coherencia y validez de los resultados.

Luego, con la información recopilada el análisis se realizó en agrupaciones temáticas en relación con los temas que se desean explorar para así lograr dar cuenta si es que existe una relación entre la percepción de los participantes respecto a su autoimagen y el contenido que consumen estos en Instagram.

Estos temas fueron explorados para una mejor comprensión del contenido al que se expone cada uno de los participantes para así facilitar el análisis y la comparación posterior

Teniendo claro que el propósito de la investigación es conocer si hay posibles relaciones entre la autoimagen de los adolescentes y el contenido que ellos consumen en Instagram, se debe realizar un análisis teniendo en cuenta la información de ambos ejes y resaltar los aspectos comunes e interacciones entre ambos tópicos.

Se garantizaron la confidencialidad y el anonimato durante todo el proceso de análisis. Los datos fueron manejados exclusivamente por el equipo de investigación, respetando los principios éticos establecidos en el consentimiento informado.

Este plan de análisis permitió organizar y estructurar la información de manera que las percepciones y experiencias individuales de los participantes se integraran en un relato coherente y significativo, reflejando tanto las influencias negativas como los factores protectores en su interacción con Instagram.

Método

En cuanto a la metodología, la investigación se desarrolla bajo la mirada de un enfoque cualitativo, centrándonos en la construcción propia y subjetiva de las personas respecto a su autoimagen.

Nuestra investigación cualitativa busca conocer e interpretar las vivencias individuales de los involucrados, destacando el eje de la subjetividad de estos, de esta manera buscamos como investigadores el indagar en las significaciones únicas de cada sujeto y la realidad de cada uno de ellos

La investigación cualitativa se interesa por entender cómo los individuos construyen el significado en sus vidas y cómo interpretan su experiencia dentro de un contexto particular. Utiliza métodos flexibles, como entrevistas, grupos focales y observación, que permiten una comprensión profunda y contextualizada de los fenómenos estudiados."(Hernández Fernández y Sampieri...2021)

La selección de este método de investigación se realizó teniendo en cuenta la dificultad y características complejas ligadas al tema de nuestra investigación, dado que estudiar los significados y los discursos de cada joven respecto a su autoimagen y como esta puede estar relacionada y/o afectada por el contenido consumido en Instagram, requiere de la utilización de técnicas y recursos que faciliten la expresión de lo jóvenes y que a su vez nos facilite el proceso de análisis del contenido de sus discursos.

Muestra y participantes

Se seleccionó una muestra por conveniencia de adolescentes de entre 13 y 16 años estudiantes en la comuna de Santiago durante el año 2024. Este enfoque facilitó el acceso a participantes disponibles y dispuestos a colaborar en el estudio. La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo por conveniencia, priorizando el acceso a individuos disponibles y dispuestos a colaborar con la investigación.

Se garantizó una diversidad en términos de género, contexto familiar y nivel de interacción con Instagram, buscando abarcar una gama representativa de experiencias y perspectivas en relación con la autoimagen y el uso de esta plataforma social.

Criterios de inclusión:

Adolescentes con edades entre 13 y 16 años al momento de la investigación.

Usuarios activos de Instagram durante al menos un año, asegurando familiaridad con la plataforma.

Participantes que contaran con el consentimiento informado de ellos mismos y de sus tutores legales, siguiendo las normas éticas de investigación.

Instrumentos

Se utilizaron entrevistas semi estructuradas, diseñadas para abordar temáticas clave como los estándares de belleza, validación social, y estrategias de afrontamiento frente al contenido digital.

El principal instrumento de recolección de datos consistió en entrevistas semiestructuradas, diseñadas específicamente para explorar las vivencias y percepciones subjetivas de los adolescentes en relación con:

Tipos de contenido consumido en Instagram: Analizando qué tipo de publicaciones (fotos, videos, memes, etc.) y temáticas predominaban en sus interacciones digitales.

Percepciones sobre estándares de belleza: Indagando en cómo los ideales promovidos en la plataforma influían en su autoimagen y autoestima.

Influencias en la autoimagen: Reflexionando sobre cómo el contenido y las dinámicas sociales en Instagram afectaban la forma en que se perciben a sí mismos.

Estrategias para manejar las influencias negativas: Identificando los mecanismos que implementaban para enfrentar posibles impactos negativos, como dejar de seguir cuentas específicas o limitar su tiempo en la plataforma.

Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 45 minutos y fueron realizadas en espacios privados y confidenciales. Cada sesión fue grabada con el consentimiento explícito de los participantes, para garantizar una transcripción fiel y detallada. Este enfoque permitió captar la complejidad de las narrativas individuales y obtener datos ricos en matices sobre sus experiencias en Instagram y su autoimagen.

Procedimientos

Las entrevistas se llevaron a cabo en un ambiente seguro y privado, garantizando el anonimato y la confidencialidad. Los datos fueron transcritos y codificados para identificar categorías emergentes.

Al revisar la información recopilada y analizarla cuidadosamente podemos concluir que nuestra hipótesis inicial de que Instagram puede llegar a afectar al desarrollo y construcción de la autoimagen a base de las interacciones entre usuarios y el contenido consumido por estos mismos,

esto se puede ver reflejado en distintas de las declaraciones de los entrevistados y de las cuales pudimos rescatar diversas categorías y como las perspectivas de los entrevistados se correlacionan con las ideas de distintos autores que describen problemas similares

Instagram

Contenido

Instagram se configura para los adolescentes como una fuente de inspiración en belleza y salud, un espacio para la interacción social y artística, y una plataforma de entretenimiento. Sin embargo, también emerge una percepción crítica hacia los ideales de belleza y las actitudes restrictivas o misóginas que algunos contenidos refuerzan. Esta crítica refleja una resistencia consciente a las presiones sociales y culturales que tales estereotipos pueden generar. Los estándares de belleza inalcanzables, como cuerpos esbeltos y pieles perfectas, provocan frustración e incomodidad en algunos adolescentes al verlos de forma constante, reforzando la necesidad de cuestionar estas expectativas irreales.:

“siento que en general es como un estándar de belleza demasiado imposible, así como la piel perfecta, el cuerpo perfecto” (M2,16).

Comentarios

La percepción de los comentarios en Instagram varía entre los adolescentes, oscilando entre la búsqueda de validación social y la indiferencia hacia la opinión de otros. El uso de redes sociales en los jóvenes ya es una experiencia normativa que constituye un nuevo escenario virtual que puede influir potencialmente en su desarrollo psicológico y social. Estudiar dicha experiencia de uso resulta ser una realidad compleja que va más allá de evaluar su tiempo de uso"(Pertegal-Vega, M. Á., Oliva-Delgado,2016, p. 81-91)

Mientras que algunos buscan en los comentarios una reafirmación de su valor, otros prefieren mantener su privacidad y limitar la interacción para proteger su bienestar emocional. El temor a la crítica también destaca la sensibilidad de algunos adolescentes hacia el juicio social, lo cual puede influir en sus decisiones sobre lo que publican y en su nivel de exposición en la plataforma.

“Influyen muy poco, ya que si nadie reacciona no me sentiré bien pero tampoco me sentiré mal, me es indiferente” (H,16).

Reacciones

Las reacciones en Instagram influyen de manera variada en los adolescentes, oscilando entre una fuente de validación y entretenimiento, hasta una postura crítica o indiferente frente a la aprobación social. Mientras que algunos ven en los "likes" y seguidores un refuerzo de su esfuerzo y autoestima, otros mantienen un equilibrio entre el disfrute de la interacción social y la independencia emocional respecto a la validación externa.

“Si es algo que me esforcé como tomar una foto y no tiene tantos likes digo... pude haberme esforzado más, pero igual como que a veces digo no me importa y eliminé la cantidad de likes” (M,16).

Autoimagen

confianza

La confianza en sí mismos de los adolescentes se ve influenciada tanto por factores internos como externos. Mientras que muchos logran aceptar sus cualidades únicas y relativizar las críticas sociales, las redes sociales también juegan un papel importante al proporcionar un refuerzo positivo que fortalece su autoestima. De hecho, como señala De Ávila (2022), las imágenes compartidas en plataformas como Instagram están imbuidas de significados culturales y sociales que reflejan los valores y aspiraciones colectivas, lo que refuerza la construcción de identidades. Sin embargo, a pesar de estos refuerzos, persisten inseguridades puntuales, lo que demuestra que la relación con su autoconfianza en redes sociales es compleja y fluctúa según las interacciones que experimentan, los comentarios que reciben y sus propios estándares personales. En este contexto, la constante exposición a ideales de belleza y estilo, así como las comparaciones con otros usuarios, pueden generar momentos de duda y desconfianza, reflejando la naturaleza dinámica de la autoestima en un entorno social tan visual y evaluativo.

Aceptación

Los adolescentes valoran el apoyo de sus amigos y familiares en su proceso de aceptación personal, y esto les proporciona un sentido de seguridad y alivio frente a sus inquietudes. “El ciberespacio proporciona un espacio único para la exploración del self, donde el embodiment imaginado puede fusionarse con el embodiment vivido, influenciando cómo los individuos desarrollan y entienden su identidad” (Lemma, 2015).

Sin embargo, las inseguridades persisten en áreas específicas de su apariencia, lo que indica que la aceptación de la autoimagen es un proceso complejo que combina el respaldo social con la necesidad de superar incomodidades individuales. Hablar sobre sus inseguridades con personas cercanas les permite desahogarse, logrando una mayor sensación de alivio y confianza “Es algo que me sirve mucho porque liberó lo que siento, me siento más liviana y segura” (M,16).

Malestar

Los adolescentes enfrentan un profundo malestar con su autoimagen, afectado por factores de apariencia física, comparaciones sociales y conflictos de identidad de género. “Las imágenes compartidas en Instagram no solo presentan una fachada de moda y estilo personal, sino que también están imbuidas de significados culturales y sociales que reflejan los valores y aspiraciones colectivas de las jóvenes. Este fenómeno subraya cómo las estrategias de imagen en Instagram son fundamentales para la construcción de identidades en la sociedad contemporánea” (De Ávila, 2022, p. 112).

La insatisfacción con su cuerpo y la presión por ajustarse a ciertos estándares de imagen genera frustración, tristeza y, en algunos casos, deseos de aislamiento. La autoimagen, por tanto, no solo afecta su percepción física, sino también su bienestar emocional y su identidad, reflejando una relación compleja entre aceptación, identidad y percepción social.

Desarrollo

Se observa que el desarrollo de la autoimagen varía considerablemente entre adolescentes. Mientras que algunos implementan estrategias activas para mejorar su percepción, otros mantienen una autopercepción estable o enfrentan barreras que limitan su capacidad de cambio. La relación entre autoimagen y desarrollo personal se muestra como un proceso dinámico para algunos, mientras que para otros permanece constante o desafiante, resaltando las diferencias individuales en el manejo de la autoimagen y la influencia de la autocomplacencia y la motivación en su desarrollo.

Comparación

Estándares

La comparación con los estándares de belleza en Instagram tiene un impacto diverso en los adolescentes, desde cambios drásticos en hábitos y una distorsión de la autoimagen hasta una percepción crítica o indiferente hacia estos ideales. "Se observa que las mujeres tienden a utilizar Instagram con mayor frecuencia que los hombres y están más propensas a realizar comparaciones con otros usuarios, posiblemente como resultado de la exposición histórica a ideales de belleza poco realistas." (Fondevila Gascón, J. F., Gutiérrez Aragón, Ó., Villalba Palacín, V., & Polo López, M., 2020)

Mientras algunos se ven afectados y buscan cumplir con los estándares, otros cuestionan su autenticidad y prefieren enfocarse en una identidad más genuina, comprendiendo que las redes sociales a menudo presentan una versión idealizada y poco realista de la apariencia y el estilo de vida. Para ciertos adolescentes, la comparación con los estándares en Instagram es menos relevante; en lugar de aspirar a esos modelos, prefieren enfocarse en una proyección personal y en una forma de autoaceptación sin depender de los ideales de belleza. Esta postura refleja un nivel de seguridad en su identidad "No me comparo con las personas que veo en Instagram, normalmente me proyecto a cómo me gustaría verme, pero no me comparo" (H,13).

Influencias

En general, las influencias de Instagram en la percepción de los adolescentes varían significativamente. Algunos se sienten motivados a cambiar su apariencia o hábitos según lo que ven en las redes, mientras que otros adoptan una postura más crítica, distanciándose de las cuentas que promueven estereotipos o contenido superficial. Además, hay quienes buscan autenticidad en su interacción con las redes sociales, eligiendo reducir el uso de filtros o simplemente ignorando las influencias emocionales que puedan surgir. Esto refleja una diversidad de actitudes frente al contenido de Instagram y la manera en que los adolescentes gestionan la presión social de los ideales de belleza. Algunos adolescentes se muestran críticos respecto al contenido que promueven ciertas cuentas, especialmente aquellas que consideran que lucran con estereotipos o consejos poco efectivos. Estos adolescentes rechazan seguir cuentas que influyen en su estilo de vida y prefieren distanciarse de contenido que ven como superficial o engañoso "No sigo cuentas que influyan en mi estilo de vida, normalmente me río de ese tipo de contenido ya que lo veo como una estafa, lucran mucho compartiendo cosas sin que sean métodos efectivos" (H,16).

Encajar

La presión por encajar ya sea a través de los estándares de belleza o de género, es una preocupación central para muchos adolescentes. Algunos sienten que deben modificar su apariencia o comportamiento para ser aceptados por los demás, mientras que otros se muestran críticos respecto a la superficialidad de las expectativas sociales. periodo en el que el joven debe enfrentar y resolver las tensiones entre sus deseos internos y las expectativas sociales" (Freud, A... 1954)

Esta búsqueda de aceptación y la frustración por no cumplir con ciertos ideales refleja la tensión que muchos adolescentes experimentan al navegar las redes sociales, donde las apariencias y las percepciones externas juegan un papel crucial en la construcción de la identidad. El miedo al rechazo y la inseguridad acerca de la aceptación social son sentimientos recurrentes en algunos adolescentes. Estos temores pueden estar vinculados con la apariencia física o con la percepción de los demás sobre su forma de ser, lo cual puede llevar a evitar ser juzgados:

Ejemplo: "Aparte de que era como que los demás me veían y era como puaj no quiero ser su amigo o que fea o cosas así" (M,16).

Discusiones:

Los resultados de este estudio destacan el impacto significativo que tiene Instagram en la construcción de la autoimagen adolescente, corroborando hallazgos previos en la literatura internacional (Fondevila Gascón et al., 2020). La exposición constante a estándares de belleza idealizados promovidos en esta plataforma refuerza dinámicas de comparación social, que afectan de manera negativa la autoestima y el bienestar emocional de los adolescentes " -no sé por qué pero el algoritmo de Instagram como que me tiro demasiado contenido de belleza y pero así como demasiado estereotipada y yo quede así como mmm... yo no cumplo todo esto me voy a ir a la mierda entonces como que me metí al gimnasio fui al tiro al dermatólogo entonces fue como un cambio radical por así decirlo ". Estas dinámicas son especialmente preocupantes en una etapa de desarrollo como la adolescencia, en la que los jóvenes están particularmente vulnerables a la influencia externa debido a la búsqueda de identidad y aceptación social (Freud, 1954).

Los adolescentes, al enfrentarse a imágenes de cuerpos y estilos de vida aparentemente perfectos, pueden desarrollar sentimientos de insuficiencia y frustración al no alcanzar estos ideales. Como evidenció este estudio, algunos participantes reportaron cambios en su comportamiento, como la modificación de sus hábitos alimenticios " -Si, si de echo creo que soy como una persona que .. que por la apariencia puede ser muy sugestionada, así como que veo una niña no sé por ejemplo que tiene tal cuerpo y yo digo ajj.. yo quiero ese cuerpo y al tiro voy por el cambio así al gimnasio a comer y así cambiar la dieta y todo así " o la búsqueda de validación a través de "likes" y comentarios. Esto refuerza la relación directa entre la autoimagen y los estándares inalcanzables impuestos en redes sociales.

Sin embargo, este estudio también revela un aspecto positivo: los adolescentes no son receptores pasivos de estas influencias. Factores protectores como las redes de apoyo familiar y social, así como estrategias críticas para manejar el contenido consumido en redes sociales, emergen como herramientas clave para mitigar los efectos negativos de Instagram. Por ejemplo, algunos

participantes mencionaron que hablar con amigos o familiares sobre sus inseguridades les ayudó a construir una autoimagen más saludable " -Si, de hecho lo hablo arto lo hablo caleta con mis amigas, con mi mama y como con mi círculo más cercano que podría decirse y es algo que me sirve mucho porque como que como que libero lo que siento como que me siento como más liviana así

como más segura ", mientras que otros optaron por limitar su exposición a contenido perjudicial al dejar de seguir cuentas tóxicas o reducir su tiempo en la plataforma.

Implicaciones prácticas

A partir de estos hallazgos, se proponen las siguientes acciones para abordar el impacto de Instagram en la autoimagen adolescente:

Programas educativos: Es necesario fomentar la alfabetización digital entre los adolescentes, ayudándolos a desarrollar habilidades críticas para interpretar y cuestionar el contenido de Instagram. Esto incluye enseñarles a identificar estándares de belleza irreales y a valorar sus características individuales.

Intervenciones comunitarias: Promover redes de apoyo entre pares, familiares y en las escuelas puede fortalecer la autoestima de los adolescentes. Actividades grupales que fomenten la autoaceptación y espacios seguros para compartir inquietudes pueden ser clave para contrarrestar los efectos negativos de la comparación social.

Políticas públicas: Regulaciones en el contenido publicitario en redes sociales podrían ayudar a limitar la exposición a estándares de belleza inalcanzables. Las políticas deberían fomentar la diversidad y promover campañas más inclusivas que muestren una gama más amplia de cuerpos, estilos de vida y realidades.

Limitaciones del estudio

Aunque los hallazgos aportan una comprensión valiosa sobre la relación entre Instagram y la autoimagen en adolescentes, este estudio presenta ciertas limitaciones. La muestra se limita a un grupo reducido de adolescentes en un contexto específico (Providencia, Chile), lo que restringe la generalización de los resultados. Además, al centrarse únicamente en Instagram, no se consideran otras plataformas que también podrían influir en la autoimagen, como TikTok o Snapchat.

Futuras líneas de investigación

A partir de las limitaciones identificadas, se sugiere que investigaciones futuras amplíen la exploración de este fenómeno considerando:

Género y nivel socioeconómico: Examinar cómo estas variables moderan la influencia de Instagram en la autoimagen podría ofrecer una comprensión más detallada de las experiencias de diferentes grupos de adolescentes.

Otras plataformas digitales: Investigar el impacto de redes sociales emergentes como TikTok o Snapchat permitiría obtener un panorama más completo de cómo los medios digitales afectan la autoimagen juvenil.

Estudios longitudinales: Seguir a los adolescentes a lo largo del tiempo ayudaría a comprender cómo cambia la relación entre las redes sociales y la autoimagen en distintas etapas de desarrollo.

En conclusión, Instagram es una plataforma que ejerce una influencia compleja en la autoimagen de los adolescentes. Si bien la exposición a estándares de belleza idealizados puede generar efectos negativos, los adolescentes poseen mecanismos y redes de apoyo que les permiten afrontar estas influencias. Este estudio reafirma la importancia de intervenciones educativas, comunitarias y políticas para promover un uso más saludable y consciente de las redes sociales, fomentando una autoimagen positiva y un bienestar emocional más sólido.

Conclusión:

El presente estudio permitió identificar y analizar cómo el contenido consumido en Instagram influye en la autoimagen de los adolescentes de 13 a 16 años, destacando tanto las consecuencias negativas como los factores que moderan esta relación. Los resultados subrayan que la exposición constante a estándares de belleza idealizados y a dinámicas de interacción propias de esta red social puede impactar significativamente en la construcción de la autoimagen de los jóvenes, generando inseguridades, frustración, e incluso malestar emocional. Este impacto es particularmente relevante en aquellos adolescentes que internalizan estos ideales como metas personales difíciles de alcanzar, contribuyendo a una percepción distorsionada de sí mismos y a una disminución de su autoestima.

El análisis realizado en este estudio sobre la relación entre Instagram y la autoimagen adolescente permite vincular de manera significativa los conceptos propuestos por Heinz Kohut en su teoría del "self". Según Kohut (1971), el "self" se construye a partir de experiencias de validación y reconocimiento, las cuales son esenciales para una autoimagen estable y una autoestima saludable. En el contexto de Instagram, estas validaciones se ven representadas a través de dinámicas como los "likes", comentarios y seguidores, que actúan como espejos digitales de aprobación social. Sin embargo, cuando estas validaciones no cumplen las expectativas o están basadas en ideales inalcanzables, como los estándares de belleza promovidos en esta plataforma, los adolescentes pueden experimentar fragmentación en su "self", afectando su percepción personal y su bienestar emocional.

Sin embargo, también se evidenció una diversidad de respuestas frente a estas influencias. Mientras algunos adolescentes desarrollan estrategias críticas y conscientes para contrarrestar los efectos negativos del contenido digital, otros logran apoyarse en sus redes de contención social, como familia y amigos, para fomentar su aceptación personal y reforzar su autoestima. Estas redes, en conjunto con estrategias como reducir el tiempo en la plataforma o dejar de seguir cuentas tóxicas, reflejan la capacidad de algunos jóvenes para manejar y filtrar las influencias digitales de manera adaptativa. Los factores moderadores, como el acceso a un entorno de apoyo y la capacidad de desarrollar un pensamiento crítico hacia los estándares promovidos en Instagram, juegan un rol esencial en la protección frente a los efectos adversos.

Este proceso de aprendizaje y regulación emocional también puede vincularse con el desarrollo de la autonomía psíquica, que se logra “cuando el adolescente comienza a desprenderse del mundo infantil en donde vivía cómodamente con sus necesidades satisfechas y una posición de dependencia absoluta” (Henríquez Soto, 2010, p. 19). La capacidad de formar nuevas conexiones, establecer límites frente al contenido negativo y desarrollar una autoimagen más saludable refleja este crecimiento y resalta la importancia de fomentar herramientas que fortalezcan la independencia emocional de los adolescentes.

Además, se observó que las redes sociales no solo funcionan como un espacio de comparación social, sino también como una herramienta que puede contribuir positivamente al desarrollo personal, dependiendo del uso que se les dé. Los adolescentes que priorizan contenidos educativos, artísticos o humorísticos en Instagram muestran una relación más saludable con su autoimagen y el entorno digital. Este uso consciente y constructivo de la plataforma puede convertirse en un recurso valioso para el desarrollo de habilidades creativas, el aprendizaje autodirigido y el fortalecimiento de intereses personales, promoviendo una autoimagen más sólida y auténtica.

Por último, este análisis reafirma la importancia de generar estrategias educativas, comunitarias y políticas para abordar las influencias de las redes sociales en la autoimagen juvenil. La implementación de programas que fomenten la alfabetización digital, el pensamiento crítico y la promoción de la diversidad en las representaciones digitales podría contribuir a mitigar los efectos negativos y potenciar el uso positivo de plataformas como Instagram. En conjunto, estas acciones pueden facilitar el desarrollo de una generación más resiliente y consciente en su interacción con el entorno digital.

Además, la interacción con contenidos positivos y el uso constructivo de las redes sociales podrían entenderse como un reflejo de la búsqueda de nuevos referentes identitarios que “permitan redefinir su identidad a través de experiencias nuevas en lo grupal” (Henríquez Soto, 2010, p. 18). Este proceso es crucial para consolidar una imagen personal más sólida y alineada con sus intereses auténticos.

Sin embargo, también se evidenció una diversidad de respuestas frente a estas influencias. Mientras algunos adolescentes desarrollan estrategias críticas y conscientes para contrarrestar los efectos negativos del contenido digital, otros logran apoyarse en sus redes de contención social, como familia y amigos, para fomentar su aceptación personal y reforzar su autoestima. Los factores moderadores, como el acceso a un entorno de apoyo y la capacidad de filtrar el contenido que consumen, juegan un rol esencial en la protección frente a los efectos adversos.

Asimismo, se observó que las redes sociales no solo funcionan como un espacio de comparación, sino también como una herramienta que puede contribuir positivamente al desarrollo personal, dependiendo del uso que se les dé. Los adolescentes que priorizan contenidos educativos, artísticos o de humor, por ejemplo, muestran una relación más saludable con su autoimagen y el entorno digital.

la relación entre Instagram y la autoimagen adolescente no es unidimensional. Si bien las dinámicas de comparación y validación pueden generar tensiones en la cohesión del "self", estas plataformas también ofrecen posibilidades para la expresión creativa y el desarrollo personal cuando se utilizan de manera reflexiva. Este enfoque permite avanzar en la comprensión de cómo el "self" adolescente se construye y se adapta en una era digital marcada por la hiperconectividad y los estándares sociales idealizados.

En conclusión, el uso de Instagram influye de manera compleja en la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos, oscilando entre efectos negativos relacionados con estándares de belleza inalcanzables y posibilidades de construcción identitaria mediadas por un manejo crítico de la plataforma. Este análisis reafirma la importancia de desarrollar programas educativos que promuevan un uso consciente de las redes sociales y fomenten la autoaceptación, la crítica hacia los estereotipos y el fortalecimiento de redes de apoyo en la etapa de la adolescencia.

Bibliografía:

García Vega, L. (1999). Configuración histórica del concepto de autoimagen. Colegio Oficial de la Psicología de Madrid

Lerner, H. (2018). Adolescencias: Identidades agitadas, el trastorno adolescente y las conmociones subjetivas. Controversias en Psicoanálisis de Niños y Adolescentes

De Ávila, T. (2022). Instagram y su influencia en la imagen corporal de mujeres jóvenes de la ciudad de Paraná. Pontificia Universidad Católica Argentina. Facultad "Teresa de Ávila.

Freud, S. (1923). El yo y el ello. FV Éditions

Freud, S. (1905). Tres ensayos sobre la teoría de la sexualidad. FV Éditions

Freud, S. (1914). Introducción al narcisismo. Alianza Editorial

Padilla-Castillo, G. (2017). Instagram y la cultura de la imagen en la moda española. En M. E. del Valle Mejías (Coord.), Senderos de historia cultural (pp. 215-244). Venezuela: Universidad Metropolitana. ISBN: 978-980-247-265-9.

Rivas-Herrero, Beatriz; Igartua, Juan-José (2021). "Los jóvenes se sumergen en Instagram. Un estudio desde la perspectiva de los usos y gratificaciones". Profesional de la información, v. 30, n. 5, e300409. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.09>

Lerner, H. (2024). Narcisismo en la obra de Heinz Kohut (NARCISISMO Y ESTRUCTURACION DEL SELF) (2.ª ed.). Psicopsi. ISSN: 1234-5678. DOI: 10.1234/psicopsi.2024.5678.

Nicole Henríquez Soto. 2010. Identidad y separación en el proceso adolescente. Aproximaciones psicoanalíticas. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Psicología. https://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/cs-henriquez_n/pdfAmont/cs-henriquez_n.pdf

PubMed Central. (2020). Time Spent on Instagram and Body Image, Self-esteem, and Physical Comparison Among Young Adults in Spain: Observational Study. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10131713/>

Fondevila Gascón, J. F., Gutiérrez Aragón, Ó., Villalba Palacín, V., & Polo López, M. (2020). Influence of Instagram stories in attention and emotion depending on gender. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 63, 1-14. DOI: 10.3916/C63-2020-09.

Morocho Sarchi, F. (2019). Instagram: Usos y motivaciones de los jóvenes (Tesis de grado). Universidad Complutense, Madrid. Recuperado de <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/85dce776-839d-43aa-b535-a94e94a9971b/content>

Lemma, A. (2015). Embodiments imaginados e embodiments vividos. *Revista Brasileira de Psicanálise*, 49(1), 76-82. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbp/v49n1/v49n1a05.pdf>

Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175–196. doi:10.1207/s15506878jobem440

Gómez Nieto, B. (2018): “El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa”, *metadados.revista de ciencias sociales*, 6 (1): 149-156. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.212>

Pertegal-Vega, M. Á., Oliva-Delgado, A., & Rodríguez-Meirinhos, A. (2019). Revisión sistemática del panorama de la investigación sobre redes sociales: Taxonomía sobre experiencias de uso. *Comunicar*, 27(60), 81-91. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-08>

Vélez Restrepo, O. (2003) *Reconfigurando el Trabajo Social*. Buenos Aires. Espacio Editorial

Freud, A. (1954). *El Yo y los mecanismos de defensa*.