



**Entre imágenes y realidades: la incidencia de los medios de comunicación en las identidades
y percepciones corporales en jóvenes de Rionegro, Antioquia.**

Yazmin Dayana Álvarez Torres

Trabajo de grado presentado para optar al título de Trabajador Social

Asesora

Erika Paulina Uribe Cardona, Magíster (MSc) en Estudios de la Cultura.

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Trabajo Social
El Carmen de Viboral, Antioquia, Colombia
2024

Cita

(Álvarez Torres, 2024)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Álvarez Torres, Y. D. (2024). *Entre imágenes y realidades: la incidencia de los medios de comunicación en las identidades y percepciones corporales en jóvenes de Rionegro, Antioquia*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, El Carmen de Viboral, Colombia.



Biblioteca Seccional Oriente (El Carmen de Viboral)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Planteamiento del problema	9
Justificación	19
Objetivos	21
Objetivo general	21
Objetivos específicos.....	21
Marco Conceptual	22
Identidad.....	22
Identidad Juvenil	24
Cultura.....	26
Cuerpo	28
Medios de comunicación.....	30
Memoria Metodológica	32
Paradigma de investigación comprensivo interpretativo.....	32
Enfoque de investigación cualitativo	32
Postura teórica y metodológica: la fenomenología	33
Técnicas de investigación.....	34
Actores Involucrados en la Investigación	37
Consideraciones éticas	38
Identidades, cuerpos y medios de comunicación	39
<i>Configuración de las identidades juveniles.</i>	40

<i>Medios de comunicación y su influencia en la configuración de las identidades juveniles.</i>	50
<i>Percepciones corporales: Autoimagen, autoestima, autoeficacia, autoconcepto.....</i>	58
<i>Percepciones corporales y medios de comunicación.....</i>	65
El impacto de los medios de comunicación en las identidades juveniles de Rionegro.....	71
Análisis del impacto de los medios de comunicación en la configuración de las identidades...71	
Creación de estereotipos y estándares de belleza	71
Influencia en la percepción personal y de los demás:.....	72
Papel de los medios como agentes socializadores:	72
La Selectividad en el Uso de los Medios	72
Impacto en la Imagen Corporal y Salud Mental	73
Resistencia y Redefinición de los Mensajes Mediáticos	73
Rol de los Medios en la Exploración de la Identidad	73
Análisis del Impacto de los Medios de comunicación en la Percepción Corporal.....	73
Transmisión de estereotipos exagerados:.....	73
Influencia de las redes sociales:.....	74
Idealización de la belleza y el cuerpo atlético en hombres:.....	74
Impacto del retoque digital:	74
Reducción y exclusión de otras realidades corporales:.....	74
Deseos de cambio corporal y autoestima:.....	75
Cultura del cuerpo ideal y conducta saludable:	75
Convergencias en la incidencia de los medios de comunicación en las identidades juveniles y los cuerpos.....	75
Transmisión de Estereotipos de Belleza:	75
Impacto en la Autoimagen y Salud Mental:	76
Retoque Digital y Realidad Distorsionada:.....	76

Divergencias en la incidencia de los medios de comunicación en las identidades juveniles y los cuerpos	76
Selectividad y Resistencia en el Uso de Medios:.....	76
Diferencias en la Percepción de Género:	76
Conclusiones y Recomendaciones Disciplinarias para el Trabajo Social.....	77
Referencias	81
Anexos	84

Resumen

El presente trabajo de grado se enfocó en analizar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones corporales de jóvenes de 18 a 28 años en Rionegro. Se empleó un enfoque cualitativo apoyado en la teoría fenomenológica, usando las entrevistas a profundidad como método principal. Se logró identificar la influencia mediática en la construcción de identidades, describir las percepciones corporales influenciadas por interacciones sociales y los medios, y analizar su incidencia en la configuración de las identidades y los cuerpos de las y los jóvenes del municipio. Los resultados revelaron una interacción compleja entre los medios y la percepción de identidad y cuerpo, evidenciando una influencia significativa en la autoimagen y percepción corporal, con la promoción de estándares de belleza y comportamiento irreales. Estos hallazgos aportan una comprensión más profunda sobre cómo los medios contribuyen a la formación de identidades y percepciones corporales en este grupo demográfico específico, lo que podría guiar futuras estrategias educativas y de intervención desde el Trabajo Social.

Palabras clave: Identidad, identidades juveniles, cuerpo, cultura, medios de comunicación, jóvenes.

Abstract

This thesis conducted a comprehensive analysis of how media shapes the identities and body perceptions of young adults aged 18 to 28 in Rionegro. Employing a qualitative approach grounded in phenomenological theory, the research utilized in-depth interviews as the primary method. The study aimed to discern the influence of media on identity construction and describe the impact of social interactions and media on body perceptions among young people in the municipality. Results unveiled a nuanced interplay between media exposure and self-image, often promoting unrealistic beauty ideals and behavioral norms. These findings offer valuable insights into the complex mechanisms through which media contribute to the formation of identities and body perceptions in this demographic. Such insights have the potential to inform future educational and intervention strategies, particularly within the realm of Social Work, to promote healthier media literacy and foster more positive self-concepts among young adults in Rionegro.

Keywords: Identity, youth identities, body, culture, media, youth.

Introducción

El presente trabajo de grado se centra en analizar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de los y las jóvenes de Rionegro. La investigación busca entender cómo los mensajes mediáticos, a través de diversos formatos como la televisión, las redes sociales y la publicidad, influyen en las percepciones y comportamientos de los jóvenes respecto a sus identidades y cuerpos. Este análisis se torna crucial en un contexto donde los medios de comunicación ejercen un poder significativo sobre las narrativas sociales y culturales.

La motivación principal para realizar este estudio radica en la observación de un fenómeno creciente: la omnipresencia de los medios de comunicación en la vida diaria de los jóvenes. Los adolescentes y jóvenes adultos están constantemente expuestos a una avalancha de información y representaciones que no solo entretienen, sino que también educan y moldean sus concepciones del mundo. En particular, los estereotipos de belleza y éxito promovidos por los medios pueden tener efectos profundos en la autoestima y la autopercepción de los jóvenes.

Este trabajo pretende responder a preguntas fundamentales sobre el papel que juegan los medios en la construcción de la identidad juvenil. ¿Cómo influyen las representaciones mediáticas en la autoimagen de los jóvenes? ¿Qué tipos de cuerpos son promovidos como ideales y cuáles son las implicaciones de esto en términos de salud mental y física? Al explorar estas cuestiones, el estudio se propone ofrecer una comprensión más profunda de las dinámicas que subyacen a la interacción entre jóvenes y medios de comunicación.

Específicamente, se ha elegido el municipio de Rionegro como el foco de este análisis debido a su combinación de características urbanas y rurales, lo que lo convierte en un microcosmos representativo de muchas comunidades latinoamericanas. La diversidad socioeconómica y cultural de Rionegro permite una observación detallada de cómo diferentes grupos de jóvenes interactúan con los medios y cómo estas interacciones varían según factores como el género, la clase social y la educación.

La relevancia de este estudio también se destaca en el contexto de los desafíos contemporáneos que enfrentan los jóvenes. La presión por conformar sus identidades y cuerpos a imágenes mediáticas específicas puede llevar a problemas como trastornos alimentarios, baja autoestima y comportamientos de riesgo. Comprender estos procesos es fundamental para

desarrollar estrategias de intervención y educación que promuevan una relación más crítica y saludable con los medios.

Además, este trabajo busca contribuir al campo académico ofreciendo un marco teórico y metodológico que pueda ser utilizado en futuras investigaciones sobre la relación entre medios de comunicación e identidad juvenil. A través de un enfoque interdisciplinario que combina teorías de la comunicación, estudios culturales y psicología, se espera generar un conocimiento integral y aplicado.

Planteamiento del problema

Los medios de comunicación, como señala Alsina (Alsina, 2006, PP.5), son vitales en la configuración de identidades individuales y colectivas al proporcionar una plataforma para la representación y construcción de narrativas culturales y sociales. Esta influencia se manifiesta a través de la exposición repetida a ciertos mensajes, imágenes y valores, que moldean la percepción de uno mismo y de los demás en términos de género, clase, etnia, entre otros. Además, los medios sirven como un espejo en el que las personas pueden reflexionar sobre sus identidades y compararlas con las representaciones mediáticas, lo que puede impactar tanto positiva como negativamente en la autoestima y el sentido de pertenencia.

En este contexto de influencia mediática, la globalización y la expansión de las redes sociales han amplificado la exposición de los jóvenes a una diversidad de ideales de belleza y comportamiento. Sin embargo, muchos de estos ideales pueden resultar inalcanzables o poco realistas, lo que conduce a una percepción negativa del cuerpo y a la lucha por alcanzar una identidad que se ajuste a tales estándares.

En América Latina, los medios de comunicación ejercen una influencia considerable en la configuración de las identidades y percepciones corporales de los jóvenes. Frecuentemente, estos medios promueven ideales de belleza y comportamiento que no reflejan la diversidad de la población joven en la región. (Mesino, 2009, PP6) plantea cómo la influencia de la cultura dominante, particularmente la estadounidense, puede generar presiones en los jóvenes para que se ajusten a los estándares promovidos por esta cultura, lo que puede alejarlos de su identidad cultural y personal. Esta situación sugiere una preocupación por la pérdida de identidad y la falta de resistencia ante la influencia cultural externa.

En el contexto colombiano, los jóvenes utilizan los medios como una fuente de recursos simbólicos para definir su identidad personal. Según (Solé, 2005) los productos mediáticos envuelven y complementan a los jóvenes, mediando la manera en que perciben su entorno social y construyen su propio yo. Aunque la abundancia de información en los medios ofrece una amplia gama de textos para que los jóvenes negocien su identidad juvenil, también plantea dudas sobre la estabilidad y singularidad de esta identidad en un mundo saturado de opciones.

La influencia de los medios de comunicación en las percepciones de los cuerpos y las identidades de los jóvenes es evidente tanto en Antioquia como en Rionegro. En Antioquia, Según Chaparro se observa una “cultura orientada al placer hedonista y con una alta exigencia de productividad, reflejada en los mensajes y representaciones transmitidos por los medios”. (Chaparro, 2004, PP25) Esto sugiere que los mensajes y representaciones transmitidos por los medios de comunicación reflejan estos valores, promoviendo la idea de que el éxito y la felicidad están vinculados con la obtención de placer y el logro de metas laborales. Esto puede presionar a los jóvenes a conformarse a estos ideales, lo que impacta negativamente en su autoestima y bienestar.

Por otro lado, en Rionegro, los medios de comunicación también son una importante fuente de recursos simbólicos para la construcción de la identidad juvenil. Los jóvenes, inmersos en una sociedad saturada de medios, interactúan con imágenes mediáticas que les proporcionan herramientas para buscar su identidad, ampliando así las opciones disponibles para su desarrollo personal. Aunque no se encontraron fuentes específicas que proporcionen la opinión de los jóvenes de Rionegro sobre la influencia de los medios en sus identidades y cuerpos, la presencia y el consumo diario de productos mediáticos sugieren un impacto similar al observado en Antioquia.

Los medios de comunicación desempeñan un papel significativo en la reproducción de problemas en las percepciones de los cuerpos y las identidades de los jóvenes. Por un lado, promueven estándares de belleza poco realistas al presentar imágenes retocadas e idealizadas de cuerpos, lo que puede generar insatisfacción y comparaciones poco saludables. Además, perpetúan estereotipos sobre el aspecto físico y la identidad, contribuyendo a la discriminación y la estigmatización de aquellos que no se ajustan a estos estándares. Por otro lado, los medios también fomentan comportamientos alimentarios no saludables al promover dietas extremas y una obsesión

por la delgadez, y limitan la representación de la diversidad corporal y de identidad, haciendo que algunos jóvenes se sientan marginados o invisibles.

Las consecuencias de la influencia de los medios de comunicación en las percepciones de los cuerpos y las identidades de los jóvenes pueden ser diversas y significativas. En primer lugar, la promoción de estándares de belleza poco realistas puede llevar a una creciente insatisfacción corporal y a comparaciones poco saludables entre los jóvenes, lo que puede resultar en problemas de autoestima y bienestar emocional. Además, la perpetuación de estereotipos sobre el aspecto físico y la identidad puede contribuir a la discriminación y estigmatización de aquellos que no se ajustan a estos estándares, generando sentimientos de exclusión y baja autovaloración. Por otro lado, el fomento de comportamientos alimentarios no saludables, como dietas extremas y obsesión por la delgadez, puede conducir a trastornos alimentarios y problemas de salud física y mental en los jóvenes. Finalmente, la limitada representación de la diversidad corporal y de identidad en los medios puede hacer que algunos jóvenes se sientan marginados o invisibles, afectando su sentido de pertenencia y conexión con la sociedad.

Es fundamental reconocer que las percepciones de los cuerpos y las identidades de los jóvenes están influenciadas por diversos factores sociales, culturales y personales. Como trabajadores sociales, tenemos la responsabilidad de abordar estas problemáticas desde un enfoque holístico y centrado en la persona, donde se reconozca la importancia de la autoaceptación, la inclusión y el respeto por la diversidad. El propósito al enfrentar esta problemática es responder a la pregunta sobre ¿Cómo es la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones de los cuerpos de los y las jóvenes entre 18 y 28 años del municipio de Rionegro?

1.1 Antecedentes

El cuerpo humano ha sido objeto de estudio a lo largo de la historia, ya que juega un papel fundamental en nuestra experiencia como seres humanos, por esto, es importante explorar su significado desde perspectivas científicas, culturales, filosóficas. El cuerpo es mucho más que una entidad física; es un receptor y transmisor de sensaciones, emociones, experiencias y significados. A través del cuerpo, nos relacionamos con el entorno, expresamos nuestra identidad y

experimentamos el mundo. En este apartado se pretende describir las diferentes posturas epistemológicas con las cuales se ha abordado el tema del cuerpo y como estas posturas aportan a la comprensión del mismo:

El dualismo cartesiano:

Esta postura considera al cuerpo y a la mente como entidades separadas e independientes: “Descartes plantea un dualismo de sustancias con la separación alma-cuerpo en la Meditación Primera, y en la totalidad de su obra se reforzará el planteamiento que indica que el alma es una sustancia totalmente distinta e independiente del cuerpo (Descartes, 2002)”. (Descartes, 2002, citado por García, 2015) El autor cita la Meditación Primera como un ejemplo de cómo Descartes plantea esta separación, y menciona que, a lo largo de su obra, Descartes refuerza la idea de que el alma es una sustancia completamente distinta e independiente del cuerpo.

Es importante tener en cuenta que la influencia de la dualidad mente-cuerpo de Descartes en la percepción del cuerpo puede variar según el contexto cultural y social. Sin embargo, la idea de que el cuerpo y la mente son entidades separadas puede tener implicaciones en cómo los jóvenes se relacionan con su cuerpo y cómo se forman sus ideas sobre la identidad y la valoración personal.

El idealismo:

Esta postura sostiene que la mente es la única realidad existente y que el cuerpo es simplemente una manifestación de la mente. “Para Hegel, el proceso del pensamiento al que él convierte bajo el nombre de idea, en sujeto con vida propia, es el demiurgo (creador) de la realidad y ésta, la simple forma externa en que toma cuerpo”. (Diccionario Filosófico Marxista, 1946) Para Hegel el pensamiento tiene un papel fundamental en la creación y configuración de la realidad. Para él, la idea es la fuerza impulsora detrás de todo lo que existe y se manifiesta en el mundo. Este proceso de pensamiento, en el que la idea toma forma, se ve como el origen de la realidad misma.

En este contexto, la relación entre el cuerpo y el idealismo puede analizarse en términos de cómo se concibe la naturaleza y la importancia del cuerpo en relación con el mundo de las ideas o de la mente; puede ayudar a los jóvenes a comprender que la forma en que perciben y experimentan sus cuerpos está influenciada por las representaciones e interpretaciones que se les han inculcado. Pueden darse cuenta de que las ideas y creencias sociales sobre el cuerpo y la belleza pueden afectar su propia percepción y autoestima.

El materialismo:

Karl Marx y Friedrich Engels son algunos de los autores que han desarrollado esta perspectiva, en la que se enfatiza la importancia de la experiencia y la lucha de clases en relación con el cuerpo. "La identidad del sujeto y el objeto es una fantasía quimérica, la separación de la vida entre cuerpo y alma, forma y contenido, abstracto y concreto, razón y sensibilidad, da cuenta de cómo los apetitos de la carne se entregan a una fascinación ilusoria de autoidentificación que nunca logran unificarse. La desmentida de tal situación es la meta del marxismo, restituyendo al cuerpo sus capacidades expropiadas; esa es la tarea liberadora del marxismo-socialista". (Marx citado por Garnica, 2011) Marx plantea que la separación entre cuerpo y alma, forma y contenido, abstracto y concreto, razón y sensibilidad, refleja cómo los deseos y apetitos materiales se entregan a una fascinación ilusoria de autoidentificación sin lograr unificarse. La negación de esta situación es el objetivo del marxismo, que busca devolver al cuerpo sus capacidades que han sido expropiadas. Esta tarea liberadora es la meta del marxismo-socialista.

El estudio del cuerpo desde la perspectiva marxista nos permite reflexionar críticamente sobre las condiciones socioeconómicas, reconocer la influencia de las estructuras sociales en nuestra relación con el cuerpo y buscar una liberación integral que trascienda las limitaciones impuestas por el sistema capitalista.

El constructivismo:

Esta postura sostiene que el conocimiento y la realidad son construcciones sociales y culturales. Michel Foucault y Judith Butler son algunos de los autores que han desarrollado esta perspectiva, en la que se enfatiza la importancia del poder y la identidad:

La sexualidad como algo construido socialmente por medio de relaciones entre conocimientos enunciados acerca de los cuerpos y micropoderes, que organizan los modos como estos cuerpos se relacionan entre sí y existen, pero lo rebasan al considerar la división de género como constitutiva de todo cuerpo y, también, por abordar las cuestiones acerca de una materialidad de los cuerpos que no puede ser ignorada en nombre de tesis constructivistas. En este sentido, Butler supone (con Foucault) que lo que el cuerpo es está siempre subordinado a una discursividad que lo define y regula y, más aún, regula lo dicho y lo no dicho de una época. (Bagiotto, 2019)

La cita plantea una visión crítica de la sexualidad como algo construido socialmente, influenciado por relaciones de conocimientos y micropoderes, donde la división de género y la materialidad de los cuerpos son elementos fundamentales. Además, destaca la importancia del poder del discurso en la regulación y definición de la sexualidad y el cuerpo.

Además, se destaca la importancia de reconocer la materialidad de los cuerpos, es decir, cómo los aspectos físicos, biológicos y corporales también juegan un papel en nuestra experiencia de la sexualidad y en la forma en que nos relacionamos con los demás. La cita sostiene que el cuerpo está subordinado a la discursividad, lo que implica que las normas, los discursos y las representaciones culturales tienen un poder para definir y regular lo que se puede decir y lo que no se puede decir sobre el cuerpo y la sexualidad en una determinada época.

El constructivismo puede ser una herramienta útil en los estudios sobre la percepción del cuerpo, al permitir un análisis de cómo las construcciones sociales y culturales influyen en nuestras percepciones y experiencias corporales. También facilita la exploración de la diversidad de interpretaciones y representaciones del cuerpo, así como el análisis del papel del lenguaje y los discursos en la construcción de significados.

Cada una de estas posturas epistemológicas ha aportado diferentes enfoques y perspectivas para el estudio del cuerpo y su relación con la sociedad y la cultura. Los diferentes enfoques y perspectivas que han surgido en el estudio del cuerpo incluyen:

El enfoque sociológico:

Sostiene que el cuerpo es un objeto social y cultural, y que su significado y prácticas están influenciados por las estructuras sociales y las relaciones de poder.

Coincidiendo con Le Breton, puede afirmarse que la importancia cardinal del cuerpo para la sociología estriba en que la regresa a uno de sus problemas epistemológicos y teóricos primigenios, la relación entre el individuo y la sociedad: “El cuerpo es la interfaz entre lo social y lo individual, la naturaleza y la cultura, lo psicológico y lo simbólico [...] la sociología del cuerpo es una sociología del arraigo físico del actor en su universo social y cultural”³². Una agenda básica de estudios para una sociología del cuerpo se podría resumir en la articulación entre: a) el estudio de las representaciones del cuerpo en su conjunto; b) el estudio de las representaciones de los diferentes segmentos corporales, y c) el estudio acerca de los valores que los asuntos anteriores encarnan y las repulsiones que provocan. (Ayús & Eroza, 2008).

La cita menciona la importancia central del cuerpo en la sociología, ya que regresa a uno de sus problemas epistemológicos y teóricos fundamentales: la relación entre el individuo y la sociedad. Destaca que el cuerpo es la interfaz entre lo social y lo individual, entre la naturaleza y la cultura, entre lo psicológico y lo simbólico. La sociología del cuerpo se ocupa del arraigo físico del actor en su entorno social y cultural.

En conclusión, la sociología del cuerpo busca analizar y comprender cómo las representaciones del cuerpo y sus diferentes partes influyen en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos y a los demás, así como en la construcción de identidades sociales y culturales. Además, también se interesa por los valores y las repulsiones asociadas con estas representaciones,

es decir, cómo se valoran o desvalorizan determinadas formas de cuerpo y cómo esto afecta las relaciones sociales y las dinámicas de poder.

El enfoque fenomenológico:

Se enfoca en la experiencia y percepción subjetiva del cuerpo, y cómo estas experiencias influyen en la forma en que entendemos el mundo y nos relacionamos con los demás.

La esencia del ser del hombre no puede ser explicada y demostrada, sino mostrada y explicitada a partir de las posibilidades y realizaciones humanas en el mundo de la vida: “el cuerpo propio es una permanencia del lado de mí; nunca está verdaderamente delante de mí como objeto, no puedo desplegarlo bajo mi mirada. El cuerpo propio se queda al margen de todas mis percepciones, está conmigo”. (Merleau citado por Villamil, 2005, PP9)

La cita plantea que la esencia del ser humano no puede ser explicada ni demostrada de forma directa, sino que se muestra y se explicita a través de las posibilidades y realizaciones que los seres humanos experimentan en el mundo de la vida. Se afirma que el cuerpo propio es una permanencia al lado del individuo, nunca completamente delante de él como un objeto y no puede ser desplegado bajo su mirada. El cuerpo propio siempre está presente y es parte integral de la experiencia humana.

Al aplicar la fenomenología al estudio del cuerpo, podemos explorar las vivencias y las significaciones subjetivas asociadas a diferentes aspectos del cuerpo, como el dolor, el placer, la percepción sensorial, la sexualidad, entre otros. Esto proporciona una comprensión más rica y compleja de cómo el cuerpo influye en nuestra experiencia y en la construcción de nuestra identidad.

El enfoque psicológico:

Este se enfoca en la relación entre el cuerpo y la mente, y cómo las experiencias corporales y mentales están interrelacionadas.

Surge la inquietud de explorar el cuerpo como entidad importante del individuo, y abandonar la idea de considerar a la mente como único y total foco de atención de la psicoterapia. La psicoterapia corporal es entonces el estudio completo del individuo, la disciplina que se concentra en la dicotomía, y que está dedicada al estudio total de los dos elementos que conforman al individuo. (Ortiz, 2016, Citado por Carvajal, 2019)

La cita plantea la idea de que es importante explorar el cuerpo como una entidad relevante en la psicoterapia, abandonando la noción de considerar únicamente a la mente como el único y total foco de atención. Se destaca la psicoterapia corporal como un enfoque que se ocupa del estudio completo del individuo, centrándose en la dicotomía mente-cuerpo y dedicándose al estudio total de los dos elementos que conforman al individuo.

El enfoque psicológico en el estudio del cuerpo nos ayuda a comprender la relación entre mente y cuerpo, abordar traumas y tensiones emocionales almacenadas en nuestro cuerpo, mejorar la autoconciencia y promover la salud integral. Al integrar la perspectiva psicológica en el estudio del cuerpo, podemos desarrollar una comprensión más completa del individuo y facilitar su bienestar general.

Como se puede apreciar anteriormente, estos enfoques y perspectivas han sido desarrollados por diferentes autores y corrientes de pensamiento, y han generado una variedad de teorías y metodologías para el estudio del cuerpo en las ciencias sociales y humanas. Al debate sobre la relación entre el cuerpo y la cultura se han sumado autores latinoamericanos como:

Martín Barbero, sus principales aportes se enfocan en la Edo comunicación:

El aporte de Martín Barbero al cuerpo argumental de la Educomunicación, es la fina y audaz perspectiva que profundiza de los medios a las mediaciones, enriqueciendo los procesos comunicativos con la diversidad de interacciones, en escenarios, contextos y

manifestaciones culturales, desde lo que hace posible pensar en formar interlocutores sociales, comprometidos con el cambio (Barbero citado por Red Educom, 2022).

Su enfoque nos invita a formar interlocutores sociales comprometidos, capaces de pensar de manera crítica y transformadora. En este sentido, su aporte al estudio del cuerpo en el ámbito de la Educomunicación nos ofrece una mirada amplia y profunda sobre cómo las interacciones mediáticas influyen en la construcción de identidades, en la representación cultural y en la posibilidad de generar cambios significativos en la sociedad.

La Educomunicación nos invita a reflexionar sobre cómo se representan y se abordan temas vinculados al cuerpo en los medios de comunicación, así como en la educación, y cómo estas representaciones pueden influir en la forma en que nos percibimos y nos relacionamos con nosotros mismos y con los demás.

Rita Segato, plantea que el cuerpo ha sido usado como herramienta de dominación y resistencia en América Latina:

La violencia contra las mujeres de la forma que la estamos viendo en la Argentina es un síntoma de un momento del mundo, es un momento desesperado por varias razones, un momento en el que hay un poder de dueños, es una época de ‘dueñidad’. Hay en el mundo contemporáneo figuras que son dueñas de la vida y la muerte. Eso irrumpe en el inconsciente colectivo en la manera en que los hombres que obedecen a un mandato de masculinidad, que es un mandato de potencia, prueban su potencia mediante el cuerpo de las mujeres. En el mundo entero hay problemas con la violencia de género, pero en nuestro continente cada vez más controlado por formas paraestatales de control social y de la vida, por formas no exactamente regidas por la ley, eso se expresa en la vulnerabilidad de la vida de las mujeres”, dice Segato. (Segato, citada por Carbajal, 2017)

Los planteamientos de Rita Segato enriquecen el estudio del cuerpo al analizar las dinámicas de poder, género y violencia que se manifiestan en él. Su enfoque crítico y decolonial

nos invita a replantear las formas en que comprendemos y nos relacionamos con nuestros cuerpos, así como a trabajar por la construcción de sociedades más justas e igualitarias.

En conclusión, la percepción del cuerpo ha sido objeto de estudio y reflexión a lo largo de la historia, abarcando diversas disciplinas como la filosofía, la psicología, la sociología y la neurociencia, entre otras. En este estado del arte, se ha evidenciado que la percepción del cuerpo es un fenómeno complejo y multidimensional, influenciado por factores biológicos, culturales, sociales e individuales. Los investigadores han explorado cómo las experiencias somáticas, los procesos cognitivos y los contextos socioculturales moldean nuestra percepción corporal. Además, se ha examinado cómo la percepción del cuerpo puede afectar nuestra salud mental, bienestar y calidad de vida. Aunque aún existen interrogantes por resolver, este estado del arte revela la importancia de comprender y valorar la percepción del cuerpo como un elemento central en la construcción de nuestra identidad y experiencia humana.

Justificación

Las identidades se forman a partir de interacciones sociales, imágenes, símbolos, significados y experiencias. Los medios de comunicación, influenciados por lógicas de producción y consumo, desempeñan un papel crucial en este proceso. Han impactado significativamente los componentes de las identidades y han alterado las percepciones de los cuerpos, reemplazando las ideas previas por nuevas.

El problema que se busca abordar es cómo inciden los medios de comunicación en la configuración de las identidades y de las percepciones de los cuerpos de los jóvenes entre 18 y 28 años del municipio de Rionegro. La importancia de investigar esta problemática radica en entender cómo los medios de comunicación, como agentes influyentes en la sociedad, están afectando la construcción de la identidad y la percepción del cuerpo entre los jóvenes.

En la era de la información, los medios de comunicación tienen un alcance y una influencia sin precedentes. Su papel en la formación de las identidades y las percepciones del cuerpo puede tener implicaciones significativas para el bienestar y la autoimagen de los jóvenes. Al entender

cómo los medios de comunicación influyen en estos aspectos, se pueden desarrollar estrategias y políticas para mitigar cualquier impacto negativo y promover una representación y percepción saludable y diversa de la identidad y el cuerpo.

Esta investigación es viable ya que se dispone de las herramientas y métodos necesarios para llevar a cabo la investigación. Se dispone de los recursos económicos necesarios, incluyendo los costos de recolección de datos, análisis y publicación de los resultados. La investigación cumple con todas las leyes y regulaciones pertinentes, y respeta los derechos y la privacidad de los participantes en la investigación.

Esta investigación puede beneficiar al segmento de la población conformado por jóvenes entre 18 y 28 años del municipio de Rionegro. Comprender cómo los medios de comunicación impactan en la configuración de sus identidades y percepciones de los cuerpos puede ayudar a estos jóvenes a desarrollar una mayor conciencia crítica y a tomar decisiones informadas sobre su identidad y bienestar.

Desde una perspectiva metodológica, este estudio puede ayudar a desarrollar y perfeccionar las técnicas de investigación en el trabajo social, especialmente en lo que respecta a la comprensión de las influencias sociales en la formación de la identidad. Este estudio puede proporcionar un marco para explorar y entender la compleja interacción entre los medios de comunicación y la formación de la identidad, lo que puede ser útil para futuras investigaciones en esta área.

Comprender cómo los medios de comunicación influyen en la formación de la identidad puede ser útil para el desarrollo de intervenciones más efectivas y a trabajar de manera más eficaz con los jóvenes. Además, este estudio puede ayudar a entender mejor las presiones y las influencias a las que se enfrentan los jóvenes en la sociedad moderna, lo que puede mejorar su capacidad para apoyar a estos sujetos.

Objetivos

Objetivo general

Reflexionar sobre la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones de los cuerpos de los y las jóvenes entre 18 y 28 años del municipio de Rionegro.

Objetivos específicos

Identificar las formas en que los medios de comunicación influyen en la construcción de las identidades de las y los jóvenes entre 18 y 28 años del municipio de Rionegro.

Describir las percepciones que tienen las y los jóvenes de Rionegro sobre sus cuerpos a partir de las interacciones sociales y la influencia de los medios de comunicación.

Analizar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones de los cuerpos de los y las jóvenes del municipio.

Marco Conceptual

Para la realización del trabajo de grado se definen conceptos fundamentales con la intención de dar claridad frente a la forma en la que será abordado y desarrollado posteriormente el trabajo. La categoría principal de análisis es la identidad, de la cual se desprenden subcategorías como cultura e identidad juvenil -esta subcategoría está compuesta por dos conceptos ya que sus descriptores comparten la misma información para el análisis del presente trabajo de grado, sin embargo, su definición será dada de manera individual para comprender de una manera más clara su abordaje-, cuerpo, y medios de comunicación.

Cada una de estas subcategorías son comprendidas o abordadas desde diferentes descriptores de la siguiente forma: Para el caso de cultura e identidades juveniles se abordará a partir de los valores, las normas, sanciones, las creencias, los símbolos y el lenguaje. En el caso del cuerpo, se abordará a partir de descriptores como: autoconcepto, autoimagen, autoeficacia, y autoestima. En el caso de las identidades juveniles, los descriptores no serán definidos ya que se considera que estarán determinados dentro de las dos subcategorías mencionadas anteriormente, medios de comunicación será abordado desde redes sociales, tiempo en internet, y tipo de información consumida y finalmente se definirán los actores ya que será la población con la cual se realizará la investigación, que en este caso son los jóvenes.

Identidad

La identidad es una construcción subjetiva de cada individuo que, en relación al mundo, va delimitando sus gustos, significados y símbolos, con los cuales puede o no sentirse parte de un grupo, una comunidad, una nación, un mundo, Marín define la identidad como:

Un proceso de construir una imagen y sentido del sí mismo a partir de la interacción permanente con el otro y con lo otro, desde donde se constituye como móvil, cambiante y de resignificación constante. Así se reconoce su carácter relacional e intersubjetivo, pues su característica fundamental es su contrastabilidad. De manera que el sujeto es individual y necesita de la colectividad para su singularidad, en la medida en que siempre se construye

un “nosotros” frente a un “otros, un yo frente a otro”. Entonces, la identidad se afirma y reconoce en los espacios de interacción y comunicación, donde se conceptualiza su propia especificidad frente a los otros, por la existencia de algunos riesgos distintivos, por los cuales el sujeto se interioriza a sí mismo y es visto como perteneciente a una serie de colectivos, que tiene una serie de cualidades y porta un pasado biográfico inmodificable. (Marín L. Ethall, 2008, p.31)

Marín define la identidad como un proceso en constante construcción que se forma a través de la interacción con otros y con el entorno. Es un proceso móvil, cambiante y constantemente abierto a la resignificación. La identidad se reconoce como relacional e intersubjetiva, ya que se construye en contraste con los demás. El sujeto es individual, pero necesita de la colectividad para definirse en su singularidad. Es en los espacios de interacción y comunicación donde la identidad se afirma y se reconoce, y donde se conceptualiza en relación a otros. La existencia de riesgos distintivos y la interiorización de sí mismo contribuyen a la formación de la identidad, que está vinculada a la pertenencia a diferentes grupos y a un pasado biográfico que no puede ser modificable.

La cita de Marín L. Ethall, hace referencia a Orozco y Barbero para respaldar la idea de que la identidad como una construcción transversalizada por los acontecimientos que viven los sujetos en sociedad mediados por el lenguaje:

La configuración de la identidad esta transversalizada y mediada por diversos acontecimientos caleidoscópicos, en la medida en que participan y se conjugan múltiples instancias socializadoras a lo largo del ciclo vital. En ese sentido, la constitución de la identidad se asume como un proceso dialéctico entre la relación e interacción directa y la mediación dinámica y constante con esos agentes socializadores. (Orozco & Barbero, citados por Marín & Moreno, 2008, p.47).

Para los autores, la configuración de la identidad está influenciada y mediada por diversos eventos cambiantes, ya que participan y se combinan múltiples instancias de socialización a lo largo de toda la vida. En este sentido, la formación de la identidad se comprende como un proceso

dialéctico que involucra tanto la relación y la interacción directa como la mediación dinámica y constante con esos agentes socializadores.

Por otra parte, Maffesoli aborda la identidad desde una postura diferente, definiéndola como un juego de roles mediante el cual los sujetos actúan en diferentes escenarios de la vida cotidiana, adaptándose al contexto y a los grupos en los cuales se está presente en el momento:

En las sociedades postmodernas, los sujetos realizan constantemente procesos de identificación más que de identidad, lo cual le permite transitar por varios grupos, identificándose en cada uno de ellos a partir de distintos mecanismos de identificación, adaptando roles diferenciados, de acuerdo a los contextos que transite, colocándose una máscara en cada caso. (Maffesoli, 1990, citado por Marín & Moreno, 2008)

Maffesoli señala que, en las sociedades contemporáneas, la identidad se concibe como una construcción más flexible y fluida, donde los individuos pueden adaptarse a diferentes entornos y grupos sociales utilizando diferentes formas de identificación.

Para el presente trabajo de grado se tomará como referente conceptual la definición de identidad otorgada por Maffesoli y Marín ya que en la sociedad actual los sujetos tienen la capacidad de adaptarse a diferentes contextos y adoptar roles diferenciados, identificándose con distintos grupos y manifestaciones culturales a través de mecanismos de identificación variables. La cultura, el cuerpo y los medios de comunicación están intrínsecamente relacionados en la construcción de la identidad. A través de la interacción permanente con el otro y con lo otro, y bajo la influencia de la cultura y los medios de comunicación, se construye una imagen y sentido del sí mismo que se reconoce en los espacios de interacción y comunicación.

Identidad Juvenil

Para Martín Barbero los jóvenes manifiestan sus identidades a través de las tribus urbanas, estas otorgan significados, símbolos e imágenes sobre los jóvenes que permiten desarrollar un

sentido de pertenencia a grupos en específico que se congregan en ciudades, pueblos, municipios, etc. Estas identidades tienen características en común como lo efímero, son flexibles y móviles. Martín Barbero En sintonía con el planteamiento de Maffesoli señala que:

Los jóvenes son los principales articuladores de las sensibilidades modernas con las postmodernas, lo hacen a través de las llamadas tribus urbanas. Son estas las nuevas formas en que los jóvenes habitan y se apropian de la ciudad, congregándose a partir de ciertos códigos estéticos y valores comunes, su característica principal es que son efímeros, flexibles y móviles, identidades en movimiento. (Maffesoli, 1990, citado por Marín & Moreno, 2008)

Para Rossana Renguillo las identidades juveniles son construcciones sociales definidas a partir de transformaciones culturales que se han dado con el tiempo y que han construido una imagen, significado y símbolo de lo que es ser joven. Estos imaginarios se han expandido globalmente, creando una identidad colectiva de los jóvenes en la sociedad. Esta definición aporta características claves para la investigación ya que ubica a los jóvenes como seres permeados por el contexto y las vivencias propias, y a la sociedad como forjadora de identidad.

Rossana Reguillo quien dice que los jóvenes son los grandes protagonistas del siglo XX, por medio de diferentes factores sociales, políticos y económicos, entre otros, los movimientos estudiantiles que suceden en distintos países, lo cual ayudo a construir un imaginario acerca de lo que es ser joven, vinculando a su rol como estudiante. Imagen que después fue representada mediáticamente a través de las industrias culturales. La sociedad identifico al joven como sujeto de derecho y, a su vez, el mercado lo ubicó como sujeto de consumo (...) las formas de concebir la identidad juvenil pueden sintetizarse en: la identidad juvenil como posibilidad de adaptación al medio; como proceso a través del cual, los sujetos construyen marcos de significación social; como posibilidad de representación de sí mismo, del otro y de lo otro; y como reconocimiento y auto reconocimiento desde la diferencia. (Renguillo, 2000, citado por Marín & Moreno, 2008)

Natalia Garrido aborda las identidades juveniles desde una visión similar a las anteriores ya que la concibe como una construcción social transversalizada por el contexto y la experiencia, además aporta un elemento clave para el entendimiento de la misma en nuestro contexto actual: el

internet, ya que a través de este no sólo se recibe información sino que se comparten experiencias, emociones, nociones de vida, y en general se convierte en un espacio de encuentro desde la distancia.

En un contexto en el que gran parte de las sociedades se encuentra atravesada por transformaciones en las maneras de construir las identidades individuales y colectivas, así como por nuevos modos de acceso y producción de bienes culturales, la manera en que se establecen los procesos de identificación se ven alterados. (...) Por otro lado, es preciso destacar que el estilo conforma la manera en que la identidad cultural y la posición social se negocian y expresan, organizando la interacción social y la identidad. La dimensión de estas transformaciones se explica cuando observamos que los jóvenes que tienen la posibilidad de acceder a Internet con regularidad, no suelen hacerlo sólo para buscar información, sino que Internet ha entrado en sus vidas desde distintos registros, convirtiéndose en un nuevo territorio de lo común (en forma de dispositivo de juego, del encuentro con el otro, etc.). (Saintout, citado por Garrido, 2011)

La noción de identidad juvenil que más se ajusta al trabajo de grado es la aportada por Martin Barbero ya que concibe identidad juvenil y cultura como un fenómeno que radica en cómo los jóvenes utilizan y se apropian de la cultura para construir sus identidades individuales y colectivas. Las tribus urbanas se configuran en torno a determinados estilos, gustos y prácticas culturales que les permiten expresarse y encontrarse con otros jóvenes que comparten sus mismos intereses. Estas culturas juveniles son un reflejo de las transformaciones sociales y de los cambios en los modos de acceso y producción de bienes culturales. En resumen, la relación entre la cultura y las culturas juveniles se entiende como un proceso en el cual los jóvenes utilizan la cultura para articular sus sensibilidades y construir sus identidades, a través de las tribus urbanas y sus prácticas culturales específicas.

Cultura

Se hace necesario abordar el término cultura, ya que gracias a esta las sociedades codifican las experiencias de los sujetos y las cargan de sentidos, es así como se crean valores, normas, sanciones, símbolos, creencias, lenguaje y, al mismo tiempo les otorga sentido de pertenencia. Urcola define la cultura como:

La cultura es la dimensión significativa de cualquier práctica social, aunque no todo lo que ocurre en la sociedad puede pensarse linealmente como cultural. Los procesos de apropiación, circulación y producción cultural son activos e integrales y se conjugan con otras dimensiones de lo social, como las esferas política y económica (Urcola, 2000)

Según la cita anterior la cultura no es estática ni homogénea. Evoluciona y cambia a lo largo del tiempo, adaptándose a los contextos históricos, sociales y políticos. Además, la cultura no existe en un vacío, sino que está en constante diálogo con otras dimensiones de la sociedad. La cultura es una dimensión significativa de cualquier práctica social. Los procesos de apropiación, circulación y producción cultural son activos e integrales y se entrelazan con otras dimensiones sociales. Comprender y abordar la cultura en su complejidad y diversidad es fundamental para comprender y transformar nuestra sociedad.

Por otra parte, Reguillo define cultura como la interacción de sujetos que comparten un mismo contexto y carga de significados y símbolos dentro de su entorno y es dependiente a su lugar social. Por ejemplo, un objeto puede tener diferentes significados en contextos específicos: puede que para una comunidad sea bien visto usar zapatos para caminar en la casa, mientras que para otras es mal visto usar zapatos dentro de la casa. Esto evidencia los símbolos y significados de diferentes poblaciones con culturas disímiles situadas en contextos específicos.

Interacción de sujetos históricamente situados que comparten un capital simbólico social, es decir convencional, que se objetiva en discursos –en sentido amplio- sobre la realidad, en un proceso de producción-recepción-producción de significados, determinado en primera instancia por el lugar social de los actores en la estructura. (Renguillo citado por López & Rueda, 2016)

Harris define la cultura como saberes adquiridos por las experiencias que tradicionalmente se enseñan, adquieren o aprenden entre los mismos sujetos de una comunidad “Haciendo uso de una definición de M. Harris (1981: 134), de un modo sintético podríamos convenir que la cultura constituye los “modos socialmente adquiridos, transmitidos y compartidos de pensar, sentir y

actuar por parte de los miembros de un grupo humano”. (Harris, 1981, citado por Acuña, A. 2001) Un ejemplo de esto son los modos de cocinar heredados de madres a hijos, las estructuras familiares de ciertas poblaciones, los roles de género, entre otros.

Finalmente se aborda la postura de Costa quien afirma que la cultura va ligada al instinto del ser humano de organizarse, buscando grupos con cargas simbólicas compatibles con las propias, dividiendo así a los sujetos en grupos específicos que comparten territorios, formas de vida, normas, sanciones, tecnologías, entre otras:

Surgen como una forma diferente de socialización que no hace parte de la época actual, sino que viene de antaño, pues va ligada al instinto del ser humano a querer organizarse, a un estar juntos. Los elementos que validan este tipo de organizaciones se concentran en la “afirmación del yo, en y con el grupo, la defensa de valores y territorios propios y exclusivos; y el establecimiento de recorridos activos en la ciudad, según una lógica del hacer que es, sobre todo, un sentir y un tocar. (Costa, citado por López & Rueda , 2016)

Para abordar el presente trabajo de grado se pretende tomar la noción de cultura otorgada por Urcola ya que define la cultura como la dimensión significativa de cualquier práctica social con una característica fundamental: es integral y se puede presentar holísticamente, es decir, en las diferentes esferas del ser humano como lo político, lo económico, ambiental, entre otros. Esto permitirá situarnos en la cultura como un espacio en el que la práctica social carga de valores, normas, sanciones, lenguaje, creencias y símbolos a los sujetos, abriendo un abanico amplio de identidades juveniles permeadas por contextos disímiles.

Cuerpo

Pasando a la subcategoría cuerpo, se define a partir de la visión de Bourdieu como medio por el cual se comunican valores, normas, creencias, símbolos, significados, entre otros, respectivos a los estratos sociales, sirviendo como canal de expresión de los sujetos ante la sociedad, pero dependientes de sus contextos, ubicando al cuerpo como un medio por el cual se manifiestan las creencias de los sujetos que los ubican en clases sociales determinadas por su actuar.

P. Bourdieu (1998) profundiza en las correspondencias existentes entre el cuerpo y los estratos sociales, observando cómo la percepción del esquema corporal y los hábitos corporales funcionan como valores a través de los cuales se deduce un enclasmamiento social. (Bordieu, 1998, citado por Acuña, A. 2001)

Para Goffman, el cuerpo es usado como una herramienta que le permite adaptarse en relación con los otros, sirviéndole como medio por el cual se comunica y actúa de formas específicas para interactuar con los demás para conseguir credibilidad. Para ejemplificarlo se puede tomar como ejemplo las personas introvertidas, estas al verse en situaciones determinadas pueden actuar de manera extrovertida para adaptarse al medio que las rodea, usando así su expresión corporal como una herramienta comunicativa que da credibilidad a su discurso:

E. Goffman (1987) mediante el llamado “método del dramaturgo” interpreta la realidad interactiva existente entre las personas dentro de la vida cotidiana, mostrando la semejanza que hay entre la acción real y la acción teatral; y la utilización del cuerpo como fachada, como envoltura para conseguir credibilidad en la comunicación. (Gofman, 1987, citado por Acuña, 2001)

Ahora bien, Foucault plantea que el cuerpo se define a partir de ciertas estructuras sociales coercitivas impuestas desde las instituciones a las cuales se ven ligadas los sujetos, otorgando sentidos marcados por los contextos, creando así patrones sociales que deben ser seguidos por los cuerpos para encajar en el mundo. “M. Foucault (1984) se refiere a la “política del cuerpo”, a la disciplina corporal que se impone desde distintas instituciones: militares, médicas, escolares, o industriales, al objeto de conseguir un mayor dominio sobre los individuos.” (Foucault, 1984, citado por Acuña, 2001) La visión del cuerpo de los jóvenes está sujeta a las estructuras sociales y las imposiciones establecidas desde las instituciones, las que se encargan de reproducir patrones corporales y exigir que se cumplan estándares determinados en los cuerpos actuales.

Según Le Breton el cuerpo es un objeto social y cultural, y que su significado y prácticas están influenciados por las estructuras sociales y las relaciones de poder.

Para Acuña, el cuerpo es concebido como “En nuestra sociedad el cuerpo ocupa un valor central, se utiliza como signo de estatus, y como vehículo mediático para vender las más variadas mercancías. Convertido en objeto de consumo, no son pocas las personas que invierten su tiempo y dinero en imagen y salud; así como también en divertimento y emoción, vivenciando con el cuerpo situaciones de cierto riesgo, y aventuras que en muchos casos no pasan de ser imaginarias” (Acuña, 2001).

Para Acuña, el cuerpo se percibe como una entidad de gran importancia en nuestra sociedad. Es considerado como un símbolo de estatus y se utiliza como medio para comercializar una amplia gama de productos. Convertido en un objeto de consumo, muchas personas invierten recursos significativos, tanto tiempo como dinero, en mejorar su apariencia física y su salud. Además, el cuerpo se convierte en el epicentro de actividades recreativas y emocionantes, a menudo involucrando situaciones de riesgo y aventuras que pueden ser más imaginarias que reales. En resumen, Acuña sugiere que en la sociedad contemporánea, el cuerpo no solo es una entidad física, sino también un símbolo cultural cargado de significado, utilizado para expresar estatus, comercializar productos y buscar experiencias emocionantes.

La noción de cuerpo será abordada a partir del enfoque de Acuña sobre el cuerpo ya que busca analizar y comprender cómo las representaciones del cuerpo y sus diferentes partes influyen en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos y a los demás, así como en la construcción de identidades sociales y culturales. Además, también se interesa por los valores y las repulsiones asociadas con estas representaciones, es decir, cómo se valoran o desvalorizan determinadas formas de cuerpo y cómo esto afecta las relaciones sociales y las dinámicas del mundo.

Medios de comunicación

La percepción del cuerpo de los jóvenes puede ser influenciada de diversas maneras por los medios de comunicación, como la televisión, el cine, las redes sociales, entre otros. Algunas de las formas en que los medios pueden afectar la percepción del cuerpo de los jóvenes incluyen: Ideales de belleza, comparación social, efectos en la alimentación.

Los medios de comunicación han sido abordados desde varios autores, algunos de estos los definen de las siguientes formas:

Para Castells "Los medios de comunicación actuales son el instrumento fundamental para la creación, la reproducción y la circulación de la información en la sociedad red". (Castells, 2008, p. 115). Los medios de comunicación tienen un impacto significativo en la forma en que se crea, reproduce y circula la información. A través de plataformas como la televisión, la radio, los periódicos, las revistas y, especialmente, Internet y las redes sociales, los medios tienen la capacidad de llegar a una amplia audiencia y transmitir mensajes de manera masiva.

Por otra parte, Marin y Moreno, definen los medios de comunicación como:

Agentes socializadores, en la medida en que constituyen un depósito de símbolos y valores de gran riqueza; un conjunto de herramientas de las que se sirven los receptores en tanto se vincula e interactúan con ellos construyendo significados diversos que después utilizan en sus experiencias, vivencias y en la elaboración y resignificación de su identidad. (Marin & Moreno, 2008, p.42)

Los medios de comunicación son poderosos agentes sociales que tienen la capacidad de influir en nuestra sociedad. A través de la difusión de símbolos y valores, los medios pueden moldear nuestras creencias, actitudes y comportamientos. Nos brindan una amplia gama de herramientas y recursos que nos permiten interactuar con el contenido mediático y construir múltiples significados que luego aplicamos a nuestras experiencias y vivencias. Además, desempeñan un papel importante en la formación y resignificación de nuestra identidad. A medida que nos relacionamos e interactuamos con los medios, incorporamos elementos de su contenido en nuestra propia concepción de quiénes somos. Los medios nos brindan modelos de comportamiento, estilos de vida y valores que podemos adoptar y adaptar a nuestra propia identidad.

Esta definición es una forma muy precisa y completa de explicar la influencia de los medios de comunicación en la sociedad y en la construcción de la identidad individual y colectiva. El hecho de que los medios de comunicación sean agentes socializadores y depósitos de símbolos y valores de gran riqueza, destaca su capacidad para moldear nuestras concepciones y prácticas culturales, lo cual es fundamental en la construcción de la identidad personal y social. Respondiendo a los descriptores de tipo de información consumida, tiempo en internet y redes sociales. Además, su papel en la creación de significados diversos a nivel individual y colectivo, destaca la importancia

de los medios de comunicación en cómo entendemos nuestra realidad y cómo construimos y adaptamos nuestras identidades.

Memoria Metodológica

A continuación, se presenta la propuesta metodológica desarrollada en la investigación, para ello se describe el paradigma, el enfoque, la teoría y las técnicas que dieron fundamento teórico y metodológico al proceso investigativo:

Paradigma de investigación comprensivo interpretativo

El presente trabajo de grado tomó como referente el paradigma comprensivo interpretativo, ya que permitió comprender e interpretar la realidad dentro de un contexto concreto. Según Campos, este paradigma se define de la siguiente manera:

La complejidad de la sociedad, la necesidad de profundizar el conocimiento de los fenómenos de los procesos sociales y la apreciación de la importancia y trascendencia de 'lo social', posibilitan el desarrollo del paradigma hermenéutico interpretativo comprensivo, el cual da importancia a los sujetos considerados como actores sociales capaces de dar significado a las acciones y a las relaciones sociales, logrando incorporar nuevas perspectivas en relación con 'lo social'. (Campos, A. 2008, PP4)

El paradigma comprensivo e interpretativo se centró en la interpretación de textos y en la comprensión de los procesos históricos y culturales que los rodean. el paradigma comprensivo-interpretativo es importante para analizar la incidencia de los medios de comunicación en las identidades y los cuerpos de los jóvenes porque permite comprender los significados y acciones que se generan a partir de la interacción entre los jóvenes y los medios de comunicación, considerando la diversidad de experiencias y perspectivas de los jóvenes.

Enfoque de investigación cualitativo

Se utilizó el enfoque cualitativo de investigación, que según Galeano se describe como:

En la perspectiva de la investigación cualitativa, el conocimiento es un producto social y su proceso de producción colectivo está atravesado por los valores, percepciones y significados de los sujetos que lo construyeron. Por tanto, la inmersión intersubjetiva en la realidad que se quiere conocer es la condición mediante la cual se logra comprender su lógica interna y su especificidad. La investigación cualitativa rescata y asume la importancia de la subjetividad, la intersubjetividad es vehículo por medio del cual se logra el conocimiento de la realidad humana y es su garante. (Galeano, 2012, PP12)

la cita de Galeano subraya que el enfoque cualitativo en la investigación valora el conocimiento como un producto social y subjetivo, que se construye a través de la interacción y la inmersión en las experiencias de los individuos. Este enfoque permite una comprensión profunda y contextualizada de los fenómenos humanos, destacando la importancia de las perspectivas individuales y colectivas en la generación de conocimiento.

El enfoque cualitativo es fundamental para estudiar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos porque permite una exploración profunda, contextualizada y rica en matices de las experiencias y percepciones de los jóvenes. Este enfoque proporciona ideas valiosas que son esenciales para entender y abordar de manera efectiva los complejos procesos a través de los cuales los medios de comunicación influyen en la identidad y la percepción corporal.

Postura teórica y metodológica: la fenomenología

La investigación fue desarrollada desde la postura teórica y metodología de la fenomenología, ya que describe el significado de las experiencias vividas por una persona o grupo de personas acerca de un fenómeno. Para De los Reyes, et al.:

La fenomenología como método de investigación cualitativa halla su riqueza en la interpretación de los fenómenos en su fuero interno, en su contexto natural y con un alto sentido de la profundidad. En virtud de sus raíces filosóficas, la realidad es interpretada mediante la aplicación de técnicas cualitativas profundas que otorgan gran relevancia al discurso, la empatía y el significado de las experiencias humanas. (De los Reyes, et al., 2019)

Resalta la profundidad y el valor del enfoque fenomenológico en la investigación cualitativa. La fenomenología se distingue por su capacidad para interpretar fenómenos en su contexto natural y desde su esencia interna, lo que permite una comprensión profunda de la realidad. Este enfoque se basa en raíces filosóficas que priorizan la experiencia subjetiva y el significado de las vivencias humanas. Mediante la aplicación de técnicas cualitativas profundas, la fenomenología otorga gran relevancia al discurso de los individuos, fomentando la empatía y una comprensión integral de sus experiencias. En este sentido, la fenomenología no solo busca describir los fenómenos, sino también interpretarlos en toda su complejidad y riqueza, ofreciendo una perspectiva que valora las sutilezas y particularidades de las experiencias humanas.

La fenomenología fue fundamental para el estudio de la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de los jóvenes de Rionegro porque permitió una comprensión profunda y contextualizada de las experiencias subjetivas de los individuos. Este enfoque cualitativo se centró en cómo los jóvenes interpretaron y vivieron sus propias realidades en relación con los mensajes mediáticos, capturando la esencia de sus percepciones y emociones. La fenomenología, al priorizar la experiencia vivida y el significado atribuido por los sujetos, facilitó la exploración de cómo los medios de comunicación influyeron en la construcción de la identidad y la percepción corporal de una manera que fue más allá de los datos superficiales. Así, se pudieron identificar las sutilezas y matices de la influencia mediática, revelando cómo los jóvenes internalizaron, resistieron o reconfiguraron los ideales de belleza y las normas identitarias promovidas por los medios.

Técnicas de investigación

Para esto, se utilizaron técnicas que permitieron conocer la realidad subjetiva y contextual de los jóvenes, como la revisión documental y las entrevistas a profundidad. La revisión documental es una técnica de investigación que implica la recopilación, selección y análisis de información disponible en fuentes secundarias, Valencia la define de la siguiente forma:

La revisión documental permite identificar las investigaciones elaboradas con anterioridad, las autorías y sus discusiones; delinear el objeto de estudio; construir premisas de partida; consolidar autores para elaborar una base teórica; hacer relaciones entre trabajos; rastrear preguntas y objetivos de investigación; observar las estéticas de los

procedimientos (metodologías de abordaje); establecer semejanzas y diferencias entre los trabajos y las ideas del investigador; categorizar experiencias; distinguir los elementos más abordados con sus esquemas observacionales; y precisar ámbitos no explorados. (Valencia, 2023)

La cita de Valencia resalta la importancia de la revisión documental en el proceso de investigación. Según Valencia, esta técnica permite a los investigadores identificar y analizar estudios previos, autores y sus debates, lo que ayuda a delinear claramente el objeto de estudio y construir premisas iniciales sólidas. Además, facilita la consolidación de una base teórica al relacionar diferentes trabajos y rastrear preguntas y objetivos de investigación. La revisión documental también permite observar y comparar las metodologías utilizadas, establecer similitudes y diferencias entre trabajos, categorizar experiencias y distinguir los aspectos más abordados y sus respectivos esquemas observacionales. Finalmente, es útil para identificar áreas que aún no han sido exploradas, lo que puede guiar futuras investigaciones.

La revisión documental fue una técnica eficaz para estudiar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de los jóvenes de Rionegro porque permitió un análisis exhaustivo de la literatura existente sobre el tema. Al recopilar, seleccionar y analizar información de diversas fuentes secundarias, se pudo identificar patrones y tendencias en cómo los medios habían influido en la percepción del cuerpo y la identidad juvenil. Esto incluyó la identificación de teorías relevantes, marcos conceptuales y estudios empíricos previos que habían abordado temas similares. Al consolidar esta base teórica, se contextualizaron los hallazgos dentro de un marco más amplio de conocimiento, lo que permitió construir sobre investigaciones anteriores y evitar la duplicación de esfuerzos.

La entrevista a profundidad permitió una exploración más detallada y exhaustiva de temas específicos que podían ser considerados un poco más sensibles, para Taylor, la entrevista a profundidad se define como:

Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos los reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas,

experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. (Taylor & Bogdan, 1984)

La cita de Taylor & Bogdan (1984) describe las entrevistas cualitativas en profundidad como encuentros repetidos cara a cara entre el investigador y los informantes, con el propósito de comprender las perspectivas que los informantes tienen sobre sus vidas, experiencias o situaciones, expresadas en sus propias palabras. Este enfoque destaca la importancia de establecer una conexión personal entre el investigador y los participantes, permitiendo que estos últimos compartan sus experiencias de manera abierta y detallada. Al enfocarse en las narrativas individuales de los informantes, estas entrevistas profundas ofrecen una comprensión más completa y rica de los fenómenos estudiados, permitiendo una exploración más profunda de las percepciones, emociones y significados que subyacen en las experiencias de los participantes.

La entrevista a profundidad resultó ser una técnica invaluable en el estudio de la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de los jóvenes de Rionegro debido a su capacidad para explorar las experiencias subjetivas de los participantes de manera detallada y exhaustiva. A través de estos encuentros cara a cara entre los investigadores y los jóvenes, se pudo obtener una comprensión más íntima de cómo los medios influían en la percepción que tenían los jóvenes sobre sus cuerpos y su identidad. Las entrevistas en profundidad permitieron que los participantes expresaran sus pensamientos, emociones y experiencias de forma libre y abierta, lo que facilitó la identificación de matices y complejidades en su relación con los medios de comunicación. Esto fue fundamental para capturar no solo las manifestaciones externas de la influencia mediática, sino también las interpretaciones personales y las respuestas emocionales que subyacen en la construcción de la identidad y la percepción corporal de los jóvenes (anexo 1).

Además, las entrevistas a profundidad proporcionaron un espacio para explorar temas sensibles o íntimos que los jóvenes podrían no haber estado dispuestos a discutir en otros contextos. Esta intimidad y confianza creada durante las entrevistas permitió a los investigadores adentrarse en aspectos más profundos de la experiencia de los jóvenes, revelando los efectos sutiles y a veces subconscientes de los medios de comunicación en sus vidas. Así, las entrevistas a profundidad no solo proporcionaron una visión holística de la influencia de los medios en la

configuración de identidades y cuerpos juveniles, sino que también permitieron una comprensión más completa de las estrategias de resistencia, negociación y reinterpretación que emplean los jóvenes para hacer frente a estas influencias mediáticas.

La organización, codificación y análisis de la información se llevaron a cabo de la siguiente manera:

Los audios de las entrevistas fueron almacenados en una base de datos en Google Drive (anexo 2), una herramienta de uso académico utilizada por la investigadora. Para garantizar la confidencialidad, los nombres de los participantes fueron reemplazados por el término "entrevistado" seguido de una nomenclatura específica.

El siguiente paso consistió en la transcripción de las entrevistas, las cuales también fueron guardadas en la misma base de datos en Google Drive (anexo 3). Cada entrevista fue codificada de acuerdo a las categorías de análisis establecidas: Identidad juvenil (color amarillo), cultura (color verde), medios de comunicación (color azul) y cuerpo (color morado). Esta codificación permitió una clasificación y organización sistemática de los datos recopilados. (anexo 4)

Una vez codificada la información, fue separada y organizada en una matriz de relación por orden categorial. Esta matriz facilitó la visualización y comparación de los diferentes aspectos investigados. (anexo 5)

Finalmente, la información fue analizada y cruzada utilizando la matriz de relación como base, lo cual permitió una interpretación detallada y estructurada de los datos. Este proceso preparó el terreno para la redacción de los resultados del estudio.

Actores Involucrados en la Investigación

La presente investigación tenía como objetivo analizar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de las y los jóvenes del municipio de Rionegro entre los 18 y 28 años. Según el DANE, “La población juvenil en este rango de edad del municipio de Rionegro se estima en 6135 personas” (DANE, 2018). La cantidad total de personas que participaron de la investigación representó un 1,6% de la población total de jóvenes del municipio entre los 18 y 28 años - este rango fue establecido ya

que se trataron temas sensibles dentro de la investigación y es por esto que se decidió trabajar con población mayor de edad- dando como resultado 10 entrevistas a profundidad.

Los jóvenes participantes debían tener algún tipo de relación con los medios de comunicación ya que eran el eje central de análisis en la investigación; además, se buscaba comprender cómo estas representaciones eran construidas y percibidas por los jóvenes en el contexto de la sociedad actual, donde los medios de comunicación se han vuelto cada vez más importantes y significativos en la construcción de la identidad y la percepción del cuerpo.

Consideraciones éticas

La investigación sobre la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de los y las jóvenes conllevó varias consideraciones éticas importantes que fueron tenidas en cuenta. Estas consideraciones fueron:

Consentimiento informado: Fue fundamental obtener el consentimiento informado de los jóvenes participantes en la investigación. Esto implicó proporcionarles información clara y precisa sobre los objetivos, procedimientos, posibles beneficios y riesgos de la investigación, y permitirles participar de manera voluntaria y con pleno conocimiento de causa (anexo 6).

Confidencialidad y privacidad: Fue esencial proteger la confidencialidad y privacidad de los participantes. Esto implicó garantizar que los datos recopilados fueran tratados de manera segura y que no se divulgara información personal identificable sin el consentimiento expreso de los participantes.

Protección del bienestar emocional: La investigación pudo haber involucrado preguntas o temas sensibles que podrían haber afectado el bienestar emocional de los jóvenes. Fue responsabilidad del investigador velar por el cuidado y la protección emocional de los participantes, asegurándose de que se sintieran seguros y cómodos durante el proceso de investigación.

Equidad y no discriminación: Fue importante realizar la investigación de manera equitativa y sin discriminación de ningún tipo. Esto implicó tratar a todos los participantes de

manera justa y respetuosa, sin importar su género, orientación sexual, raza, etnia u otras características personales.

Uso responsable de los resultados: La investigadora se comprometió a utilizar los resultados de la investigación de manera responsable y ética. Esto implicó informar de manera clara y precisa los hallazgos, evitar la interpretación errónea o manipulación de los datos y asegurarse de que los resultados fueran presentados de manera ética y sin causar daño o estigmatizar a los participantes.

Fue importante respetar la dignidad y el bienestar de los participantes en todo momento y seguir los principios éticos establecidos por los comités de ética de la investigación.

Identidades, cuerpos y medios de comunicación

En la actualidad, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la vida cotidiana, especialmente entre los jóvenes, quienes se encuentran en una etapa vital de construcción de identidad. Este primer capítulo aborda los objetivos principales de la investigación, centrada en identificar, describir y analizar la influencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y percepciones corporales de los jóvenes de Rionegro, un municipio en el departamento de Antioquia, Colombia.

El propósito inicial de esta investigación es identificar las formas en que los medios de comunicación influyen en la construcción de las identidades de las y los jóvenes entre 18 y 28 años del municipio de Rionegro. En esta era digital, los medios de comunicación no solo actúan como plataformas de información, sino también como agentes de socialización que impactan de manera significativa en la forma en que los individuos se perciben y se presentan ante la sociedad.

En segundo lugar, se busca describir las percepciones que tienen las y los jóvenes de Rionegro sobre sus cuerpos a partir de las interacciones sociales y la influencia de los medios de comunicación. Estas percepciones no son solo reflejo de la realidad individual, sino que están mediadas por una constante interacción con imágenes, mensajes y estándares que se difunden a través de diversos canales mediáticos, generando así un diálogo continuo entre el yo individual y el colectivo social.

Finalmente, la investigación se enfoca en analizar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones de los cuerpos de los y las jóvenes del municipio. Este análisis permitirá comprender de manera integral cómo los medios contribuyen a moldear las concepciones sobre el cuerpo y la identidad, y cómo estas concepciones influyen en la vida diaria y en la autoimagen de los jóvenes.

Configuración de las identidades juveniles.

Las identidades juveniles son un concepto en constante evolución, tan variado y dinámico como los jóvenes mismos. Al ser un período de transición y descubrimiento, la juventud se caracteriza por la experimentación y la flexibilidad en términos de identidad. Los jóvenes no solo se definen a sí mismos a través de sus propias experiencias y percepciones, sino que también son moldeados por las influencias y expectativas de la sociedad. En este contexto, las identidades juveniles pueden ser vistas como un proceso de navegación y negociación, un equilibrio entre la autoexpresión y la adaptación a los roles y normas sociales. En esta exploración, analizaremos más a fondo la complejidad y la importancia de las identidades juveniles en el mundo actual, basándonos en los postulados de Maffesoli, que las entiende como:

Los sujetos realizan constantemente procesos de identificación más que de identidad, lo cual le permite transitar por varios grupos, identificándose en cada uno de ellos a partir de distintos mecanismos de identificación, adaptando roles diferenciados, de acuerdo a los contextos que transite, colocándose una máscara en cada caso. (Maffesoli, 1990 citado por Marín & Moreno, 2008)

En lugar de aferrarse a una única identidad compacta, los jóvenes se muestran versátiles, asumiendo roles e identidades variables en respuesta a los distintos entornos que enfrentan. Esta adaptabilidad puede interpretarse como una reacción a las sociedades actuales, que se caracterizan por su dinamismo y por la rapidez con la que cambian los roles y expectativas.

Siguiendo la línea de pensamiento de Maffesoli, las identidades juveniles en el municipio de Rionegro se distinguen por su constante adaptabilidad en respuesta a los diversos contextos que enfrentan. Los jóvenes de esta localidad no se limitan a una única identidad, sino que se mueven con flexibilidad entre diferentes roles e identidades, adaptándose a los distintos escenarios que encuentran en su vida cotidiana.

Un aspecto clave que resalta en las entrevistas es la importancia del espacio compartido en la formación de vínculos entre los jóvenes. "Lo que hay en común es el espacio, ¿cierto? Entonces, por ejemplo, en el trabajo, pasar tanto tiempo en un mismo espacio, así no vayan los mismos gustos e intereses, hace que se genere un tipo de vínculo. Pues puede ser amistad o compañeros." (Entrevistado 2, 2024, pp2). Aunque los gustos e intereses pueden variar, el simple hecho de compartir un espacio, como el lugar de trabajo, puede generar un tipo de vínculo, ya sea de amistad o de compañerismo. Sin embargo, en contextos donde no existe una obligación de estar presente, los jóvenes tienden a buscar personas con las que se sientan cómodos en términos de gustos o pensamientos similares.

En concordancia con esto, los jóvenes de Rionegro manifiestan que "No puedo definir como que esté en una comunidad o haga parte de una comunidad, no, y grupo de amigos no sabría cómo definirlo, siento que todos mis amigos son muy diversos, muy diferentes en cuanto a sus maneras de ser, de pensar, de vestir, entonces no podría como encapsularlo solo en una comunidad". (Entrevistada 5, Comunicación personal, 2024) Mostrando una perspectiva de diversidad y variedad en las relaciones sociales reafirmando la idea de que las identidades juveniles son fluidas y se adaptan a diferentes contextos y grupos sociales.

Además, este proceso de identificación constante puede ser una forma de autoexploración y autodescubrimiento. Al probar diferentes roles e identidades, los jóvenes pueden aprender más sobre sí mismos y descubrir qué roles e identidades se sienten más auténticos para ellos. Este proceso de exploración y descubrimiento es fundamental para el desarrollo de la identidad personal y la autoestima. Por lo tanto, las identidades juveniles, tal como las describe Maffesoli, son tanto una respuesta a las demandas cambiantes de las sociedades actuales como una parte integral del proceso de desarrollo personal.

Los jóvenes construyen su identidad a partir de aspectos tanto individuales como compartidos que los relacionan como grupo social. Aunque tienen muchas cosas en común, cada uno tiene características únicas que los distinguen de otros jóvenes. Estas particularidades se manifiestan a través de formas de vida, prácticas, preferencias, sensibilidades, valores y estilos visuales específicos, lo que les permite conformarse en una diversidad de culturas e identidades juveniles. El sociólogo Maffesoli ha denominado a este fenómeno como las comunidades

emocionales. Según él, los jóvenes se agrupan en torno a estas características compartidas y encuentran en ellas una forma de identificación y pertenencia.

Estos jóvenes reconocen que si bien como grupo social, poseen muchas cosas que los vinculan, cada uno tiene una serie de singularidades que dentro de lo colectivo y lo común de un grupo, los diferencia de otros jóvenes. De manera que los (as) jóvenes admiten que se están aglutinando a partir de estilos de vida, prácticas, gustos, sensibilidades, éticas y estéticas determinadas, que les posibilita configurarse en la diversidad como culturas e identidades juveniles. Este fenómeno es llamado por Maffesoli (1990) comunidades emocionales. (Maffesoli, 1990, citado por Marín & Moreno, 2008)

Estas comunidades emocionales se convierten en espacios donde los jóvenes encuentran un sentido de pertenencia y conexión con otros que comparten sus mismas características y experiencias. Dentro de estas comunidades, se establecen vínculos emocionales y se generan relaciones basadas en la comprensión mutua y el apoyo emocional. Los jóvenes encuentran en estas agrupaciones un refugio en el que pueden expresarse libremente, ser comprendidos y encontrar personas con quienes compartir intereses y valores similares; Renguillo aborda la identidad juvenil como:

La sociedad identifica al joven como sujeto de derecho y, a su vez, el mercado lo ubicó como sujeto de consumo (...) las formas de concebir la identidad juvenil pueden sintetizarse en: la identidad juvenil como posibilidad de adaptación al medio; como proceso a través del cual, los sujetos construyen marcos de significación social; como posibilidad de representación de sí mismo, del otro y de lo otro; y como reconocimiento y auto reconocimiento desde la diferencia. (Renguillo, 2000, citada por Marín & Moreno, 2008)

Renguillo hace referencia a la forma en que la sociedad y el mercado perciben y tratan a los jóvenes. Por un lado, la sociedad reconoce a los jóvenes como sujetos con derechos y les otorga un estatus legal. Por otro lado, el mercado ve a los jóvenes como consumidores y los considera como un grupo demográfico importante para sus estrategias de marketing.

En cuanto a las formas de concebir la identidad juvenil, se plantea que puede ser vista como la capacidad de adaptarse al entorno, el proceso de construcción de significados sociales, la

representación de uno mismo y de los demás, y el reconocimiento y auto reconocimiento desde la diferencia.

Los testimonios de los entrevistados respaldan la idea de que los jóvenes se están agrupando en torno a características particulares, lo que les permite configurarse en la diversidad como identidades juveniles "Yo me siento identificado con las personas que tienen como profesiones un poco parecidas a la mía, porque se pueden hablar de temas en común y hay como apreciación por cosas particulares". (Entrevistado 6, Comunicación personal, 2024) Esto destaca cómo la afinidad en términos de ocupaciones puede ser un factor de conexión y pertenencia entre los jóvenes.

Por otro lado, en las entrevistas se expresa que "Yo me identifico con gente con problemitas en la vida, con problemitas mentales, con estéticas raras o muy sentimentales o muy creativos. Porque me generan más creatividad". (Entrevistada 7, Comunicación personal, 2024) Estos comentarios destacan cómo la identificación con determinadas características o experiencias compartidas puede ser una forma de encontrar apoyo emocional y estimular la creatividad en los jóvenes. También, respaldan la idea de que, en la adolescencia, los jóvenes se agrupan en torno a características específicas, encontrando en ellas una base para formar culturas e identidades juveniles. Estas conexiones y afinidades les proporcionan un sentido de pertenencia y les permiten explorar y desarrollar su creatividad de manera más significativa.

La adolescencia es una etapa crucial en el desarrollo humano, marcada por cambios físicos, emocionales y sociales. Durante este período, la configuración de la identidad juega un papel fundamental en la formación de la personalidad de los individuos. Es un momento de autodescubrimiento y autodefinición, en el cual los jóvenes buscan comprender quiénes son, qué les gusta y qué valores los guían en la vida. La forma en que se perciben a sí mismos y cómo son percibidos por los demás tiene un impacto importante en su bienestar emocional y su sentido de pertenencia.

Según Alsina, la identidad se define como "Sentirse integrante de un grupo neutraliza el miedo al aislamiento a partir de la realidad de verse miembro de algo; pero también permite definirse a uno mismo a partir de las características que definen al grupo al cual uno siente pertenecer y con el cual uno se identifica". (Alsina, 2006) Esto significa que formar parte de un grupo proporciona una sensación de pertenencia y conexión, lo cual es fundamental para el bienestar emocional de los jóvenes. Además, al identificarse con un grupo, los jóvenes pueden

definir su propia identidad en relación con las características del grupo, lo que contribuye a su desarrollo personal.

Tanto Maffesoli como Alsina destacan que, al identificarse con un grupo, los jóvenes tienen la oportunidad de definir su propia identidad en relación con las características del grupo. Esto implica que los jóvenes pueden explorar y comprender quiénes son en relación con los demás miembros del grupo, lo que contribuye a su desarrollo personal.

Ambos autores reconocen que los jóvenes enfrentan desafíos al tratar de mantenerse fieles a sí mismos y resistir la presión de conformarse a las expectativas de la sociedad y de otros grupos a los que pertenecen. Esto les brinda una base sólida para su desarrollo personal, ya que pueden descubrir sus propias fortalezas y valores mientras se relacionan con otros miembros del grupo. Sin embargo, también enfrentan desafíos al tratar de mantenerse fieles a sí mismos y resistir la presión de conformarse a las expectativas externas. Implica enfrentar y superar los conflictos internos y las influencias externas para forjar una identidad auténtica y fiel a sus propias creencias y valores.

El dilema que enfrentan muchos adolescentes al tratar de equilibrar su individualidad con el deseo de encajar y ser aceptados por los demás ilustra la importancia de los factores sociales y culturales en la configuración de la identidad:

Eso ha causado incluso choques en algunos círculos sociales porque si me maquillo es porque en ese momento lo quise y me dio por, pero al compartir con otras mujeres que sí se maquillan, que tienen más esa cultura, entonces es como ve maquíllate, péinate, por qué no te haces esto, quedarías muy linda con lo otro, entonces es un choque como vivir eso de que el otro quiere que yo haga y tratar de mantenerme firme en lo que yo soy y no dejarme cambiar por la estructura ni por la sociedad. (Entrevistada 4, comunicación personal, 2024).

Durante la adolescencia, los jóvenes se encuentran en un período de autodescubrimiento y construcción de su propia identidad. Enfrentar y resolver estos conflictos les permite comprender quiénes son realmente y qué valores y preferencias los definen como individuos únicos. Al mantenerse fieles a su autenticidad, los adolescentes pueden construir una identidad sólida y resistir la influencia de la sociedad y las estructuras sociales que intentan moldearlos en contra de sus deseos y necesidades. En última instancia, esta experiencia les permite desarrollar un sentido de

autonomía, autoestima y confianza en sí mismos mientras construyen su identidad durante la adolescencia.

En cuanto a los factores sociales y culturales, estos juegan un papel fundamental en la configuración de las identidades juveniles. Desde el nacimiento, estamos inmersos en un entorno social y cultural que nos rodea y nos influencia de diversas maneras. Las normas sociales, los roles de género, las creencias, los valores y las tradiciones son algunos de los factores que moldean nuestras percepciones, comportamientos y formas de relacionarnos con los demás. A medida que crecemos, internalizamos y adoptamos elementos de nuestra sociedad y cultura, lo que contribuye a la formación de nuestra identidad. Por lo tanto, comprender cómo estos factores sociales y culturales influyen en nuestra configuración de identidad es esencial para comprender quiénes somos y cómo nos relacionamos con el mundo que nos rodea. Para Marín y Moreno la identidad se construye a través de la confrontación en el proceso de interacción social:

En este sentido, la identidad de un sujeto se construye en la confrontación en el proceso de interacción social, que implica una relación con los otros, a través del diálogo, el conflicto, la negociación y la acción, así como una interacción con las condiciones materiales, de época y contexto que le toca vivir a cada individuo. Las personas construyen la percepción de sí mismas como sujetos singulares, pertenecientes a grupos sociales a partir de los significados compartidos y particulares que definen al ser. Por tal razón, la identidad es dinámica, cambiante y les permite a las personas, a partir de la apropiación de lo que simbólicamente circula, integrarse a los colectivos y a organizaciones sociales. (Marín & Moreno, 2008)

Esto implica una relación con los demás a través del diálogo, el conflicto, la negociación y la acción. Además, la identidad también se ve influenciada por las condiciones materiales, de época y contexto en las que cada individuo vive. Las personas construyen su percepción de sí mismas como sujetos singulares y como miembros de grupos sociales a partir de los significados compartidos y particulares que definen su ser. Por lo tanto, la identidad es dinámica y cambiante, lo que permite a las personas integrarse a colectivos y organizaciones sociales a través de la apropiación de los símbolos y significados que circulan en su entorno. Esta comprensión de la identidad destaca su naturaleza social y su capacidad de adaptación y transformación en respuesta

a las interacciones y contextos en los que se encuentra cada individuo. Carmona y Urzúa abordan el concepto de valores culturales de la siguiente forma:

Los valores culturales dan cuenta de lo aceptado como correcto y lo deseable dentro de una comunidad, así, las acciones individuales y colectivas emprendidas en el desarrollo de estas motivaciones, son reforzadas por el engrupo o por la sociedad misma (Smith & Schwartz, 1997). Los valores culturales son aprendidos por los individuos durante la socialización primaria, cuando comienzan a ser reconocidos como los intereses principales de la sociedad. Sin embargo, no necesariamente existirá una correspondencia entre estos y los individuales, pues estos últimos también son mediados por la experiencia individual única y personal (Smith & Schwartz, 1997). (Smith & Schwartz, 1997, citados por Carmona & Urzúa, 2019)

Los autores hacen énfasis en la importancia de los valores culturales en una comunidad. Estos valores son compartidos y aceptados por los miembros de la sociedad, y guían sus acciones y comportamientos. Las acciones individuales y colectivas están influenciadas y reforzadas por estos valores culturales.

Los valores culturales identificados en los jóvenes de Rionegro se manifiestan en diferentes aspectos, incluyendo la importancia de la vestimenta como reflejo de la persona. Según las entrevistas realizadas, se destaca la importancia del concepto de recato y cuidado en la apariencia, como lo expresaron varios jóvenes. Por ejemplo, la Entrevistada 5 mencionó que, en su familia, las prendas de vestir comunican mucho acerca de una persona, y que el no cumplir con ciertas expectativas en la vestimenta puede conllevar comentarios negativos sobre el camino que se está siguiendo.

No, pues digamos que lo que te mencionaba, por ejemplo, las prendas de vestir en mi familia quieren decir mucho de una persona, entonces si de pronto en algún momento me he puesto una prenda de vestir que para ellos no sea lo suficientemente recatada, oculta, pues ya empiezan a decir que es que uno no va por un buen camino. (Entrevistada 5, Comunicación personal, 2024)

En su familia, las prendas de vestir tienen un significado importante y reflejan mucho sobre una persona. Si alguien usa una prenda que no cumple con los estándares de recato y ocultamiento establecidos por ellos, se interpreta como que esa persona no está siguiendo un buen camino. Esto

demuestra cómo las normas culturales en relación con la vestimenta pueden influir en la forma en que una persona se percibe a sí misma y cómo es percibida por los demás. La cultura, en este caso, actúa como un marco de referencia que moldea la identidad de los individuos y establece parámetros sobre lo que se considera apropiado o inapropiado en términos de vestimenta.

En concordancia con esto, el Entrevistado 2 mencionó que en su familia se ven con malos ojos ciertos estilos de vestimenta, especialmente aquellos considerados como "mostrones":

En la familia hay cosas que sí son mal vistas en el vestir. Por ejemplo, pues yo no sé, yo vengo de familia más bien conservadora. Entonces lo que se conoce también vulgarmente como "mostrón" o "mostrona", pues eso siempre se ha visto, digamos, mal en mi familia. ¿Y los amigos? Yo creo que entre los amigos también está, pero no es tan evidente. Pero cada quien tiene su postura en cuanto, por ejemplo, al vestir y uno se da cuenta que hay veces que sale con los amigos. Hay cosas de las otras personas que van a criticar o no van a estar, digamos, de acuerdo, entre comillas, con esas vestimentas o accesorios. O cierto tipo de cosas que lleven las demás personas o uno también. (Entrevistado 2, Comunicación personal, 2024)

Además, el Entrevistado 2 agrega que también entre los amigos existe cierta influencia cultural en cuanto a la forma de vestir. Aunque no es tan evidente como en el ámbito familiar, existe una conciencia de que ciertas vestimentas o accesorios pueden ser objeto de crítica o desacuerdo por parte de otras personas. Esto puede llevar a considerar las opiniones de sus amigos al elegir su forma de vestir. Asimismo, el Entrevistado 6 destacó que en su entorno social existe una mayor libertad en cuanto a la vestimenta, en comparación con las restricciones percibidas en el ámbito familiar.

De mi familia tratan de vestir muy casual. Al menos mi mamá. Va hablando de mi mamá y de mi papá. Tratan de vestir muy casual, como elegante, pero no, así como colores muy llamativos, ni formas muy fuera de lo que es funcional. Entonces eso sí es como un codiguito ahí. Mis amigos... Pues yo digo que ahí sí hay un poquito más de libertad. (Entrevistado 6, Comunicación personal, 2024)

Finalmente, la Entrevistada 7 compartió una experiencia personal relacionada con la vestimenta, expresando cómo se sintió incómoda al usar una vestimenta considerada demasiado

llamativa para la ocasión, lo que generó cierta incomodidad tanto por la vestimenta como por sus tatuajes.

No, por ejemplo, en diciembre me sentí muy mal, ¿cuándo fue eso? 24, creo que fue el 24, que estábamos allá en la vereda y yo me puse, yo me puse la más “zunga” del mundo, o sea, me puse así remostrona. Y yo no contaba, con qué íbamos a ir a saludar a todos a la vereda. Entonces, salgo yo en mi maldita, o sea, en mi taconcito, y entonces allá, obvio, no sentía que todo el mundo lo veía, pero, así como, uy, qué gonorrea, pues aparte de estar vestida así, por los tatuajes. (Entrevistada 7, Comunicación personal, 2024)

Estas experiencias revelan la diversidad de percepciones y expectativas en torno a la vestimenta entre los jóvenes de Rionegro, evidenciando la influencia de los valores culturales en este aspecto.

Otro aspecto que surgió dentro de las entrevistas es que el bañarse diariamente y cuidar aspectos como la piel demuestran la importancia que se le otorga al cuidado personal. Estos valores culturales relacionados con el aseo y la apariencia física pueden influir en cómo los y las jóvenes perciben su propia identidad y cómo es percibida por los demás:

La más inmediata es el aseo. Tanto la familia como mi grupo social están de acuerdo en el aseo. En no dejarse, digamos, como dicen, coger ventaja en muchas cosas. Pues, por ejemplo, el bañarse diario es una normal. Pero en cuidados, por ejemplo, de la piel o de otro tipo de cosas corporales, pues sí, en general el acné o alguna herida o algún tipo de cosas con eso siempre se ha sido muy cuidadoso. Tanto en la familia como con los amigos. Siempre ha estado eso. (Entrevistado 2, Comunicación personal, 2024)

La cita mencionada muestra cómo la cultura influye en la configuración de la identidad a través de la importancia del aseo. Tanto la familia como el grupo social están de acuerdo en la necesidad de mantener una buena higiene personal. El bañarse diariamente es considerado una norma, pero también se prestan cuidados a otros aspectos corporales, como la piel y el manejo del acné o las heridas. Estos valores y prácticas relacionadas con el cuidado personal son valorados no solo por la familia, sino también por los amigos. Esta influencia cultural en el ámbito del aseo puede moldear la forma en que el entrevistado percibe y cuida su propio cuerpo, así como la forma en que se relaciona con los demás.

Otro elemento que destaca para los jóvenes de Rionegro es que el trabajo y la reputación son valores importantes. Se busca mantener una imagen positiva en la sociedad, evitando dañar el nombre de la familia.

Hay otra cosa, a mí me parece que al menos en mi familia el hecho de trabajar es muy importante. Es muy importante que sepas hacer algo, es muy importante que lo desempeñes bien es muy importante que no dañes el nombre de las personas de tu familia. Si ellos hayan hecho lo que hayan hecho, pues entre mejor nos vean en la sociedad, va a ser mucho mejor para la familia. Sin necesidad pues como lo que te digo, hacer una estrellita, no, antes todo lo contrario, como no. Que no sepan mucho de uno, pero que al menos esas primeras impresiones sean bien. Mantenerlos ocultos. Más que ocultos es como tratar de no dar de qué hablar. (Entrevistado 6, Comunicación personal, 2024)

En la familia, el hecho de trabajar es considerado de gran importancia. Es fundamental que los jóvenes sepan hacer algo y lo desempeñen de manera competente, evitando dañar el nombre de su familia. Existe una preocupación por cómo son percibidos en la sociedad, y se busca que las primeras impresiones sean favorables. Aunque no se busca destacar en exceso, se prefiere mantener un perfil bajo y evitar que se hable demasiado de ellos.

En relación con lo expresado por Marín y Moreno, el proceso de construcción de la identidad se ve influenciado por la interacción con los demás a través del diálogo, el conflicto, la negociación y la acción. A medida que las personas se relacionan con su entorno social, se ven expuestas a valores, tradiciones, símbolos, creencias y comportamientos compartidos que conforman la identidad cultural de un grupo. Estos elementos culturales permiten a las personas establecer un sentido de pertenencia y desarrollar su propia identidad.

En el caso de los jóvenes mencionados, reconocen que, si bien pertenecen a un grupo social con características comunes, cada uno tiene singularidades que los diferencian de otros jóvenes dentro del mismo grupo. A pesar de las similitudes, se valoran las diferencias individuales que contribuyen a la diversidad y la formación de identidades culturales únicas.

Estos jóvenes también reconocen que se están agrupando en torno a estilos de vida, prácticas, gustos, sensibilidades, éticas y estéticas específicas. Estos elementos les permiten configurarse como culturas e identidades juveniles diversas. Este fenómeno es conocido como

"comunidades emocionales", según Maffesoli, donde la conexión emocional y la afinidad compartida juegan un papel importante en la formación de la identidad y la pertenencia grupal.

En resumen, el proceso de construcción de la identidad implica una interacción con los demás a través de diferentes formas de comunicación y acción. La identidad cultural se forma a partir de elementos compartidos dentro de un grupo social, lo que permite a las personas establecer su sentido de pertenencia y desarrollar su propia identidad. Los jóvenes reconocen tanto las similitudes como las diferencias individuales dentro de su grupo y se agrupan en torno a estilos de vida y expresiones culturales específicas.

Medios de comunicación y su influencia en la configuración de las identidades juveniles.

Los medios de comunicación han adquirido un papel fundamental en nuestras vidas, y su influencia en la configuración de la identidad no puede ser subestimada. A través de la televisión, el cine, las redes sociales y otros medios, se nos presentan constantemente imágenes, mensajes y narrativas que moldean nuestras percepciones de nosotros mismos y de los demás. Estas representaciones mediáticas pueden generar estereotipos, ideales de belleza, roles de género y valores culturales que influyen en cómo nos vemos y nos relacionamos con el mundo. En este contexto, es crucial examinar cómo los medios de comunicación afectan nuestra identidad y cómo podemos desarrollar una conciencia crítica para resistir y redefinir los mensajes que nos llegan a través de ellos.

Es importante tener en cuenta la cita de Marín y Moreno para comprender el papel de los medios de comunicación como agentes socializadores y cómo influyen en la construcción de la identidad es fundamental para analizar su incidencia en nuestra sociedad actual:

Agentes socializadores, en la medida en que constituyen un depósito de símbolos y valores de gran riqueza; un conjunto de herramientas de las que se sirven los receptores en tanto se vincula e interactúan con ellos construyendo significados diversos que después utilizan en sus experiencias, vivencias y en la elaboración y resignificación de su identidad. (Marín & Moreno, 2008).

Estos medios proporcionan herramientas a los receptores para interactuar y vincularse con ellos, lo que les permite construir significados diversos que luego utilizan en sus experiencias y vivencias. A través de esta interacción con los medios, los individuos elaboran y resignifican su

identidad, utilizando los mensajes y narrativas mediáticas como recursos para moldear su sentido de sí mismos y su relación con los demás.

Los medios de comunicación, especialmente las redes sociales, ejercen una influencia significativa en la configuración de la identidad de las personas. A través de estas plataformas, se nos presenta constantemente una variedad de tendencias y estilos de vida, lo que nos lleva a internalizar ciertos estándares de cómo debemos vestirnos, cómo tener nuestra apariencia física, a qué lugares deberíamos ir, cómo debemos comportarnos, entre otros aspectos:

Las redes sociales tienen una gran influencia en las personas, de cómo debemos de vestirnos y estar en la última tendencia, de qué debemos, de los lugares a los que deberíamos de ir, debemos frecuentar, la ropa que nos deberíamos de poner, cómo maquillarnos, cómo tener las uñas, las pestañas, y cada vez salen más tendencias. (Entrevistada 8, Comunicación personal, 2024)

Las redes sociales se convierten en un escaparate constantemente actualizado de lo que se considera popular y aceptado socialmente. Al seguir estas tendencias, las personas pueden sentir que se están adaptando a las normas y expectativas de la sociedad y, por lo tanto, construyendo una identidad que se ajuste a estos estándares. Esto es especialmente notorio en la forma en que se nos etiqueta con términos como "híster", "estético", "coquette" o "street", que definen estilos de vida y estéticas particulares. En última instancia, la influencia de los medios de comunicación en la configuración de la identidad radica en su capacidad para establecer ideales de belleza, comportamiento y estilo de vida que las personas adoptan como parte de su identidad y forma de relacionarse con el mundo.

La influencia de los medios de comunicación en la configuración de la identidad es especialmente relevante para los jóvenes de Rionegro:

No sé, pues no sé, sí tiendo a utilizar muchas redes sociales, pero en cuanto a mostrarme, es, siento yo que es muy esporádicamente, dependiendo la red social, pues hago uso de unas redes sociales más que otras. Y digamos como que en redes sociales solo muestro como las partes buenas, nunca me muestro vulnerable. (Entrevistada 5, Comunicación personal, 2024)

Al igual que la entrevistada, muchos jóvenes en esta comunidad utilizan las redes sociales de manera esporádica y selectiva, optando por mostrar solo las partes positivas de sí mismos y evitando mostrar su vulnerabilidad.

Esto refleja cómo los medios de comunicación, especialmente las redes sociales, influyen en la forma en que los jóvenes construyen y presentan su identidad en línea. "Ha pasado que muchas veces las personas cuando me conocen en persona tienen una idea de lo que ven en las redes sociales y cuando me conocen dicen que no era lo que pensaban, que es algo diferente" Entrevistado 3, pp2. En un entorno digital cada vez más conectado, los y las jóvenes están expuestos a una amplia gama de mensajes, imágenes y expectativas sociales que se transmiten a través de los medios de comunicación. Estas influencias pueden afectar la forma en que se perciben a sí mismos y cómo desean ser percibidos por los demás.

La selectividad en el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes también sugiere que están influenciados por las normas y expectativas sociales promovidas a través de los medios de comunicación:

Bastante ausente, o sea, yo casi no subo, no posteo nada. Porque no es algo que me interese, porque sé que eso me drena la energía, por decirlo así. O sea, estar todo el tiempo en el celular es algo que me abruma. Porque debo hacer cosas que tengo que hacer en parte de mi vida para poder alcanzar lo que quiero lograr. (Entrevistado 1, Comunicación personal, 2024)

La presión por mostrar una imagen positiva y atractiva puede llevar a los jóvenes a construir una identidad en línea que se ajuste a estos estándares.

Me muestro muy poco, mi foto de perfil la cambio cada 50.000 años y algo curioso es que no me gusta mostrar mi cuerpo completo sino solamente mi cara, aunque hace poco subí una foto de cuerpo completo, pero fue para mí el cambio total porque después de 14 años de tener Facebook fue la primera foto de cuerpo completo que subí. ¿Por qué? No sé, me pareció que esa foto quedó bonita y decidí subirla, no me fijé como más allá de qué irían a pensar los demás, sino que a mí me gustó y la subí. (Entrevistada 4, Comunicación personal, 2024)

La entrevistada muestra una independencia y una conexión con su propia apreciación personal de la foto, sin verse influenciada por las expectativas sociales o las opiniones de los demás.

Esto sugiere que la construcción de la identidad en las redes sociales puede ser un proceso individualizado y subjetivo, donde las personas tienen la libertad de mostrar y compartir lo que consideran relevante y significativo para ellos mismos.

Los medios de comunicación, en su papel de agentes socializadores, juegan un papel crucial en la configuración de nuestra identidad. Como señalan Marín y Moreno, son un depósito de símbolos y valores que los receptores utilizan para construir significados y elaborar su identidad. A través de la interacción con los medios, los individuos pueden moldear su sentido de sí mismos y su relación con los demás; presentan constantemente una variedad de tendencias y estilos de vida que pueden influir en cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo nos comportamos. Al seguir estas tendencias, las personas se están adaptando a las normas y expectativas de la sociedad, construyendo una identidad que se ajuste a ella.

Sin embargo, la influencia de los medios de comunicación en la identidad no es absoluta. Los jóvenes, por ejemplo, pueden ser selectivos en su uso de las redes sociales y optar por mostrar solo las partes positivas de sí mismos, evitando mostrar su vulnerabilidad. Esto indica que la construcción de la identidad en línea puede ser un proceso individualizado y subjetivo, donde las personas tienen la libertad de mostrar y compartir lo que consideran relevante y significativo para ellos mismos.

Los jóvenes son un grupo demográfico altamente susceptible a la influencia de los medios de comunicación. A medida que los medios evolucionan y se vuelven más accesibles, se plantea la pregunta de qué tipos de identidades juveniles pueden ser influenciadas por ellos.

Según Marín y Moreno, los medios de comunicación constituyen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la elaboración de su propia identidad. Estos recursos simbólicos incluyen una variedad de textos mediáticos que atraen tanto a chicos como a chicas, y que son utilizados como herramientas para negociar la identidad juvenil. Por ejemplo, la exposición a ciertos ideales de belleza, roles de género y estilos de vida a través de la televisión, el cine y las redes sociales puede influir en la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos y en cómo desean ser percibidos por los demás, dentro de las entrevistas se aborda directamente el tema de cómo los medios de comunicación, en este caso las redes sociales, pueden influir en la formación de la identidad juvenil:

No, realmente, no, y de hecho, llegó un punto en el que yo seguía mucho a La Segura, a Danny Duque, a... no sé, a muchas de estas influencers, Luisa Fernanda W, y demás influencers, sí, sí, más que todo son colombianas, y las seguía, y yo veía como su estilo de vida, como todo, y llegó un punto en el que yo veía sus cuerpos y yo decía, no, a mí esto no me está haciendo para nada bien, y simplemente un día dije, no las voy a seguir porque no me transmiten nada importante, lo que hacen es como dañar la autoestima más de las otras personas con muchos de sus comentarios, estas personas realmente no es que ofrezcan una información muy buena de la vida, de las personas, y siento que tienen una vida muy vacía, y eso es lo que yo menos quiero en mi vida, ser vacía. (Entrevistada 8, Comunicación personal, 2024)

La cita de la entrevistada destaca cómo ella se sentía atraída por seguir a ciertas influencers y cómo esto afectaba su percepción de sí misma. Menciona que llegó a un punto en el que se dio cuenta de que el estilo de vida y los cuerpos que veía en las redes sociales no le estaban haciendo bien y decidió dejar de seguirlos. Los medios de comunicación pueden tener un impacto negativo en la autoestima de las personas y cómo las influencias mediáticas pueden transmitir una imagen de vida vacía. Los medios de comunicación, especialmente las redes sociales, pueden influir en la formación de la identidad juvenil y cómo las personas pueden tomar decisiones conscientes para resistir estas influencias negativas.

Además, la selectividad en el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes, donde optan por mostrar solo las partes positivas de sí mismos y evitan mostrar su vulnerabilidad, refleja cómo los medios de comunicación influyen en la forma en que los jóvenes construyen y presentan su identidad en línea.

Desde las redes sociales hasta las plataformas de streaming, los medios ofrecen infinitas oportunidades para que los jóvenes se expongan a nuevas ideas, culturas y perspectivas. Estos medios pueden ser utilizados para expresar sus pensamientos, ideas y sentimientos, lo que a su vez les ayuda a definir quiénes son y cómo se ven a sí mismos en el mundo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, aunque los medios pueden ser una herramienta poderosa para la exploración de la identidad, también pueden presentar desafíos y presiones únicas que pueden influir en cómo los jóvenes se ven a sí mismos y en su lugar en el mundo.

Los medios de comunicación, especialmente el internet y las redes sociales, proporcionan una plataforma para que los jóvenes interactúen y se comuniquen con facilidad. Esta interacción puede ayudarles a entender y relacionarse con sus iguales, lo que a su vez puede influir en su identidad. Esto se logra a través de la interacción con el contenido: al dar "me gusta", compartir, comentar o incluso pasar tiempo en ciertas publicaciones, el contenido se ajusta a los intereses de la persona que hace uso de este medio.

Uno condiciona el algoritmo, pues, para que le muestre también lo que uno quiere. Entonces, hay cosas que son interesantes, pues uno a veces le aparecen como temas nuevos, no sé, cosas que es interesante para hablar, o como ideas, o a veces aparecen tutoriales de alguna cosa. (Entrevistada 7, Comunicación personal, 2024)

La afirmación "uno condiciona el algoritmo, pues, para que le muestre también lo que uno quiere" se refiere a cómo los usuarios pueden personalizar los algoritmos de los medios de comunicación para que les muestren contenido relevante para sus intereses. Esto puede resultar en la aparición de temas nuevos e interesantes, generando ideas para conversaciones o incluso tutoriales sobre diversos temas. Este proceso puede ser beneficioso para los usuarios, ya que pueden descubrir y aprender cosas nuevas que de otra manera podrían no haber encontrado.

Sin embargo, también es importante tener en cuenta que este condicionamiento del algoritmo puede llevar a lo que se conoce como "burbujas de filtro", donde los usuarios solo ven contenido que se alinea con sus puntos de vista existentes, lo que puede limitar la exposición a perspectivas y opiniones diversas.

Los medios de comunicación exponen a los jóvenes a una amplia gama de información que puede influir en la construcción de su identidad. Esta información puede ser positiva o negativa, y los jóvenes pueden elegir qué aspectos de esta información incorporar en su identidad como lo trazan en las entrevistas:

No sé cómo definir la información de la televisión. Puro ocio. Netflix, películas, series. Solo Netflix. Sí. Depende. No todas las películas, series que veo en Netflix puedan llegar a afectar mi manera de ser o actuar. Pero hay algunas que sí, porque hay unas series que lo dejan pensando uno más sobre mi comportamiento en el mundo y también cómo se comportan los demás, pero son muy poquitas. De pronto algunas sí llegan a tener influencia. (Entrevistada 5, Comunicación personal, 2024)

Por ejemplo, una serie o película puede presentar un dilema moral o una situación compleja, lo que puede llevar al espectador a preguntarse qué haría en esa situación. Este tipo de reflexiones pueden influir en el comportamiento del espectador al hacerle considerar diferentes perspectivas o posibilidades. La entrevistada también menciona que algunas películas o series pueden dejarla pensando en cómo puede mejorar o cambiar. Esto sugiere que el contenido que consume puede tener un impacto en su desarrollo personal al hacerla considerar formas en las que puede mejorar o cambiar su comportamiento.

Los medios masivos, por su capacidad de llegar a grandes audiencias, pueden generar cambios culturales significativos. Los jóvenes, como consumidores activos de estos medios, pueden verse influenciados por estos cambios y, en consecuencia, incorporarlos en su identidad:

A uno se le va como la vida deseando la vida de otros, como que yo quiero ser como ese. Igual, sabiendo que lo que muestra uno en redes sociales no tiene nada que ver con lo que uno vive en realidad. Sí, verdad, mentira. Sí, porque te va a subir solo lo bonito, te va a subir lo maluco, lo que le pasa a uno. Esto es más denso que lo que muestran ahí. (Entrevistada 9, Comunicación personal, 2024)

Menciona cómo los medios sociales pueden generar una especie de deseo de emular las vidas de otros. Este fenómeno puede llevar a los individuos a desear las vidas que perciben como más exitosas o atractivas que las suyas, a pesar de que estas representaciones a menudo son idealizadas y no reflejan la realidad completa de la vida de una persona.

Además, la entrevistada reconoce que no todo lo que se muestra en las redes sociales es una representación precisa de la realidad. Este reconocimiento es crucial, ya que puede ayudar a los jóvenes a mantener una perspectiva equilibrada y a entender que las vidas que se muestran en las redes sociales a menudo están cuidadosamente curadas y pueden no reflejar las dificultades y desafíos que las personas enfrentan en su vida diaria.

Además, los medios pueden proporcionar a los jóvenes una plataforma para explorar su identidad. Por ejemplo, pueden experimentar con diferentes roles y personalidades a través de los personajes que ven en los medios de comunicación:

No es tanto influencer, pero sí sigo a una persona que me gusta mucho la forma de ser, como vive. ¿Cómo se llama? Se llama Tatiana López. ¿Y qué? Es de ejercicio, pero ella también es cristiana, la conozco de la iglesia. Es líder de alabanza. Me gusta mucho

porque sabe tocar instrumentos, hace mucho ejercicio, tiene una familia muy bonita, viaja. Ella es psicóloga también, es estudiada. En tiempo, pues, obvio, todos tenemos nuestros problemas, no sé cómo sea, pero lo que muestra es la vida que uno quisiera, el propio tipo de vida, la familia. Sí, lo más éxito. (entrevistada 9, Comunicación personal, 2024)

La afirmación de la entrevistada ilustra cómo los medios de comunicación pueden ser una plataforma valiosa para la exploración de la identidad. En este caso, la entrevistada menciona a una figura pública, que sigue en los medios de comunicación y admira por varios aspectos de su vida y personalidad.

La entrevistada aprecia a esta figura pública por su compromiso con el ejercicio, su fe cristiana, su habilidad para tocar instrumentos, su carrera en psicología y su familia. Estos son aspectos que la entrevistada parece valorar y, de alguna manera, desea incorporar en su propia vida. De esta forma, la figura de Tatiana se convierte en una especie de modelo a seguir, ofreciendo un conjunto de características y comportamientos que la entrevistada puede explorar e integrar en su propia identidad.

No obstante, la entrevistada también reconoce que lo que se muestra en los medios de comunicación es una versión idealizada de la vida de Tatiana, sugiriendo una comprensión de que los medios de comunicación a menudo muestran una versión "curada" de la vida de las personas.

Los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia en la identidad de los jóvenes a través de la presión social y de sus compañeros. Los jóvenes a menudo se sienten obligados a comportarse de cierta manera o a adoptar determinadas identidades para encajar con sus pares:

Afecta bastante, aparte como lo que debes de comer, porque te dicen como, es que si quieres bajar de peso, entonces, tómate esto, tómate lo otro, y las mujeres, en especial, me ha pasado que yo siempre quiero estar de cierta forma en condiciones estéticas y del cuerpo, entonces, yo digo, no, yo quiero tener los glúteos tonificados o así, entonces, tengo que hacer estos ejercicios que Internet me recomendó para poder tener los glúteos así, o tengo que bajarme, o tengo que hacer ayuno intermitente, o tengo que tomar estos test para tener un abdomen plano y desinflamado, entonces, siento que, realmente, sí tiene mucha repercusión en las personas, y en mí también lo ha tenido. (Entrevistada 8, Comunicación personal, 2024)

La cita anterior destaca la influencia significativa de los medios de comunicación en la percepción de la imagen corporal y la presión para cumplir con ciertos estándares estéticos. La entrevistada expresa cómo los mensajes de los medios, especialmente en relación con la apariencia física y la alimentación, han impactado su percepción de sí misma y sus hábitos. Esta influencia se extiende a la búsqueda de ejercicios específicos y prácticas como el ayuno intermitente, lo que refleja la presión ejercida por los medios en la vida de las personas, especialmente en lo que respecta a la imagen corporal y la salud.

Los postulados de Maffesoli y de Marín y Moreno se relacionan con la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de la identidad de varias maneras. En primer lugar, Maffesoli destaca la importancia de los medios de comunicación en la formación de la identidad colectiva, lo cual se refleja en la influencia de las redes sociales y los medios de comunicación en la adopción de ciertas tendencias y modas. Por otro lado, Marín y Moreno resaltan la vulnerabilidad de los jóvenes a la influencia de los medios en la formación de su identidad individual, lo cual se evidencia en la capacidad de los medios para generar cambios culturales significativos que impactan la identidad de los jóvenes.

La exposición a los medios de comunicación afecta la configuración de la identidad de los jóvenes de Rionegro debido a su influencia en la percepción de sí mismos y en la formación de sus valores, creencias y comportamientos. Los medios de comunicación, como la televisión, las redes sociales y el cine, presentan una amplia gama de imágenes, mensajes y modelos de comportamiento que los jóvenes absorben y asimilan como parte de su identidad. Estos medios promueven ciertos estándares de belleza, estilo de vida y éxito, lo que puede generar presión y comparación entre los jóvenes. Además, la exposición constante a imágenes y narrativas idealizadas puede distorsionar la percepción de la realidad y generar expectativas poco realistas sobre la vida y las relaciones. En consecuencia, los jóvenes pueden sentir la necesidad de adaptarse a estos estándares y comportamientos, lo que puede influir en la configuración de su identidad.

Percepciones corporales: Autoimagen, autoestima, autoeficacia, autoconcepto.

El cuerpo desempeña un papel esencial en la vida de los jóvenes del municipio de Rionegro, ya que tiene un impacto directo en su autoestima, autoeficacia, autoimagen y autoconcepto. La

manera en que los jóvenes perciben su cuerpo puede afectar significativamente su bienestar emocional y mental. Para comprender más a fondo este concepto, se llevará a cabo un análisis basado en los postulados de Acuña, Buitrago y Sáenz. Estos estudiosos proporcionan perspectivas valiosas sobre cómo la percepción del cuerpo influye en la forma en que los jóvenes se ven y se sienten consigo mismos. Examinar sus teorías nos permitirá obtener una comprensión más completa de la importancia del cuerpo en la vida de los jóvenes y cómo afecta su bienestar psicológico en general.

La autoestima se relaciona estrechamente con la valoración y aceptación propia. Una autoestima implica tener una imagen positiva de sí mismo, reconocer y valorar las cualidades y logros, así como aceptar las limitaciones y errores propios, para Buitrago y Sáenz “Está asociada al gusto, valoración y aceptación de sí mismo, es decir, se orienta a tener una imagen positiva de sí y a estar satisfecho, además de mantener buenas relaciones consigo mismo”. (Buitrago & Sáenz, 2021), hablar de autoestima en la configuración del cuerpo es importante porque influye en cómo nos valoramos, nos relacionamos con nosotros mismos y enfrentamos los desafíos relacionados con nuestra imagen corporal.

La autoeficacia implica la confianza en la capacidad de uno mismo para lidiar con una amplia variedad de estresores y situaciones, lo que influye en la forma en que nos enfrentamos a los desafíos y en nuestra capacidad para tomar decisiones y actuar de manera efectiva, García y Rivera citando a Sanjuán y colaboradores la describe como “Un constructo global que hace referencia a la creencia estable de la gente sobre su capacidad para manejar adecuadamente una amplia gama de estresores de la vida cotidiana” (Sanjuán et al., 2000, citado por García & Rivera, 2021), se refiere a la autoeficacia como una creencia arraigada en las personas sobre su capacidad para manejar eficazmente diferentes situaciones estresantes en la vida diaria. Esta creencia abarca la confianza en la propia capacidad para enfrentar y superar desafíos, y se extiende a diversos aspectos de la vida cotidiana.

La autoimagen es un sistema complejo que se forma a partir de la motivación personal, el conocimiento de uno mismo y la influencia de los valores y sentimientos individuales. Para Buitrago y Sáenz es entendida como “La autoimagen tiene que ver con un modelo de apreciación aceptable que integra la motivación de sí mismo, el conocimiento y el papel que juegan los valores y sentimientos en cada persona”. (Buitrago & Sáenz, 2021) La autoimagen se refiere a un modelo

de apreciación que se considera aceptable. Este modelo incluye la motivación personal, el conocimiento de sí mismo y el papel que desempeñan los valores y sentimientos en cada individuo. Este concepto implica la integración de varios aspectos, como la motivación interna que impulsa nuestras acciones, el conocimiento que tenemos sobre nuestras habilidades y características, y la influencia de nuestros valores y sentimientos en nuestra autopercepción.

El autoconcepto abarca la percepción global que tienen de sí mismos, según Buitrago y Sáenz citando a Gaeta y Cavazos, el autoconcepto se refiere a “la noción que tienen los sujetos respecto a las características y adjetivos que usan para definirse a sí mismos, para distinguirse de los demás (Gaeta & Cavazos, 2017)”. (Gaeta & Cavazos, 2017, citado por Buitrago & Sáenz, 2021) El autoconcepto se refiere a la percepción global que tenemos de nosotros mismos, incluyendo nuestras características físicas y atributos personales. Se forma a partir de nuestras experiencias y las interacciones con personas importantes en nuestras vidas. Esta noción de nosotros mismos nos ayuda a distinguirnos de los demás y a definir quiénes somos.

Estos cuatro conceptos están interrelacionados y se influyen mutuamente. Nuestro autoconcepto y autoimagen forman la base de cómo nos vemos a nosotros mismos, nuestra autoestima es cómo nos sentimos acerca de esa imagen, y nuestra autoeficacia es cómo creemos que podemos manejar situaciones y desafíos en nuestras vidas. Todos estos factores juntos contribuyen a nuestra identidad y autoestima global. En relación con la concepción de Cuerpo de Acuña, estos conceptos pueden tener un impacto significativo. Acuña considera el cuerpo no solo como una entidad física, sino también como una construcción social y psicológica. En este sentido, nuestra autoimagen (cómo nos vemos físicamente) y nuestro autoconcepto (cómo nos percibimos en términos de habilidades, características y roles) pueden influir en cómo experimentamos y entendemos nuestro cuerpo. En este contexto, es crucial comprender cómo estos aspectos se entrelazan y cómo podemos entender las imágenes corporales en los jóvenes de Rionegro desde la perspectiva de Acuña:

En nuestra sociedad el cuerpo ocupa un valor central, se utiliza como signo de estatus, y como vehículo mediático para vender las más variadas mercancías. Convertido en objeto de consumo, no son pocas las personas que invierten su tiempo y dinero en imagen y salud; así como también en divertimento y emoción, vivenciando con el cuerpo

situaciones de cierto riesgo, y aventuras que en muchos casos no pasan de ser imaginarias. (Acuña, 2001).

En primer lugar, Acuña señala que el cuerpo ocupa un valor central en nuestra sociedad, lo cual implica que la imagen física de los jóvenes pueda influir en su autoestima, esto significa que los jóvenes pueden experimentar presiones y expectativas relacionadas con su apariencia, lo cual puede afectar la forma en que se ven a sí mismos, cómo se sienten consigo mismos y su nivel de confianza, como se presenta a continuación:

Sí. Sí, claro. Porque, digamos, al yo verme, no sé, de tal manera, sé que los demás van a pensar cosas de mí, o van a hacer una interpretación de la persona que yo soy por cómo se ve mi cuerpo, dejando de lado las vestimentas. Solo mi cuerpo, si es gordo, si es delgado, si no alcanza a ser lo suficientemente delgado o lo suficientemente gordo, es un intermedio. La gente ya de por sí, por cómo es tu cuerpo, asume cosas. Entonces, sí, eso sí tiene mucho impacto en cómo yo percibo mi cuerpo. (Entrevistada 5, Comunicación personal, 2024)

La cita menciona que, al verse de cierta manera, la persona sabe que los demás pensarán cosas de ella y harán interpretaciones basadas en su apariencia física, lo que puede afectar la autoestima. Esto se relaciona con lo mencionado por Acuña sobre cómo la imagen corporal puede influir en cómo nos percibimos a nosotros mismos y cómo los demás nos ven. Con respecto al estatus, los jóvenes de Rionegro identificaron que se evidencia en el cuerpo a través de los valores familiares:

Quizá los valores de la familia son más pensados como eso. Como que no parezcas que estás en la calle. Que no parezcas que aquí no hay donde lavar la ropa. Que no parezcas que no te importa. Entonces, es como por vender una fachada. Pero por eso yo digo que no sabría decirte algo así como más preciso. Porque parece que la realidad de las personas es muy diferente. (Entrevistado 6, Comunicación personal, 2024)

La cita mencionada se relaciona con el estatus de Acuña en el sentido de que ambas destacan la importancia de la apariencia y la fachada en la sociedad. La cita menciona que los valores familiares se centran en parecer que uno no está en la calle, que tiene donde lavar la ropa y que le importa su apariencia. Esto implica que hay una presión social para proyectar una imagen de estatus y apariencia adecuada. Esto se relaciona con lo mencionado sobre Acuña, quien también habla

sobre la importancia de mantener una imagen adecuada y cómo esto afecta la forma en que los demás nos ven y nos valoran. Ambas citas resaltan la presión de aparentar y mantener una fachada en la sociedad, lo cual puede tener implicaciones en la forma en que las personas son percibidas y su estatus social.

Además, el hecho de que el cuerpo sea utilizado como vehículo mediático para vender productos resalta la importancia que se le da a la apariencia física y cómo esto puede afectar la forma en que los jóvenes se perciben a sí mismos. "Nunca va a haber un promotor hombre. Al menos en esa forma de manejarse. Nunca va a haber un promotor hombre. Porque implica como una sexualización de la persona". (Entrevistado 6, Comunicación personal, 2024) Ambas citas destacan cómo el cuerpo y la apariencia física son utilizados como herramientas para transmitir mensajes, vender productos y generar una imagen deseable. Esto crea presiones sociales y expectativas relacionadas con la apariencia. Ambas citas evidencian la influencia de la sociedad en la percepción de uno mismo y cómo la sexualización y la importancia dada a la apariencia física pueden impactar en la forma en que los jóvenes se valoran y se sienten aceptados.

Por otro lado, Acuña sugiere que el cuerpo se ha convertido en un objeto de consumo, lo cual implica que las personas invierten tiempo y dinero en mejorar su imagen y salud. Esto puede tener un impacto en la autoeficacia de los jóvenes, ya que, si ven que otras personas están invirtiendo recursos en su cuerpo, pueden sentir la presión de hacer lo mismo para sentirse competentes y capaces.

Sí, tanto al punto de llevar a hacer cosas drásticas con el cuerpo, pues cambios estéticos con el cuerpo. Pues los estándares de belleza ponen ese problema de un molde de hombre o de mujer y el que esté por fuera de ese molde, pues es excluido. Entonces, está la gente que está por fuera y quiere encajar. Está también la gente que está por fuera y sabe que no tiene, digamos, las herramientas ni tampoco quieren estar ahí. Sin embargo, sienten la exclusión y eso afecta. Y está la gente que eso no le importa y viven tranquilos con eso. (Entrevistado 2, Comunicación personal, 2024)

Tanto Acuña como las entrevistas realizadas mencionan que las personas invierten tiempo y dinero en mejorar su imagen y salud, lo cual puede tener un impacto en la autoeficacia de los jóvenes. Ambos señalan que los estándares de belleza establecen un molde de hombre o mujer, lo que puede generar presión en los jóvenes para encajar en esos estándares y afectar su

autopercepción. Además, estos mencionan que quienes no encajan en esos estándares pueden experimentar exclusión y sentir la necesidad de hacer cambios drásticos en su cuerpo para ser aceptados.

Asimismo, Acuña menciona que muchas veces las personas experimentan situaciones de riesgo y aventuras imaginarias a través del cuerpo. Esto puede tener un impacto en la autopercepción de los jóvenes, ya que pueden sentir la necesidad de vivir experiencias similares para sentirse aceptados y valorados:

Muchas veces también he caído como en el error de compararme. Pero pues yo siento que uno tiene que aprender a vivir con lo que uno es, con lo que uno tiene. Pero sí, claro, muchas veces uno empieza a ver... Yo, por ejemplo, que veo TikTok e Instagram, y yo digo, ¡ay, qué vida tan linda! ¡Qué rico tener, por ejemplo, esa sonrisa! ¡Ay, esos ojos! ¡Ay, no, ese culo! ¡Esas piernas y sus tatuajes! (Entrevistada 9, Comunicación personal, 2024)

La cita de Acuña se relaciona con la cita de la entrevistada en el sentido de que ambas destacan la influencia de la autopercepción y la comparación con los demás en la forma en que los jóvenes se ven a sí mismos. Acuña menciona que las personas pueden experimentar situaciones de riesgo y aventuras imaginarias a través del cuerpo, lo que puede afectar la autopercepción de los jóvenes y generar la necesidad de vivir experiencias similares para sentirse aceptados y valorados. Por su parte, la entrevistada menciona que muchas veces ha caído en el error de compararse con los demás, especialmente al ver contenido en TikTok e Instagram, donde admira características físicas de otras personas.

El estudio de cómo los factores sociales y culturales influyen en las percepciones corporales, y, por ende, en la autoimagen, autoestima, autoeficacia y autoconcepto, es un tema complejo que ha sido abordado por diversos investigadores, entre ellos Acuña, Marín y Moreno. Según estos autores, la sociedad y la cultura en la que vivimos juegan un papel crucial en la formación de nuestra imagen corporal y, por consiguiente, en la percepción que tenemos de nosotros mismos.

Sí. Todo el tiempo. No, por ejemplo, con la familia es muy evidente en cuanto la familia quiere verlo a uno de cierta manera. Entonces, quisieran verlo a uno como qué tan bueno, cómo sería de bueno si yo lo viera con tal o tal prenda o con tal o tal motilado o sí.

Entonces, ahí se genera una presión. Y no sé, con respecto a los amigos no es tan fuerte. (Entrevistado 2, Comunicación personal, 2024)

Los jóvenes de Rionegro, al igual que el entrevistado, pueden experimentar presiones similares por parte de sus familias en relación a los estándares de apariencia. La forma de vestir y el peinado pueden convertirse en temas importantes en su percepción de sí mismos, ya que la presión ejercida por la familia puede generar una influencia en su autoimagen y autoestima. Sin embargo, es importante destacar que esta presión puede variar en el contexto de amistades. En el caso de los y las jóvenes de Rionegro, es posible que encuentren un ambiente social donde la presión por cumplir con ciertos estándares de apariencia sea menos intensa. Esto señala la importancia de reconocer que los factores sociales y culturales pueden tener un impacto diferenciado en las percepciones corporales y en la autoimagen, autoestima, autoeficacia y autoconcepto, dependiendo del contexto social en el que se desenvuelvan los jóvenes de Rionegro.

Los estándares de belleza y las expectativas impuestas por la sociedad pueden moldear la autoimagen y afectar la autoestima de las personas, así como influir en su autoeficacia. La interacción de todos estos elementos conforma el autoconcepto de cada individuo. Acuña, Marín y Moreno enfatizan que comprender estas dinámicas requiere un enfoque multidimensional que reconozca cómo las influencias sociales y culturales interactúan con los aspectos individuales para dar forma a la percepción de uno mismo.

Constantemente la gente está opinando sobre cómo nos vemos. Y en parte a veces no son cosas como que construyan, sino que, al contrario. Son cosas que nos llenan de inseguridades. Porque, listo, todos tenemos nuestros estereotipos, nuestras maneras de cómo debería ser tal y tal persona o el cuerpo de las personas. Pero constantemente le estamos reflejando en los comentarios que hacemos de los demás. Entonces, sí, yo creo que todo el tiempo están las conversaciones. A veces se hacen comentarios que son pasivo-agresivos. (Entrevistada 5, Comunicación personal, 2024)

La cita mencionada destaca cómo constantemente los y las jóvenes de Rionegro reciben opiniones y comentarios sobre su apariencia. Estos comentarios pueden generar inseguridades y afectar su autoestima. La sociedad impone estereotipos y expectativas sobre cómo deberían ser los y las jóvenes y cómo debería ser su cuerpo. Los comentarios y opiniones que se hacen sobre ellos pueden impactar en la forma en que se perciben a sí mismos. A veces, estos comentarios pueden

ser pasivo-agresivos y generar inseguridades que ni siquiera se sabía que existían. Es importante reconocer cómo estas interacciones sociales y culturales pueden influir en la percepción de uno mismo y en la autoestima de los y las jóvenes de Rionegro.

Los mensajes sociales y culturales, a menudo internalizados, pueden afectar la autoimagen de las personas, lo que a su vez tiene un impacto en su autoestima y autoeficacia. En resumen, la interacción continua con el entorno social y cultural puede tener un impacto significativo en la forma en que las personas se perciben y valoran a sí mismas.

Todo esto demuestra la importancia del cuerpo en la vida de los jóvenes del municipio de Rionegro, resaltando su impacto en la autoestima, autoeficacia, autoimagen y autoconcepto. Se subraya cómo la percepción del cuerpo puede influir significativamente en el bienestar emocional y mental de los jóvenes, lo que destaca la relevancia de comprender más a fondo este concepto.

Los estudios de Acuña, Buitrago y Sáenz proporcionan perspectivas valiosas sobre cómo la percepción del cuerpo influye en la forma en que los jóvenes se ven y se sienten consigo mismos. Se establece que la autoestima, la autoeficacia, la autoimagen y el autoconcepto están interrelacionados y se influyen mutuamente. Nuestra autoimagen y autoconcepto forman la base de cómo nos vemos a nosotros mismos, nuestra autoestima es cómo nos sentimos acerca de esa imagen, y nuestra autoeficacia es cómo creemos que podemos manejar situaciones y desafíos en nuestras vidas.

Se destaca que la sociedad y la cultura en la que vivimos desempeñan un papel crucial en la formación de nuestra imagen corporal y, por consiguiente, en la percepción que tenemos de nosotros mismos. Los estándares de belleza y las expectativas impuestas por la sociedad pueden moldear la autoimagen y afectar la autoestima de las personas, así como influir en su autoeficacia.

La presión por cumplir con los estándares de apariencia puede variar en el contexto de las amistades, donde puede ser menos intensa que en el entorno familiar. Sin embargo, los comentarios y opiniones sobre la apariencia pueden generar inseguridades y afectar la autoestima de los jóvenes. Además, se destaca que los mensajes sociales y culturales, a menudo internalizados, pueden tener un impacto significativo en la autoimagen, autoestima y autoeficacia de los jóvenes.

Percepciones corporales y medios de comunicación.

Los medios de comunicación desempeñan un papel destacado en la conformación de las percepciones corporales, tal como lo postulan Acuña, Marín y Moreno. Estos investigadores han analizado cómo la exposición constante a imágenes y mensajes idealizados de belleza en los medios puede influir en la forma en que las personas perciben y valoran sus propios cuerpos.

Los medios de comunicación, a través de la publicidad, la televisión, las redes sociales y otras plataformas, transmiten estándares de belleza inalcanzables que promueven la idea de que solo cierto tipo de cuerpos son deseables y aceptables. En este contexto, es crucial examinar cómo los medios de comunicación afectan las percepciones corporales de los jóvenes de Rionegro:

¿Estereotipos? Sí, cosas que ya sean así como exageradas. Mujeres demasiado femeninas, hombres demasiado masculinos. Que en la realidad uno sabe que es como muy difícil. Ah, bueno. Es muy difícil de aplicar. Sí. Por ejemplo, ya... Sí, digamos que por ejemplo en Televisión Nacional siempre son modelos los que presentan y son personas muy arregladas. Perfecto. Tienen muy bien vistas para las cámaras. Tienen que tener unos parámetros, tienen que ser altos, tienen que ser delgados, tienen que ser casi siempre blancos. Sí, hay como un modelo. (Entrevistado 1, Comunicación personal, 2024)

La cita menciona cómo los jóvenes de Rionegro reconocen la existencia de estereotipos - entendidos como “Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable” (Real Academia Española, 2024)- en los medios de comunicación, especialmente en la televisión. Los jóvenes destacan que estos estereotipos presentan a mujeres extremadamente femeninas y hombres extremadamente masculinos, lo cual consideran exagerado y poco realista. Además, señalan que estos estereotipos no reflejan la diversidad de la sociedad en la que viven. En particular, mencionan que en Televisión Nacional los presentadores suelen ser modelos y personas muy arregladas, que cumplen con ciertos estándares de altura, delgadez y apariencia, y en su mayoría son blancos. Esta situación evidencia cómo los medios de comunicación promueven un modelo estandarizado de belleza que no se ajusta a la realidad y puede generar expectativas poco realistas e inseguridades en los jóvenes de Rionegro como también se puede apreciar en la siguiente cita:

Sí, siempre. Pues en las redes siempre la figura femenina está, entonces como operarse la nariz, para hacer la nariz chata, respingada, la piel sin textura, entonces las nubes cremas o el maquillaje para que la piel se vea suave, tensa, natural a pesar de estar

remaquillada, las disposiciones para tener las medias perfectas. En cuanto a los hombres, no sé si es porque no veo tanto contenido de hombres, que no veo como tantos estereotipos ahí, pero usualmente es más como al trabajo que realizan los hombres que a la apariencia física de los hombres. (Entrevistada 4, comunicación personal, 2024)

La cita menciona cómo los jóvenes de Rionegro perciben la presencia constante de estereotipos de belleza en las redes sociales. En particular, se enfocan en la figura femenina y cómo se promueven cirugías para modificar la forma de la nariz, cremas para obtener una piel suave y sin imperfecciones, y disposiciones para lograr unas piernas perfectas. En cuanto a los hombres, la entrevistada menciona no estar expuesta a tantos estereotipos relacionados con su apariencia física, sino más bien a la valoración del trabajo que realizan. Además, la representación estandarizada de la belleza en los medios, como la mencionada por los jóvenes de Rionegro, puede generar expectativas poco realistas e inseguridades en la población, lo cual es coherente con la perspectiva de Acuña, Marín y Moreno sobre la influencia de los medios en la formación de la percepción de uno mismo.

Los medios de comunicación promueven diferentes tipos de imágenes corporales. Según los postulados de Acuña, Marín y Moreno, los medios suelen transmitir y reforzar estereotipos de belleza que pueden ser inalcanzables para muchas personas como se ha mencionado anteriormente. En el caso de las mujeres, se tiende a promover la delgadez extrema y una apariencia física idealizada. Esto se refleja en la publicidad de productos relacionados con la pérdida de peso, la moda y la belleza, así como en la representación de modelos y celebridades que cumplen con estos estándares.

Sí, siempre. Pues en las redes siempre la figura femenina está, entonces como operarse la nariz, para hacer la nariz chata, respingada, la piel sin textura, entonces las cremas o el maquillaje para que la piel se vea suave, tensa, natural a pesar de estar remaquillada, las disposiciones para tener las medias perfectas. (Entrevistada 4, Comunicación personal, 2024)

Estos ejemplos resaltan cómo en las redes sociales se promueven estándares de belleza específicos y se enfatiza la importancia de cumplir con ellos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas representaciones no siempre reflejan la realidad y pueden generar expectativas

poco realistas en cuanto a la apariencia física. Además, se menciona que este enfoque en la apariencia física puede llevar a la exclusión de otras características y realidades naturales del cuerpo y de las personas. Esto puede generar frustraciones en las personas, tanto en mujeres como en hombres.

Por otro lado, en el caso de los hombres, aunque puede haber menos énfasis en la apariencia física, los medios también pueden promover una imagen corporal atlética y musculosa como ideal. "Sí, es que, pues yo, sí, como el prototipo de mujeres de noventa, sesenta, noventa, los manes son con la barba espectacular, altos, acuerpados. Sí, sí, como locutor. Claro que también esa belleza como muy exagerada también"(entrevistada 9, Comunicación personal, 2024) En el caso de los hombres, aunque pueda haber menos énfasis en la apariencia física en comparación con las mujeres, los medios de comunicación también pueden promover una imagen corporal atlética y musculosa como ideal.

Según la cita anterior, se menciona que existe un prototipo de belleza masculina en el cual los hombres son altos, con una barba espectacular y un cuerpo musculoso. Esta representación de belleza masculina se relaciona con la imagen de un locutor, que a menudo se asocia con una apariencia física atractiva y atlética. Sin embargo, la entrevistada también menciona que esta representación de belleza puede ser exagerada. Esto indica que, aunque los medios pueden promover una imagen corporal atlética y musculosa como ideal, también existe una conciencia de que esta representación puede ser irreal y poco alcanzable para muchos hombres.

Además, los medios de comunicación a menudo utilizan técnicas de edición y retoque digital para crear imágenes perfectas y retocadas, lo que puede distorsionar la percepción de la realidad y generar expectativas poco realistas en cuanto a la apariencia física. Estas imágenes idealizadas pueden afectar la autoimagen y la autoestima de las personas, ya que pueden sentirse presionadas para cumplir con estos estándares de belleza:

Modelos de Instagram, cómo ellas refuerzan también ciertos estereotipos desde sus cuentas, pues, desde sus fotos, desde sus videos. Todo lo que hacen, pues, tan, tan, de una apariencia, pues, ahí elaborada que va uno a ver y al fin y al, pues, a la final no son eso en la vida real. Pues, por ejemplo, esos modelos que se muestran súper espirituales y súper dizque humildes en sus cuentas y muestran eso como, no sé, como lo más maravilloso. Pero va uno a ver y son unas cuantas personas (...) se caen en reduccionismos porque al final

todo el mundo apunta solo a eso y se dejan de lado muchas otras cosas y muchas otras realidades que son naturales del cuerpo, de la situación de ser humanos o ser personas. Se les, como que se evaden ciertas cosas naturales como, por ejemplo, en el caso de las mujeres hay una evasión, un rechazo por la vejez, por ejemplo. Entonces, reforzar esos estereotipos genera frustraciones en las personas, bueno, en sí, tanto en mujeres como en hombres. (Entrevistado 2, Comunicación personal, 2024)

Según el testimonio del entrevistado número 2, los modelos de Instagram pueden reforzar ciertos estereotipos desde sus cuentas, a través de sus fotos y videos. Todo lo que hacen muestra una apariencia elaborada que no se corresponde necesariamente con la realidad. Por ejemplo, menciona que algunos modelos se presentan como espirituales y humildes en sus cuentas, mostrando esa faceta como algo maravilloso. Pero al ver la realidad, se percibe que esto es solo una representación de unas pocas personas.

Esto resalta cómo los modelos de Instagram pueden crear una imagen idealizada que no refleja la verdadera diversidad de las personas y puede generar expectativas poco realistas en los demás. Además, se menciona que esto lleva a reduccionismos, ya que se enfoca únicamente en esos estereotipos, dejando de lado muchas otras realidades naturales del cuerpo y de las personas. Por ejemplo, se menciona el rechazo por la vejez en el caso de las mujeres. El reforzamiento de estos estereotipos puede generar frustraciones tanto en mujeres como en hombres.

Según Acuña, Marín y Moreno, los medios de comunicación pueden contribuir a problemas de imagen corporal de varias maneras. Los medios de comunicación difunden un ideal estético y de salud que puede generar inagotables exigencias en las mujeres. Promueven la cultura del cuerpo ideal y la conducta saludable, lo cual puede influir en la construcción de una imagen corporal sujeta a estos estándares.

La difusión mediática de un ideal estético y de salud inalcanzable puede tener un impacto negativo en la autoestima de las personas, especialmente en las mujeres. Las imágenes de mujeres en los medios de comunicación suelen ser retocadas y manipuladas digitalmente antes de su publicación, creando una representación irreal de la belleza. Además, los medios de comunicación tienden a enfocarse en el control del peso y la promoción de dietas hipocalóricas, asociándolos con la salud, lo que puede llevar a una preocupación excesiva por el peso y contribuir al desarrollo de trastornos alimentarios.

Los entrevistados convergen en el deseo de cambiar o mejorar ciertos aspectos de sus cuerpos, como el peso, la forma física o la apariencia de ciertas partes. Por ejemplo, el entrevistado 2 menciona que le gustaría no ser tan delgado, mientras que la entrevistada 5 expresa su deseo de mejorar su abdomen, piernas, brazos y nariz. La entrevistada 7 menciona que le gustaría hacer ejercicio para tener un cuerpo más en forma y que la ropa le quede bien, y la entrevistada 4 menciona su deseo de cambiar su talla de ropa debido a los cambios en su peso corporal.

Sin embargo, también hay divergencias entre los entrevistados. Algunos se sienten satisfechos con su cuerpo tal como es, mientras que otros reconocen la importancia de mejorar sus rutinas y tener una vida más saludable. Estas representaciones mediáticas pueden afectar la autoestima y generar preocupaciones excesivas por la apariencia física, especialmente en las mujeres. Es importante tener en cuenta cómo los medios de comunicación influyen en la percepción de la belleza y cómo esto puede afectar la salud mental y emocional de las personas.

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la construcción de las percepciones corporales, como lo señalan Acuña, Marín y Moreno. A través de la publicidad, la televisión, las redes sociales y otras plataformas, transmiten estándares de belleza inalcanzables que promueven la idea de que solo cierto tipo de cuerpos son deseables y aceptables. Los jóvenes de Rionegro reconocen la existencia de estos estereotipos, donde se presentan imágenes exageradas de feminidad y masculinidad que no reflejan la diversidad de la sociedad. Este enfoque en la apariencia física puede generar expectativas poco realistas e inseguridades en los jóvenes.

En particular, las mujeres son bombardeadas con imágenes y mensajes que promueven la delgadez extrema y una apariencia física idealizada. Esto se refleja en la publicidad de productos relacionados con la pérdida de peso, la moda y la belleza, así como en la representación de modelos y celebridades. En el caso de los hombres, aunque puede haber menos énfasis en la apariencia física, los medios también promueven una imagen corporal atlética y musculosa como ideal.

Además, los medios de comunicación recurren a técnicas de edición y retoque digital para crear imágenes perfectas, lo que distorsiona la percepción de la realidad y genera expectativas poco realistas. Los modelos de Instagram, por ejemplo, pueden reforzar estos estereotipos al mostrar una apariencia elaborada que no corresponde con la realidad, lo que puede generar frustraciones en las personas al sentirse presionadas para cumplir con estos estándares de belleza.

Los medios también difunden un ideal estético y de salud inalcanzable, promoviendo la cultura del cuerpo ideal y la conducta saludable, lo cual puede influir en la construcción de una imagen corporal sujeta a estos estándares. Esto puede tener un impacto negativo en la autoestima de las personas, especialmente en las mujeres, y contribuir al desarrollo de trastornos alimentarios.

Los entrevistados expresan deseos de cambiar o mejorar ciertos aspectos de sus cuerpos, lo que refleja la influencia de los medios en la percepción de la belleza y el cuerpo. Sin embargo, también hay quienes se sienten satisfechos con su cuerpo tal como es o reconocen la importancia de mantener una vida saludable.

El impacto de los medios de comunicación en las identidades juveniles de Rionegro.

En el transcurso de la investigación sobre la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y percepciones corporales de los jóvenes de Rionegro, se han obtenido resultados significativos que ofrecen una visión integral y profunda del impacto mediático en esta población. Este capítulo final presenta las tendencias y conclusiones del proceso investigativo, con un énfasis particular en las implicaciones disciplinarias desde el campo del trabajo social.

Análisis del impacto de los medios de comunicación en la configuración de las identidades

Creación de estereotipos y estándares de belleza

Los medios de comunicación, especialmente las redes sociales, son una fuente potente de estereotipos e ideales, que incluyen estándares de belleza, roles de género y valores culturales. Estas representaciones mediáticas tienen una influencia significativa en cómo los jóvenes se ven a sí mismos y en cómo buscan ser vistos por los demás.

La avalancha de imágenes y videos de cuerpos ideales y estilos de vida glamorosos en las redes sociales genera presión en los jóvenes para conformarse a estos estándares. Por ejemplo, la entrevistada 8 mencionó que seguía a ciertas influencers cuyos cuerpos y estilos de vida le hicieron sentir que debía cambiar su apariencia y hábitos para cumplir con esos estándares. Este testimonio

es un claro ejemplo de cómo los medios de comunicación influyen en la autoimagen y en la autopercepción, lo que a su vez puede tener un profundo impacto en la formación de la identidad.

Influencia en la percepción personal y de los demás:

Los jóvenes a menudo utilizan las redes sociales para mostrar solo las partes positivas de sus vidas, evitando la vulnerabilidad. Esto crea una imagen distorsionada y a menudo irreal de la realidad. La entrevistada 5 reconoce que muestra solo lo positivo en sus redes sociales, lo que lleva a que las personas tengan una percepción equivocada de quién es ella realmente. Esto puede llevar a que las personas tengan una percepción equivocada de quién es ella realmente. Al presentar una versión idealizada de sí misma, se corre el riesgo de que los demás no vean la totalidad de su persona, incluyendo sus experiencias, emociones y desafíos.

Esta cultura de mostrar solo lo positivo en las redes sociales puede generar presión en otros jóvenes para que sigan el mismo patrón. Pueden sentirse obligados a presentar una imagen perfecta y sin fallas, lo que puede ser agotador y perjudicial para su bienestar emocional.

Papel de los medios como agentes socializadores:

Según Marín y Moreno, los medios actúan como agentes socializadores que proporcionan un conjunto de símbolos y valores con los que los jóvenes interactúan para construir significados y, en última instancia, su identidad. Los jóvenes utilizan estos recursos mediáticos para elaborar y resignificar su identidad, como se evidencia en las diversas formas en que se presentan en las redes sociales y cómo internalizan los mensajes que reciben.

La Selectividad en el Uso de los Medios

Los jóvenes de Rionegro, como muchos otros, son selectivos en el uso de los medios de comunicación. Optan por mostrar solo ciertos aspectos de sus vidas y filtran la información que consumen para evitar la sobrecarga o el impacto negativo en su autoestima. La entrevistada 1, por ejemplo, evita publicar contenido frecuentemente porque sabe que le drena energía.

Impacto en la Imagen Corporal y Salud Mental

La presión por conformarse a los estándares presentados en los medios puede tener un impacto negativo en la autoestima y salud mental de los jóvenes. La entrevistada 8 habla de cómo los medios le han influenciado en cuanto a su dieta y ejercicio, reflejando una presión constante para cumplir con ciertos ideales estéticos.

Resistencia y Redefinición de los Mensajes Mediáticos

A pesar de la fuerte influencia de los medios, algunos jóvenes desarrollan una conciencia crítica y eligen resistir y redefinir los mensajes que reciben. La entrevistada 9 destaca cómo se ha dado cuenta de que las vidas mostradas en las redes sociales son a menudo idealizadas y no reflejan la realidad completa, ayudándole a mantener una perspectiva equilibrada.

Rol de los Medios en la Exploración de la Identidad

Los medios también ofrecen una plataforma para que los jóvenes exploren y experimenten con su identidad. La entrevistada 9, por ejemplo, sigue a una figura pública a la que admira por su estilo de vida y logros, lo que le proporciona un modelo a seguir en su propio proceso de formación de identidad.

Análisis del Impacto de los Medios de comunicación en la Percepción Corporal

Transmisión de estereotipos exagerados:

Los medios de comunicación presentan estereotipos de belleza que son percibidos como exagerados por los jóvenes de Rionegro. Las mujeres son representadas como extremadamente femeninas y los hombres como extremadamente masculinos, lo cual los entrevistados consideran inalcanzable y poco realista. Por ejemplo, se menciona que en la televisión nacional los

presentadores suelen ser modelos muy arreglados, altos, delgados y mayoritariamente blancos, lo que refuerza un modelo estandarizado de belleza.

Influencia de las redes sociales:

En las redes sociales, se promueven estándares de belleza específicos, especialmente para las mujeres, como el uso de cirugías estéticas, cremas para la piel perfecta y maquillaje. Esta constante exposición a imágenes idealizadas puede generar inseguridades y expectativas poco realistas sobre la apariencia física.

Idealización de la belleza y el cuerpo atlético en hombres:

Aunque los estereotipos relacionados con la apariencia física masculina son menos prominentes, los medios también promueven una imagen corporal atlética y musculosa como ideal. Los jóvenes de Rionegro reconocen que estos modelos de belleza masculina también pueden ser exagerados e inalcanzables.

Impacto del retoque digital:

Los medios de comunicación utilizan técnicas de edición y retoque digital para crear imágenes de cuerpos perfectos, lo que distorsiona la realidad y establece estándares de belleza irreales. Esto puede afectar la autoestima y la autoimagen de los jóvenes, quienes se sienten presionados para cumplir con estos ideales.

Reducción y exclusión de otras realidades corporales:

La concentración en estereotipos de belleza específicos lleva a la exclusión de otras características y realidades naturales del cuerpo. Por ejemplo, se menciona un rechazo hacia la vejez en las mujeres, lo que refleja una evitación de aspectos naturales del envejecimiento y la diversidad corporal.

Deseos de cambio corporal y autoestima:

Los entrevistados muestran un deseo de cambiar aspectos específicos de sus cuerpos, como el peso, la forma física y la apariencia de ciertas partes, reflejando cómo los estándares de belleza mediáticos influyen en su percepción corporal. Sin embargo, también existen divergencias, ya que algunos entrevistados se sienten satisfechos con su cuerpo tal como es.

Cultura del cuerpo ideal y conducta saludable:

Los medios de comunicación promueven una cultura del cuerpo ideal y conductas saludables, lo cual puede llevar a una preocupación excesiva por la apariencia física y contribuir al desarrollo de trastornos alimentarios. Este enfoque también puede impactar negativamente en la autoestima, especialmente en las mujeres.

Convergencias en la incidencia de los medios de comunicación en las identidades juveniles y los cuerpos

Transmisión de Estereotipos de Belleza:

Estereotipos Exagerados: Tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales, los jóvenes de Rionegro perciben una representación exagerada de la feminidad y masculinidad. Las mujeres son extremadamente femeninas y los hombres extremadamente masculinos, algo considerado irreal y difícil de alcanzar.

Presión para Conformarse: Los jóvenes sienten la presión de conformarse a estos estándares de belleza. Las redes sociales están llenas de imágenes y videos que muestran cuerpos y estilos de vida ideales, generando la necesidad de cambiar la apariencia y hábitos para cumplir con estos estándares.

Impacto en la Autoimagen y Salud Mental:

Impacto Negativo: La constante exposición a imágenes idealizadas afecta negativamente la autoestima y salud mental de los jóvenes. Las entrevistas reflejan cómo los jóvenes desean cambiar aspectos específicos de sus cuerpos debido a la influencia de estos estándares.

Deseos de Cambio Corporal: Los entrevistados expresan deseos de cambiar aspectos como el peso, la forma física o la apariencia de ciertas partes del cuerpo, lo que indica la influencia de los medios en su percepción corporal.

Retoque Digital y Realidad Distorsionada:

Retoque y Edición: Los medios utilizan técnicas de edición digital para crear imágenes perfectas, distorsionando la percepción de la realidad. Esto genera expectativas poco realistas y aumenta la presión sobre los jóvenes para cumplir con estos estándares.

Divergencias en la incidencia de los medios de comunicación en las identidades juveniles y los cuerpos

Selectividad y Resistencia en el Uso de Medios:

Uso Selectivo: Algunos jóvenes son conscientes de la influencia negativa de los medios y optan por ser selectivos en su uso. Evitan publicar contenido frecuentemente para proteger su bienestar emocional y evitar la presión de los estereotipos.

Conciencia Crítica: Algunos jóvenes desarrollan una conciencia crítica y eligen resistir los mensajes mediáticos. Reconocen que las vidas mostradas en las redes sociales son idealizadas y no reflejan la realidad completa, ayudándoles a mantener una perspectiva equilibrada.

Diferencias en la Percepción de Género:

Focalización en Mujeres: Los estereotipos de belleza afectan más a las mujeres, con una mayor presión para alcanzar la delgadez extrema y una apariencia física idealizada.

Menor Énfasis en Hombres: Aunque también hay presión sobre los hombres para tener cuerpos atléticos y musculosos, los entrevistados indican que la influencia en la apariencia física masculina es menor en comparación con la femenina. Además, algunos jóvenes no están expuestos a tantos estereotipos relacionados con la apariencia de los hombres, sino más con su desempeño y roles.

Conclusiones y Recomendaciones Disciplinarias para el Trabajo Social

Los hallazgos de esta investigación sugieren que los medios de comunicación tienen la responsabilidad de presentar una mayor diversidad de cuerpos, apariencias y estilos de vida, alejándose de los estereotipos exagerados y las imágenes retocadas digitalmente. Esta diversificación es crucial para que los jóvenes puedan ver representaciones realistas y variadas que reflejen la pluralidad de la sociedad en la que viven. La proliferación de imágenes idealizadas y poco realistas contribuye a la insatisfacción corporal y a la construcción de identidades basadas en estándares inalcanzables.

Fomentar la alfabetización mediática y el pensamiento crítico entre los jóvenes es una estrategia esencial para contrarrestar estos efectos. Desarrollar la capacidad de analizar y cuestionar los mensajes que reciben a través de los medios puede ayudarles a construir una percepción más saludable de sí mismos y de su identidad. Esta educación crítica les permite reconocer la manipulación y los objetivos comerciales detrás de muchas de las representaciones mediáticas, empoderándolos para tomar decisiones más informadas sobre su consumo mediático.

La fuerte influencia de los medios en la autoimagen y autoestima de los jóvenes resalta la necesidad de abordar los efectos negativos que pueden tener en su bienestar emocional. La internalización de estándares de belleza inalcanzables puede llevar a problemas como la baja autoestima, ansiedad y trastornos alimentarios. Es fundamental promover enfoques más positivos y realistas en la representación mediática para mitigar estos impactos negativos y fomentar una autoimagen más positiva entre los jóvenes.

A pesar de la influencia significativa de los medios, la investigación también ha revelado que algunos jóvenes demuestran una notable capacidad de agencia. Estos jóvenes son selectivos en

su consumo mediático y desarrollan una conciencia crítica que les permite resistir la presión de conformidad a los estereotipos mediáticos. Este hallazgo subraya la importancia de fortalecer estas habilidades críticas y de agencia, proporcionando a los jóvenes las herramientas necesarias para navegar el paisaje mediático de manera más consciente y saludable.

Además, la investigación destaca que la presión sobre la apariencia física es significativamente mayor en mujeres que en hombres. Esta disparidad indica la necesidad de abordar los sesgos de género en las representaciones mediáticas, así como otras intersecciones importantes como la raza y la clase social. Los medios deben esforzarse por representar a todos los grupos de manera equitativa y justa, evitando reforzar estereotipos dañinos y promoviendo la inclusión y la diversidad.

La línea de investigación "política, cultura y sociedad" se centra en la interrelación entre las estructuras políticas, las prácticas culturales y la organización social, y cómo estas influyen en la vida de los individuos y las comunidades. Los hallazgos de esta investigación se integran perfectamente en esta línea de investigación, aportando una perspectiva crítica sobre el papel de los medios de comunicación como agentes culturales y su impacto en la construcción de identidades juveniles.

Los medios de comunicación son una poderosa herramienta cultural que moldean y reflejan los valores, normas y expectativas de la sociedad. La representación mediática influye en la percepción de la realidad y en la construcción de identidades, especialmente entre los jóvenes. Al presentar un abanico limitado y estereotipado de cuerpos y estilos de vida, los medios contribuyen a perpetuar desigualdades y a reforzar estructuras de poder existentes. Por tanto, analizar y cuestionar estas representaciones desde una perspectiva cultural es esencial para promover una sociedad más equitativa y diversa.

Desde una perspectiva política, los hallazgos subrayan la necesidad de políticas de representación que promuevan la inclusión y la diversidad en los medios de comunicación. Estas políticas pueden incluir regulaciones que fomenten la diversidad de cuerpos y identidades en la publicidad y en los contenidos mediáticos, así como incentivos para la producción de contenidos que reflejen la pluralidad de la sociedad. La política juega un rol crucial en la regulación de los medios y en la promoción de estándares éticos y responsables en la representación mediática.

En el ámbito social, los resultados de la investigación destacan la importancia de la educación mediática como una herramienta para empoderar a los jóvenes y desarrollar su pensamiento crítico. La integración de programas de alfabetización mediática en los currículos escolares puede equipar a los jóvenes con las habilidades necesarias para analizar y cuestionar los mensajes mediáticos, promoviendo así una autoimagen más saludable y una identidad más segura. Además, estas intervenciones pueden contribuir a una mayor conciencia social sobre los impactos de las representaciones mediáticas y a la promoción de una cultura de inclusión y respeto a la diversidad.

Los hallazgos de esta investigación resaltan la importancia de desarrollar intervenciones que aborden de manera integral la influencia de los medios de comunicación en la percepción corporal y la identidad de los jóvenes. Este enfoque integral requiere trabajar tanto en el nivel individual como en el nivel comunitario y social, asegurando que las estrategias sean holísticas y sostenibles.

Desde el trabajo social, se debe promover el empoderamiento de los jóvenes, brindándoles herramientas y estrategias para desarrollar un pensamiento crítico frente a los mensajes mediáticos. Esta capacitación les permitirá tomar decisiones más informadas sobre su propia identidad y bienestar, ayudándoles a discernir y cuestionar los contenidos que consumen. La alfabetización mediática y el desarrollo del pensamiento crítico son esenciales para que los jóvenes puedan resistir la presión de conformidad a los estereotipos mediáticos y formar una autoimagen más realista y saludable.

Los profesionales del trabajo social deben estar atentos a los efectos negativos que la influencia de los medios puede tener en la salud mental de los jóvenes. Problemas como la baja autoestima, los trastornos alimentarios y otras problemáticas de salud mental son consecuencias directas de la exposición a estándares de belleza inalcanzables y representaciones corporales distorsionadas. Para abordar estos problemas, se requiere de intervenciones terapéuticas y de apoyo psicosocial que incluyan asesoramiento individual, grupos de apoyo y programas educativos sobre salud mental y bienestar emocional.

Es fundamental que desde el trabajo social se abogue por una representación más diversa y realista de los cuerpos y las identidades en los medios de comunicación. Al promover una mayor inclusión y diversidad en las representaciones mediáticas, se contribuye a reducir los estereotipos

y a fomentar la aceptación de la diversidad. Esta representación justa y equilibrada no solo beneficia a los jóvenes en términos de su autoimagen y autoestima, sino que también promueve una sociedad más inclusiva y tolerante.

Para abordar de manera efectiva la influencia de los medios de comunicación, el trabajo social debe establecer alianzas y redes de colaboración con otros sectores. Colaborar con el sector educativo permite incorporar la alfabetización mediática en los planes de estudio, equipando a los jóvenes con las habilidades críticas necesarias desde una edad temprana. La alianza con el sector salud es crucial para ofrecer apoyo psicosocial y terapéutico a aquellos afectados por los mensajes mediáticos perjudiciales. Asimismo, trabajar con organizaciones comunitarias puede facilitar la implementación de programas y campañas a nivel local, adaptadas a las necesidades específicas de la comunidad.

Estas reflexiones apuntan a la necesidad de un cambio en la forma en que los medios de comunicación representan el cuerpo y la identidad. Es imperativo que los medios adopten prácticas más responsables y diversificadas en sus representaciones para contribuir positivamente al desarrollo de identidades juveniles saludables. Asimismo, empoderar a los jóvenes para que desarrollen una relación más crítica y saludable con los mensajes mediáticos es esencial para su bienestar integral.

Desde la perspectiva del trabajo social, estas conclusiones ofrecen importantes implicaciones para la práctica profesional. Los trabajadores sociales deben reconocer la influencia de los medios como un factor determinante en la socialización juvenil y considerar este aspecto en sus intervenciones. Es vital promover programas educativos que desarrollen la alfabetización mediática y el pensamiento crítico entre los jóvenes, así como abogar por representaciones mediáticas más inclusivas y realistas.

Referencias

- Acuña, A. (2001). *El cuerpo en la interpretación de las culturas*. Universidad de los Andes, Vol1, N° 51. (pp 31- 52).
file:///C:/Users/asus/Desktop/Capitalizaci%C3%B3n%20del%20cuerpo/documentos%20sin%20organizar/2001_Acu%C3%B1a_Delgado_Angel_El_cuerpo_en_la_interpretaci%C3%B3n_de_las_culturas.pdf
- Alsina, M. (2006). *Posmodernidad y crisis de identidad*. Revista científica de información y comunicación, N°3.
file:///C:/Users/asus/Desktop/Capitalizaci%C3%B3n%20del%20cuerpo/documentos%20listos/2006_Alsina_Miguel_posmodernidad_crisis_identidad.pdf
- Ayús, R. & Eroza, E. (2008). *El cuerpo y las ciencias sociales*. Revista pueblos y fronteras, N°4.
file:///C:/Users/asus/Desktop/Capitalizaci%C3%B3n%20del%20cuerpo/documentos%20sin%20organizar/2008-Ay%C3%BAs%20R%C3%A9yez-el%20cuerpo%20y%20las%20ciencias%20sociales.pdf
- Baggiotto, B. et al. (2019). *Proceso de enseñanza- entrenamiento en jóvenes en el fútbol: posibilidades a partir de un modelo ondulatorio*. Revista EuroAmericana de ciencia del deporte. <https://revistas.um.es/sportk/article/view/391711>
- Buitrago, R. & Sáenz, N. (2021) *Autoimagen, Autoconcepto y Autoestima, Perspectivas Emocionales para el Contexto Escolar*. Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/educacion_y_ciencia/article/view/12759/11022
- Campos, F. (2008). *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales*. Revista Latina de Comunicación Social, vol. 11.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006023>
- Carbajal, M. (2017). *Rita Segato, el caso Micaela y una mirada desde el feminismo sobre las violaciones*. Revista página 12. <https://www.pagina12.com.ar/32120-con-mas-carcel-no-solucionamos-el-problema>
- Carmona, A., & Urzúa M., A. (2019). *¿Los valores culturales afectan el bienestar humano? Evidencias desde los reportes de investigación*. Universitas Psychologica, 18(1), 1–12.
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/22118>
- Carvajal, F. (2019). *Psicoterapia corporal. Bases teóricas de la práctica*. Polis vol.15 no.2
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332019000200205

- Castells, M. (2008) *Los medios y la política*. Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología). <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero074/los-medios-y-la-politica/?output=pdf>
- Chaparro, O. (2004). *Tribus urbanas en los colegios del área metropolitana*. Tesis de grado, universidad de Antioquia. [tesis de grado, Universidad de Antioquia, Medellín]. Biblioteca Digital Universidad de Antioquia.
- DANE (2018). *Rionegro, Antioquia*. Infografía. https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/05615_infografia.pdf
- De los Reyes, H. et al. (2019). *La fenomenología: un método multidisciplinario en el estudio de las ciencias sociales*. Pensam. gest. no.47. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762019000200203
- Diccionario Filosófico Marxista. (1946). *Jorge Guillermo Federico Hegel*. Consulta digital en <https://www.filosofia.org/enc/ros/hegel.htm>
- García, J. (2015). *Relación alma-cuerpo: el dualismo cartesiano y la refutación kantiana del idealismo*. Revista si fundamento. file:///C:/Users/asus/Downloads/portalderevistas,+179-199%20(1).pdf
- García, R. & Rivera, A. (2021). *Escala de autoeficacia en la vida académica*. Revista Electrónica Educare, vol. 25, núm. 2. <https://www.redalyc.org/journal/1941/194168388001/html/>
- Galeano, E. (2012). *Estrategias de investigación cualitativa*. La Carreta Editores. https://biblioteca.colson.edu.mx/e-docs/RED/Estrategias_de_investigacion_social_cualitativa.pdf
- Garnica, N. (2011). *El cuerpo sublime en Marx*. Congreso de Filosofía del NOA. Universidad Nacional de Catamarca Facultad de Humanidades. <https://www.aacademica.org/naim.garnica11/2.pdf>
- Garrido, N. (2011). *Identidades juveniles y consumos culturales en internet*. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. file:///C:/Users/asus/Desktop/Capitalizaci%C3%B3n%20del%20cuerpo/documentos%20sin%20organizar/2011_Natalia_Garrido_Identidades_juveniles_y_consumos_culturales_en_Internet.pdf
- López, A. & Rueda, O. (2016). *Aproximación etnográfica al estudio cultural de los ñeros en una ciudad colombiana*. Revista de Ciencias Sociales y la comunicación. Vol III, N° 16.
- Marín, L. & Moreno, M. (2008). *Lecturas y discursos juveniles sobre las identidades y los consumos mediáticos*. [tesis de grado magistral, Universidad de Manizales, Manizales].
- Mesino, L. (2009). La globalización económica y sus implicaciones socio-culturales en América Latina. Revista de Ciencias Sociales Vol.15. N°1.

Real Academia Española (2024). *Estereotipo*. Consulta digital.

<https://www.rae.es/desen/estereotipo>

Red Educom. (2022). *Los pensadores, Martín Barbero*. Consulta digital en

<https://www.rededucom.org/los-pensadores/martin-barbero-es.htm>

Solé, B. (2005). *Jóvenes y culturas del siglo XXI. Premios injuve para tesis doctorales 2007*.

Taylor, S. & Bodgan, R: (1984). *La entrevista en profundidad*. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados.

https://metodos.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/taylor_4_entrevistaprofundidad.pdf

Urcola, M. (2000). *Juventud, cultura y globalización*. Revista perspectivas sociales. Vol 10.

file:///C:/Users/asus/Desktop/Capitalizaci%C3%B3n%20del%20cuerpo/documentos%20sin%20organizar/2008_Urcola_Marcos_Juventud_Cultura_Y_Globalizacion.pdf

Valencia, E. (2023). “Revisión documental en el proceso de investigación”. Universidad Tecnológica de Pereira.

Villamil, A. (2005). *Fenomenología del cuerpo humano*. Universidad Santo Tomás.

Anexos

Anexo 1: Guía entrevista a profundidad

GUIA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Presentación de la moderadora

El objetivo de esta entrevista es reflexionar sobre la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones de los cuerpos de los jóvenes del municipio de Rionegro.

Tenga en cuenta que todas las respuestas son válidas, los resultados no serán revelados con nombres propios sino como tendencias dentro de una investigación. Puede parar la entrevista en cualquier momento y no está obligado a responder todas las preguntas.

Autorización para grabar:

Si () No ()

Agradecimiento por la participación del entrevistado.

Unidad de Análisis

La presente investigación tiene como objetivo reflexionar sobre la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y las percepciones de los cuerpos de los jóvenes del municipio de Rionegro, entre las edades de 18 a 28 años, este rango fue establecido ya que se tratarán temas sensibles dentro de la investigación y es por esto que se decidió trabajar con población mayor de edad. Según el DANE "La población juvenil en este rango de edad del municipio de Rionegro se estima en 6135 personas" (DANE, 2018) siendo 6135 el 100% de la población juvenil, para la muestra se tomará el 0,16% de la población, dando como resultado 10 entrevistas a jóvenes que cumplan con los criterios de selección.

Los jóvenes participantes deben estar expuestos a las nuevas tecnologías de forma directa o indirectamente, ya que los medios de comunicación actuales son una categoría de análisis en la investigación, además, se estableció como criterio de selección realizar cinco entrevistas a mujeres y cinco entrevistas a hombres (esta muestra puede variar en caso de que surjan jóvenes que pertenezcan a la comunidad L.GBTIQ+). Dentro de la muestra se pretende obtener información de jóvenes con distintos contextos, es decir, jóvenes estudiantes, empleados, artistas, entre otros, ya que se busca comprender como estas representaciones son construidas y percibidas por los jóvenes en el contexto de la sociedad posmoderna, donde el cuerpo y la identidad se han vuelto cada vez más importantes y significativos en la construcción de la identidad personal y social.

		Autoeficacia. Autoestima.	tienen algunos jóvenes de sus cuerpos.	
--	--	---------------------------	--	--

Sección exploratoria:

Quisiera saber más acerca de usted

- ¿Cuál es tu género y orientación sexual?
- ¿Cuántos años tienes?
- ¿Hace cuánto vives en el municipio de Rionegro?
- ¿Haces parte de alguna religión?
- ¿Haces parte de alguna población especial?

SECCIÓN 1

- ♦ ¿Qué música te gusta más y por qué crees que eso dice algo sobre quién eres?
- ♦ ¿Con qué grupo de amigos o comunidad te sientes más unido/a y por qué?
- ♦ ¿Cuáles son tus pasatiempos favoritos y cómo crees que eso refleja quién eres?
- ♦ ¿Cómo te muestras en las redes sociales y en el internet? ¿Cómo crees que eso dice algo sobre ti?
- ♦ ¿Hay alguna tradición que consideres importante para definirte a ti mismo/a

SECCIÓN 2

- ♦ ¿Cuáles son los valores que tu familia y amigos tienen respecto al cuidado del cuerpo y la apariencia física? ¿Estás de acuerdo con ellos?
- ♦ ¿Existen normas en tu comunidad o grupo de amigos en relación a cómo se debe lucir o vestir? ¿Cómo te sientes al respecto?
- ♦ ¿Has experimentado alguna vez sanciones o críticas por no seguir las normas de apariencia o comportamiento de tu comunidad o grupo de amigos? ¿Cómo ha sido esa experiencia?

Categoría orientadora	Subcategorías de análisis	Descriptorios	Ejes de Indagación	Preguntas
Identidad	Identidad Juvenil	Preferencias culturales y musicales Grupos de pertenencia Actividades recreativas Identidades digitales Identidades culturales.	Identificar los rasgos culturales e identitarios de algunos jóvenes desde sus vivencias.	Sección 1.
	Cultura	Los valores. Las normas y sanciones. Las creencias. Los símbolos. El lenguaje.		
	Medios de comunicación		Describir la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de la identidad y el cuerpo	Sección 3.
	Cuerpo	Autoconcepto. Autoimagen.	Definir la visión que	Sección 4.

- ♦ ¿Tienes alguna creencia personal sobre cómo debería ser tu cuerpo o cómo deberías cuidarlo? ¿De dónde proviene esa creencia?
- ♦ ¿Existen símbolos o lenguajes corporales específicos que sean importantes en tu comunidad, como tatuajes, piercings, gestos o formas de vestir? ¿Qué significan para ti?

SECCIÓN 3

- ♦ ¿Cuánto tiempo pasas al día viendo televisión, en redes sociales o en internet, y cómo crees que eso afecta tu forma de pensar o actuar?
- ♦ ¿Tienes algún personaje famoso o influencer que sigues y que te gustaría imitar? ¿Por qué?
- ♦ ¿Has notado alguna vez estereotipos de género en los medios de comunicación (como personajes que siempre actúan de cierta manera porque son hombres o mujeres)? ¿Qué opinas sobre eso?
- ♦ ¿Has comprado alguna vez algo porque lo has visto anunciado en la televisión o en las redes sociales? ¿Por qué decidiste comprarlo?
- ♦ ¿Cómo te enteras de lo que está pasando en el mundo? ¿Confías en lo que los medios de comunicación te cuentan?

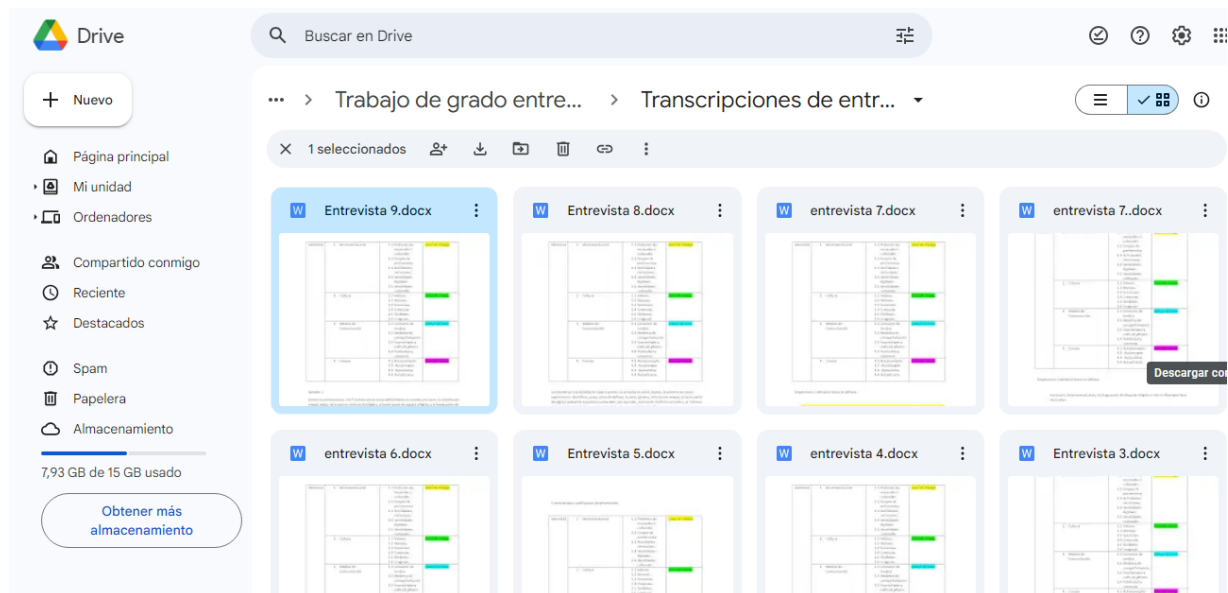
SECCIÓN 4

- ♦ ¿Cómo te sientes respecto a tu propio cuerpo? ¿Te sientes satisfecho/a o hay aspectos que te gustaría cambiar?
- ♦ ¿Crees que los estándares de belleza en los medios de comunicación afectan la forma en que percibes tu propio cuerpo? ¿De qué manera?
- ♦ ¿Has experimentado presión o críticas por parte de los demás en relación a tu apariencia física? ¿Cómo te ha afectado?
- ♦ ¿Qué medidas tomas para cuidar y mantener tu cuerpo? ¿Crees que esto está influenciado por lo que ves en los medios de comunicación?
- ♦ ¿Qué crees que es lo más importante cuando se trata de la apariencia física? ¿Qué valores o ideas tienes sobre el cuerpo y cómo afectan tu percepción?

Anexo 2: Drive audios entrevistas



Anexo 3: Drive Transcripciones Entrevistas



Anexo 6: Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

Consentimiento Informado

Rionegro , Abril de 2023

Apreciado

Mi nombre es Yazmin Álvarez Torres y soy estudiante de trabajo social de la Universidad de Antioquia, sede oriente. Como parte de mi trabajo de grado estoy desarrollando una investigación que busca analizar la incidencia de los medios de comunicación en la configuración de las identidades y los cuerpos de los y las jóvenes del municipio de Rionegro entre los 18 y 28 años. Para esto, realizaré dos actividades: entrevista a profundidad y foto palabra con cada uno de los jóvenes participantes; con las cuales pretendo identificar los rasgos culturales e identitarios de algunos jóvenes desde sus vivencias, definir la visión que tienen algunos jóvenes de sus cuerpos y describir la influencia de estos rasgos culturales e identitarios en la percepción del cuerpo de los jóvenes.

Su participación en esta investigación no tiene ninguna recompensa material o económica y usted es libre de no participar o de retirarse cuando lo desee. Sus opiniones y aportes a este trabajo de grado se usarán exclusivamente para este proyecto y se archivarán de manera segura. Si usted me autoriza, grabaré y transcribiré la entrevista y, si lo desea, puedo hacerle llegar copia de la transcripción para que usted pueda revisarla y corregirla si lo considera necesario. Para la actividad de foto palabra, la información recolectada será completamente anónima. Si usted lo prefiere, su nombre no aparecerá en mi trabajo de grado.

Estoy muy agradecido de que me haya permitido explicarle este proyecto. Si lo desea puede contactarme en el siguiente correo electrónico: yazmin.alvarez@udea.edu.co

Gracias,

Yazmin Álvarez Torres
Trabajadora Social en Formación
CC 1036965008

Nombre del participante
Correo electrónico:
Teléfono: