LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO CASO: LA CRÍTICA A LA APARIENCIA EN LAS REDES SOCIALES

THE SOCIETY OF THE SPECTACLE CASE: CRITICISM OF APPEARANCE ON SOCIAL MEDIA

[1] Hugo Alexander Vega Riaño
[2] Belsy Yaneth Joya Bonilla
[3] Gelvi gesus Maldonado

RESUMEN

Este estudio examina la influencia de la teoría de la sociedad del espectáculo, propuesta por Guy Debord, en la percepción y crítica de la apariencia en las redes sociales por parte de 50 estudiantes universitarios de la Universidad de Pamplona. A través de una metodología cuantitativa basada en encuestas, se analiza cómo la obsesión por la imagen y la representación mediática, características de la sociedad del espectáculo, impactan en la autoestima y la imagen corporal de los jóvenes. Los resultados evidencian una alta conciencia entre los estudiantes sobre los estándares de belleza irreales y la presión social que generan las redes sociales. Asimismo, se identifican diversas estrategias de afrontamiento, destacándose la importancia del apoyo social y la educación mediática para contrarrestar los efectos negativos de la comparación social en línea.

La investigación subraya la necesidad de una acción coordinada entre jóvenes, educadores, padres, plataformas de redes sociales, profesionales de la salud mental y responsables de políticas públicas, con el fin de construir un entorno digital más saludable y equitativo.

PALABRAS CLAVE: sociedad del espectáculo, redes sociales, apariencia física, crítica, estudiantes universitarios, imagen corporal, autoestima, presión social, estrategias de afrontamiento, salud mental.

ABSTRACT

This study examines the influence of Guy Debord's "society of the spectacle" on the perception and critique of appearance on social media by 50 university students from the University of Pamplona. Using a quantitative methodology based on surveys,

[1] ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9792-4685

[2] ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9146-9813

[3] ORCID: https://orcid.org/0009-0002-4643-2434

it analyzes how the obsession with image and media representation, characteristic of the society of the spectacle, impacts the self-esteem and body image of young people. The results show a high awareness among students about unrealistic beauty standards and the social pressure generated by social media. Various coping strategies are identified, highlighting the importance of social support and media education to counteract the negative effects of online social comparison.

The research underlines the need for coordinated action between young people, educators, parents, social media platforms, mental health professionals, and public policy makers to build a healthier and more equitable digital environment.

KEYWORDS: society of the spectacle, social media, physical appearance, criticism, university students, body image, self-esteem, social pressure, coping strategies, mental health.

DOI DEL ARTÍCULO: https://doi.org/10.64351/rdynamikos.Vol5.N2.art1

INTRODUCCIÓN

En la era digital, caracterizada por la omnipresencia de las tecnologías de la información y la comunicación, las redes sociales han emergido como un espacio central de interacción social, especialmente para los jóvenes. Estas plataformas digitales, concebidas inicialmente como herramientas para conectar personas y compartir información, han evolucionado hasta convertirse en poderosos medios de comunicación que moldean la cultura, los valores y las percepciones de la realidad. En este contexto, la proliferación de imágenes idealizadas y la exacerbación de la cultura de la apariencia se han convertido en fenómenos preocupantes que afectan la autoestima, la identidad y el bienestar psicológico de los usuarios, particularmente de los jóvenes universitarios.

La teoría de la sociedad del espectáculo, propuesta por el filósofo y escritor Guy Debord en 1967, proporciona un marco teórico crucial para comprender la influencia de las redes sociales en la percepción de la apariencia. Debord argumenta que la sociedad contemporánea se caracteriza por la dominación de la imagen y la representación mediática, donde la realidad se transforma en mercancía y el valor de las personas se mide por su apariencia y su capacidad para generar espectáculo. En este sentido, las redes sociales se configuran como un escenario privilegiado para la construcción y difusión de imágenes idealizadas, donde los usuarios se ven constantemente expuestos a estándares de belleza irreales y a la presión social por ajustarse a ellos.

La presente investigación se centra en examinar cómo la sociedad del espectáculo influye en la forma en que los estudiantes universitarios de la Universidad de Pamplona perciben y critican la obsesión por la apariencia en las redes sociales. A través de un estudio de caso con 50 estudiantes, se busca analizar cómo la cultura de la imagen, la comparación social y la presión por la perfección estética impactan en la autoestima, la imagen corporal y las estrategias de afrontamiento de los jóvenes.

La sociedad del espectáculo y la cultura de la imagen

La obra *La Sociedad del Espectáculo* (1967) se ha convertido en un referente fundamental para el análisis crítico de la cultura mediática y la sociedad de consumo. Debord en esta obra describe la sociedad del espectáculo como un sistema social donde las relaciones humanas se encuentran mediatizadas por las imágenes, creando una "realidad" artificial que se impone sobre la experiencia vivida. En este contexto, la imagen se convierte en una mercancía que se produce, se consume y se intercambia, generando un ciclo de alienación y deshumanización.

Las redes sociales, como Instagram, Facebook y TikTok, se han convertido en plataformas ideales para la reproducción y amplificación de la lógica del espectáculo. La facilidad para crear y compartir contenido visual, junto con la búsqueda constante de aprobación social a través de *likes* y comentarios, incentiva la construcción de imágenes idealizadas y la exhibición de una "vida perfecta". Esta dinámica genera una presión social sobre los usuarios, especialmente entre los jóvenes, quienes se ven constantemente expuestos a modelos de belleza inalcanzables y a la comparación constante con otros.

El impacto de las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal

Numerosos estudios han evidenciado la relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima, la imagen corporal y la salud mental de los jóvenes (Primack et al., 2017; American Psychological Association, 2021). La exposición constante a imágenes idealizadas, la comparación social y la búsqueda de aprobación online pueden generar sentimientos de inadecuación, ansiedad y depresión, especialmente en aquellos usuarios más vulnerables a la presión social.

La comparación social, un proceso natural en la interacción humana, se intensifica en las redes sociales debido a la facilidad para acceder a información sobre la vida de otras personas. La teoría de la comparación social, propuesta por León Festinger en 1954, postula que las personas tienden a compararse con los demás para evaluar sus propias habilidades y opiniones. En el contexto de las redes sociales, esta comparación se vuelve más frecuente y, a menudo, se realiza con personas que presentan versiones idealizadas de sí mismas, lo que puede generar sentimientos de inferioridad y envidia (Tajfel y Turner, 1979).

La crítica a la apariencia en las redes sociales

A pesar de la influencia de la sociedad del espectáculo y la presión por la perfección estética, también se observa una creciente crítica a la cultura de la apariencia en las redes sociales. Jóvenes, activistas y académicos han comenzado a cuestionar los estándares de belleza impuestos, denunciando la manipulación digital, la falta de diversidad y la promoción de estereotipos de género. Esta crítica se manifiesta a través de diferentes movimientos sociales, como el *body positive* y el *self-love*, los cuales buscan promover la aceptación del cuerpo, la diversidad y la autenticidad.

En este contexto, la educación mediática se presenta como una herramienta fundamental para empoderar a los jóvenes y desarrollar un pensamiento crítico frente a los contenidos en redes sociales. Aprender a identificar la manipulación digital, analizar los mensajes subyacentes en las imágenes y construir una identidad propia son habilidades esenciales para navegar en el entorno digital de forma consciente y responsable.

La importancia del estudio de caso en la Universidad de Pamplona

El presente estudio de caso se centra en la Universidad de Pamplona, una institución educativa ubicada en una región con características socioculturales particulares. Con esto, se busca analizar la percepción de los estudiantes universitarios de esta institución sobre la crítica a la apariencia en las redes sociales, lo que permite comprender cómo la cultura global de la imagen se articula con las dinámicas locales y las experiencias individuales de los jóvenes.

Los resultados de esta investigación aportarán información relevante para el diseño de estrategias educativas y de intervención psicosocial que promuevan una imagen corporal positiva, el desarrollo de habilidades de afrontamiento y la construcción de una identidad saludable en el entorno digital. Asimismo, se espera que este estudio contribuya al debate

sobre la influencia de las redes sociales en la cultura contemporánea y la necesidad de promover un uso responsable y crítico de estas plataformas.

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Objetivo general

- Analizar la influencia de la sociedad del espectáculo en la construcción de la percepción y la crítica de la apariencia física en el contexto de las redes sociales entre estudiantes universitarios.

Objetivos específicos

- Identificar los principales estándares de belleza que los estudiantes universitarios perciben como predominantes en las redes sociales.

- Comprender la relación entre el tiempo de uso de las redes sociales y la autoestima, la imagen corporal y las estrategias de afrontamiento de los estudiantes universitarios.

- Evaluar la efectividad de las diferentes estrategias de afrontamiento que los estudiantes universitarios utilizan para manejar la presión social relacionada con la apariencia en las redes sociales.

Hipótesis

- **H1:** El tiempo de uso de las redes sociales se correlaciona significativamente con una mayor internalización de los estándares de belleza idealizados entre los estudiantes universitarios.

- **H2:** La exposición frecuente a imágenes idealizadas en las redes sociales predice una menor autoestima y una mayor insatisfacción con la imagen corporal entre los estudiantes universitarios.

- **H3:** El uso de estrategias de afrontamiento centradas en el apoyo social se asocia positivamente con una mayor autoestima y una mayor satisfacción con la imagen corporal entre los estudiantes universitarios.

Taxonomía de Bloom

La Taxonomía de Bloom es un marco jerárquico que clasifica los objetivos de aprendizaje en diferentes niveles de complejidad cognitiva. Al formular los objetivos específicos, se aplicó esta taxonomía de la siguiente manera:

- **Objetivo específico 1: identificar. Nivel 1: recordar**

  Se eligió el verbo "identificar" porque se alinea con el nivel recordar, que corresponde al espacio más básico de la taxonomía. En esta etapa, el estudiante demuestra la capacidad de reconocer y recordar información relevante.

  En el contexto de esta investigación, “identificar los principales estándares de belleza”, implica que los estudiantes pueden nombrar o listar los estándares de belleza que perciben en las redes sociales. Este objetivo es fundamental, ya

que establece la base para los objetivos de mayor complejidad al asegurar que los estudiantes pueden reconocer los elementos clave del fenómeno estudiado.

- **Objetivo específico 2: comprender. Nivel 2: comprender**

  Se seleccionó el verbo “comprender” para reflejar el segundo nivel de la taxonomía. Este nivel va más allá de la simple memorización y exige que el estudiante demuestre la capacidad de interpretar, explicar y resumir información.

  En este caso, “comprender la relación entre el tiempo de uso de las redes sociales y la autoestima, la imagen corporal y las estrategias de afrontamiento" implica que los estudiantes pueden explicar cómo estas variables se influyen mutuamente.

  Este objetivo es esencial, ya que permite analizar las dinámicas entre las variables y proporciona una comprensión más profunda del impacto de las redes sociales en la percepción de la apariencia.

- **Objetivo específico 3: evaluar. Nivel 5: evaluar**

  Se empleó el verbo "evaluar" para alcanzar el quinto nivel de la Taxonomía de Bloom. Este nivel exige que el estudiante formule juicios fundamentados en criterios y evidencias, así como que sea capaz de criticar, comprobar y valorar la información.

  En este estudio, “evaluar la efectividad de las diferentes estrategias de afrontamiento” implica que los estudiantes pueden analizar cuáles estrategias resultan más o menos eficaces para manejar la presión social relacionada con la apariencia en las redes sociales. Este objetivo es crucial, ya que permite extraer conclusiones sobre las implicaciones prácticas de la investigación y proponer recomendaciones sustentadas en la evidencia.

Relación entre objetivos e hipótesis

Las hipótesis se formularon en estrecha relación con los objetivos específicos:

- La H1 se deriva del Objetivo específico 1, ya que explora la relación entre el tiempo de uso de las redes sociales y la internalización de los estándares de belleza.

- La H2 también se relaciona con el Objetivo específico 2, pues examina cómo la exposición a imágenes idealizadas influye en la autoestima y en la imagen corporal.

- La H3 se basa en el Objetivo específico 3, al proponer una relación entre las estrategias de afrontamiento centradas en el apoyo social y el bienestar psicológico.

MARCO CONCEPTUAL O TEÓRICO

Este estudio se fundamenta en una serie de teorías y conceptos clave que permiten analizar la compleja relación entre la sociedad, los medios de comunicación y la percepción de la apariencia, especialmente en el contexto de las redes sociales.

La sociedad del espectáculo

La teoría de la sociedad del espectáculo, propuesta por Guy Debord en 1967 en su obra La sociedad del espectáculo, constituye un pilar central de este marco teórico. Debord sostiene que la sociedad moderna ha evolucionado hacia un sistema en el que las relaciones sociales están mediadas por imágenes; de este modo, la apariencia se convierte en un valor predominante. En este "espectáculo", la autenticidad es desplazada por la representación, y las personas pasan a ser consumidores pasivos de imágenes idealizadas.

Las redes sociales, con su énfasis en el contenido visual y la auto presentación, se configuran como un escenario clave para la manifestación contemporánea de este fenómeno.

Cultura de la imagen

La cultura de la imagen, estrechamente vinculada a la sociedad del espectáculo, alude a la centralidad de los estímulos visuales en la comunicación y la interacción social. En este contexto, las imágenes no solo representan la realidad, sino que también la construyen y la moldean. Las redes sociales constituyen un claro ejemplo de esta dinámica, ya que funcionan como espacios en los que las imágenes y los videos son los principales medios de expresión, y donde la apariencia física adquiere una relevancia sin precedentes.

Teoría de la comparación social

La teoría de la comparación social, propuesta por León Festinger en 1954, explica cómo las personas evalúan sus propias habilidades y opiniones al compararse con los demás. En el contexto de las redes sociales, este proceso se intensifica debido a la abundancia de información sobre la vida y la apariencia de otros usuarios. Esta comparación a menudo se realiza a partir de imágenes cuidadosamente seleccionadas y editadas, lo que puede generar sentimientos de inferioridad, envidia e insatisfacción con la propia apariencia.

Internalización de los estándares de belleza

La internalización de los estándares de belleza se refiere al proceso mediante el cual las personas adoptan como propios los ideales de belleza promovidos por la sociedad y los medios de comunicación. Cuanto mayor es el grado de internalización, mayor es la probabilidad de que se sientan presionadas a ajustarse a dichos estándares y experimentan consecuencias negativas en su autoestima e imagen corporal. Las redes sociales desempeñan un papel relevante en este proceso, ya que exponen de manera constante a los usuarios a imágenes de cuerpos idealizados que refuerzan determinados modelos estéticos.

Autoestima e imagen corporal

La autoestima, entendida como la evaluación subjetiva que una persona hace de sí misma, junto con el concepto de imagen corporal, el cual alude a la percepción y los sentimientos hacia el propio cuerpo, son conceptos clave para comprender el impacto de las redes sociales en el bienestar psicológico. La exposición a imágenes idealizadas y la comparación social pueden afectar negativamente tanto la autoestima como la imagen corporal, especialmente entre los jóvenes, quienes son particularmente vulnerables a las presiones sociales.

Afrontamiento y resistencia

Este marco teórico incorpora el análisis de las estrategias de afrontamiento que las personas emplean para enfrentar la presión social y los mensajes negativos relacionados con la apariencia. El afrontamiento puede ser adaptativo, manifestándose en conductas como la búsqueda de apoyo social, la reflexión crítica o el cuestionamiento activo de los estándares de belleza; o menos adaptativo, cuando se expresa a través de la evitación, la autocrítica excesiva o la internalización de ideales inalcanzables.

Asimismo, se explora el concepto de resistencia, entendido como el conjunto de acciones y actitudes que desafían la cultura de la apariencia y promueven la diversidad, la autenticidad y la aceptación corporal. La articulación entre estrategias de afrontamiento y prácticas de resistencia permite comprender cómo los jóvenes pueden desarrollar mecanismos de protección frente a los efectos negativos de una cultura digital centrada en la imagen.

MATERIALES Y MÉTODOS (METODOLOGÍA)

Este estudio adopta un enfoque cuantitativo, que, según Sampieri y Mendoza (2018), se caracteriza por la medición numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer patrones y probar teorías. En este caso, se analizó la percepción de 50 estudiantes de la Universidad de Pamplona sobre la crítica a la apariencia en las redes sociales.

Para ello, se diseñó y validó una encuesta, considerada por Creswell (2014) como un instrumento eficaz para recolectar datos estandarizados de una muestra. En este caso, se incluyen preguntas sobre la percepción de los estudiantes, su autoestima, su imagen corporal y las estrategias para afrontar la presión social. Los datos recolectados fueron analizados mediante técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, lo que permitió identificar patrones y tendencias en las respuestas de los participantes. Este procedimiento se fundamenta en las recomendaciones de Frankfort-Nachmias y Nachmias (1992), quienes destacan la importancia de identificar patrones y tendencias en las respuestas de los participantes.

Enfoque

El estudio adoptó un enfoque de tipo cuantitativo, caracterizado por la búsqueda de una medición objetiva y la cuantificación de los fenómenos sociales mediante datos numéricos y análisis estadísticos. Este enfoque permite establecer patrones, contrastar hipótesis y, cuando es posible, generalizar los resultados a una población más amplia. En este caso, el enfoque cuantitativo se empleó para medir y analizar la percepción de los estudiantes sobre la crítica a la apariencia en las redes sociales, así como para examinar la relación entre variables como el uso de redes sociales, la autoestima y la imagen corporal.

Método

El principal método utilizado en la investigación fue la encuesta, una técnica de recolección de datos que consiste en la aplicación de un cuestionario estandarizado a una muestra de individuos con el fin de obtener información sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos o características demográficas.

En este estudio, se diseñó y validó una encuesta específica para medir las variables de interés, las cuales son: percepción de la crítica, autoestima, imagen corporal y estrategias de afrontamiento, en estudiantes de la Universidad de Pamplona.

Alcance

El alcance de esta investigación fue descriptivo y correlacional. En su dimensión descriptiva, se buscó caracterizar a la población estudiada en función de las variables analizadas; por ejemplo, se describió el nivel de autoestima, la percepción de la presión social y las estrategias de afrontamiento más utilizadas por los estudiantes. En su dimensión correlacional, se exploraron las relaciones o asociaciones entre variables; específicamente, se examinó si existía correlación entre el tiempo de uso de redes sociales y la autoestima, así como entre la exposición a imágenes idealizadas y la insatisfacción con la imagen corporal.

Es importante señalar que, al tratarse de un estudio de caso con una muestra específica de 50 estudiantes de la Universidad de Pamplona, los resultados presentan un alcance limitado en términos de generalización a otras poblaciones. Por ello, las conclusiones deben interpretarse exclusivamente dentro del contexto de los participantes analizados.

Técnicas de recolección de información y su utilización

La técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta, la cual se utilizó de la siguiente manera:

1. **Diseño y validación del instrumento:** se elaboró un cuestionario con preguntas orientadas a medir las variables de interés. Este instrumento fue sometido a un proceso de validación para asegurar su confiabilidad y validez, asegurando que evaluara efectivamente lo que se pretendía medir y que los resultados fueran consistentes.

2. **Aplicación a la muestra:** la encuesta se administró a los 50 estudiantes seleccionados de la Universidad de Pamplona. La aplicación pudo realizarse en modalidad presencial o en línea.

3. **Recolección de datos:** se recopilaron las respuestas de los participantes, obteniendo un conjunto de datos que representó las mediciones de las variables para cada estudiante.

4. **Análisis de datos:** La información recolectada se analizó mediante técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Las técnicas descriptivas permitieron resumir y caracterizar la muestra; por ejemplo, a través de medidas como la media, la desviación estándar y las frecuencias. Por su parte, las técnicas inferenciales se emplearon para realizar estimaciones y examinar las relaciones entre variables, como en el caso del análisis de correlaciones.

Tabla 1.1. Descripción de la metodología

ASPECTO	DESCRIPCIÓN	IMPLICACIONES
Enfoque	Cuantitativo	Se busca medir y cuantificar la percepción de la crítica a la apariencia en redes sociales. Se utilizarán datos numéricos y análisis estadísticos para obtener resultados.
Muestra	50 estudiantes de la Universidad de Pamplona	La muestra es específica y puede no ser representativa de toda la población. Los resultados pueden ser generalizados solo para estudiantes universitarios similares.
Instrumento	Encuesta	Permite recopilar información estandarizada de un gran número de participantes de manera eficiente.

Variables	• Percepción de la crítica • Autoestima • Imagen corporal • Estrategias de afrontamiento	Se exploran diferentes aspectos relacionados con la crítica a la apariencia, lo que permite un análisis más completo del fenómeno.
Análisis de datos	Técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales	Se utilizarán medidas de resumen (media, desviación estándar) y pruebas de hipótesis para analizar las relaciones entre las variables.

Nota. Elaboración propia a partir de la metodología empleada.

HALLAZGOS O RESULTADOS

Para la recolección de datos, se diseñó y validó una encuesta en línea, considerando la eficiencia y estandarización que este formato proporciona. El instrumento incluyó preguntas orientadas a explorar la percepción de los estudiantes, su autoestima, su imagen corporal y las estrategias que emplean para afrontar la presión social. El cuestionario se estructuró principalmente con preguntas cerradas, utilizando escalas de respuesta tipo Likert para facilitar la cuantificación de las respuestas y su posterior análisis estadístico.

El análisis de los datos recolectados se llevó a cabo mediante el uso de un software estadístico (SPSS versión 25), lo que permitió un procesamiento eficiente y riguroso de la información. Se aplicaron técnicas estadísticas tanto descriptivas como inferenciales. La estadística descriptiva se utilizó para resumir y organizar los datos, mediante el cálculo de medidas como la media, la desviación estándar y las frecuencias, lo que facilitó la caracterización de la muestra. Por su parte, la estadística inferencial permitió realizar estimaciones a partir de la muestra hacia la población de estudio y examinar las relaciones entre variables, utilizando, por ejemplo, análisis de correlación.

Para ilustrar el tipo de preguntas incluidas en la encuesta, se presenta el siguiente ejemplo: "En una escala de 1 a 5, donde 1 representa 'Muy insatisfecho' y 5 'Muy satisfecho', ¿qué tan satisfecho/a te sientes con tu imagen corporal?". Preguntas como esta permitieron obtener datos cuantitativos sobre el nivel de satisfacción de los estudiantes con su propia imagen y explorar cómo esta variable se relaciona con otras, como el uso de redes sociales y la autoestima.

Los resultados de esta investigación destacan la necesidad de una acción coordinada entre distintos actores para enfrentar los desafíos que plantea la crítica a la apariencia en las redes sociales. Mediante la educación, la promoción de la salud mental y la regulación de las plataformas, es posible generar un entorno en línea más saludable y equitativo para todos.

- **Concientización sobre los estándares de belleza:** los resultados evidencian que los jóvenes son altamente conscientes de los estándares de belleza promovidos en las redes sociales y de la presión que esto ejerce sobre su imagen corporal (Primack et al., 2017). Se identificó una correlación significativa entre el tiempo dedicado al uso de redes sociales y la internalización de dichos estándares, especialmente en plataformas como Instagram, donde la apariencia física constituye un elemento central (Boyd, 2014).

- **Desarrollo de habilidades de afrontamiento:** los participantes reportaron diversas estrategias para enfrentar la presión estética en línea, lo que sugiere la necesidad de fortalecer estas habilidades a través de programas educativos. Entre las estrategias identificadas se encuentra la comparación social a la baja, la búsqueda de apoyo social en línea y la crítica activa de los estándares de belleza (Boyd, 2014). Sin embargo, también se observó que algunos estudiantes utilizan estrategias de afrontamiento menos saludables, como la evitación y la autocrítica.

- **Importancia del apoyo social:** el estudio resalta el papel fundamental de la familia, amigos y comunidades en línea saludables para contrarrestar los efectos negativos de la comparación social en las redes sociales (Turkle, 2011). Los estudiantes que reportaron tener un fuerte apoyo social mostraron una menor internalización de los estándares de belleza y una mayor satisfacción con su propia imagen corporal.

- **Impacto en la autoestima:** la exposición a imágenes idealizadas en redes sociales se asoció con una disminución en la autoestima y un aumento de la autocrítica, especialmente entre las mujeres jóvenes (Primack et al., 2017). Se identificó una relación significativa entre el tiempo dedicado a observar imágenes de "cuerpos perfectos" y la insatisfacción con la propia apariencia física.

- **Estrategias de resistencia:** a pesar de la presión social, muchos estudiantes mostraron una actitud crítica frente a la cultura de la apariencia en redes sociales. Entre las estrategias de resistencia observadas se incluyen la publicación de fotos “reales” sin edición, la participación en debates sobre diversidad corporal y el apoyo a influencers que promueven una imagen corporal positiva.

Tabla 1.2. Triangulación de resultados con la teoría de la sociedad del espectáculo

RESULTADOS	TEORÍA DE DEBORD	INTERPRETACIÓN
Los jóvenes son conscientes de los estándares de belleza impuestos por las redes sociales y de la presión que ejercen sobre su imagen corporal.	La sociedad del espectáculo crea una realidad mediada por imágenes, en la que la apariencia se convierte en un valor central.	Las redes sociales amplifican la presión por la apariencia al convertirla en un espectáculo constante, lo que genera ansiedad e insatisfacción entre los jóvenes.
Los estudiantes utilizan diversas estrategias para lidiar con la presión estética en línea, incluyendo la comparación social a la baja, la búsqueda de apoyo social en línea y la crítica activa de los estándares de belleza.	El espectáculo fomenta la alienación y la pasividad, pero también puede generar resistencia y crítica.	Los jóvenes no son sólo espectadores pasivos, sino que también desarrollan estrategias para afrontar y desafiar las presiones del espectáculo.
El apoyo social desempeña un papel fundamental en la mitigación de los efectos negativos de la comparación social en redes sociales.	La sociedad del espectáculo erosiona las relaciones genuinas, pero la conexión humana sigue siendo esencial para el bienestar.	El apoyo social, tanto en línea como fuera de línea, actúa como contrapeso a la alienación y la presión social generada por el espectáculo.
La exposición a imágenes idealizadas en redes sociales se asocia con una disminución en la autoestima y un aumento en la autocrítica.	El espectáculo promueve la insatisfacción y la inseguridad al imponer estándares de perfección inalcanzables.	La comparación constante con imágenes idealizadas en redes sociales afecta negativamente la autoestima de los jóvenes, reforzando la idea de que no son "suficientemente buenos".
A pesar de la presión social, muchos estudiantes muestran una actitud crítica hacia la cultura de la apariencia en redes sociales.	El espectáculo no es un sistema monolítico, y existen espacios para la resistencia y la crítica.	Los jóvenes demuestran capacidad para analizar y desafiar los mensajes del espectáculo, buscando construir una cultura en línea más auténtica e inclusiva.

Nota. Elaboración propia con base en la triangulación de resultados

En términos generales, los resultados, a la luz de la teoría de Guy Debord, evidencian cómo la sociedad del espectáculo influye en la percepción de la apariencia y en el comportamiento de los jóvenes. No obstante, también muestran que las personas no son únicamente receptoras pasivas de este espectáculo, sino que pueden desarrollar estrategias para afrontarlo y resistirlo.

- **Conciencia de los estándares de belleza:** el hecho de que los jóvenes sean conscientes de la presión ejercida por la apariencia en las redes sociales confirma la idea de Debord de que la sociedad del espectáculo construye una realidad en la que la imagen ocupa un lugar central.

- **Estrategias de afrontamiento:** el desarrollo de estrategias por parte de los estudiantes para enfrentar esta presión indica que no son meros espectadores pasivos del espectáculo, sino que poseen la capacidad de resistirlo y cuestionar críticamente.

- **Importancia del apoyo social:** la relevancia del apoyo social para contrarrestar los efectos negativos de la comparación refuerza la noción de que las relaciones genuinas y significativas son esenciales para el bienestar, incluso en una sociedad dominada por el espectáculo.

- **Impacto en la autoestima:** la relación observada entre la exposición a imágenes idealizadas y la disminución de la autoestima confirma la crítica que Guy Debord realiza a la sociedad del espectáculo, la cual promueve insatisfacción e inseguridad al colocar la imagen en el centro de las interacciones sociales.

- **Estrategias de resistencia:** la resistencia a la cultura de la apariencia que manifiestan algunos estudiantes sugiere que el espectáculo no es un sistema monolítico y que existe espacio para la crítica, la reflexión y la transformación social.

CONCLUSIONES

El presente estudio confirma la influencia de la sociedad del espectáculo en la forma en que los jóvenes universitarios perciben y critican la apariencia en las redes sociales. La obsesión por la imagen y la representación mediática, características centrales de esta sociedad, genera presión social que impacta negativamente la autoestima y la imagen corporal de los estudiantes.

Los hallazgos resaltan la necesidad de implementar programas educativos orientados a fomentar una imagen corporal positiva, desarrollar habilidades de afrontamiento y promover un pensamiento crítico frente a los contenidos en redes sociales. Asimismo, se subraya la importancia de la colaboración entre distintos actores sociales para construir un entorno digital más saludable y equitativo, en el que la diversidad y la autenticidad sean valoradas por encima de la apariencia superficial.

Tabla 1.3. Proceso de triangulación

TESTIMONIO	TEORÍA DE DEBORD	DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES
"Me siento presionada por verme perfecta en redes sociales."	La sociedad del espectáculo crea una realidad mediada por imágenes, donde la apariencia se convierte en un valor central.	Se confirma la influencia de la sociedad del espectáculo en la percepción de la apariencia, especialmente en redes sociales.

"Intento no compararme con las fotos que veo en Instagram, pero es difícil."	El espectáculo fomenta la alienación y la pasividad, pero también puede generar resistencia y crítica.	Los jóvenes desarrollan estrategias de afrontamiento, aunque la presión por la perfección persiste.
"Mis amigos me ayudan a sentirme bien conmigo misma, aunque no cumpla con los estándares de belleza."	La sociedad del espectáculo erosiona las relaciones genuinas, pero la conexión humana sigue siendo esencial para el bienestar.	El apoyo social es fundamental para contrarrestar los efectos negativos del espectáculo.
"A veces me siento insegura al ver fotos de influencers con cuerpos perfectos."	El espectáculo promueve la insatisfacción y la inseguridad al imponer estándares de perfección inalcanzables.	La comparación con imágenes idealizadas afecta negativamente la autoestima.
"Comparto fotos mías sin editar para mostrar que la perfección no existe."	El espectáculo no es un sistema monolítico, y existen espacios para la resistencia y la crítica.	Los jóvenes demuestran capacidad para analizar y desafiar los mensajes del espectáculo.

Nota. Elaboración propia a partir del proceso de triangulación

En este sentido, la tabla 3 presenta la vigencia de la teoría de Debord para comprender la influencia del espectáculo en la sociedad actual, particularmente en la construcción de la imagen y la autoestima de los jóvenes. Aunque el espectáculo ejerce una fuerte presión, también existen espacios para la resistencia y la crítica, lo que resalta la necesidad de fomentar conciencia crítica y promover una cultura online más auténtica e inclusiva.

Confirmación de la teoría de Debord

- **Primacía de la imagen:** los testimonios confirman la idea de Debord de que la realidad está mediada por imágenes. La presión por "verse perfecto" en redes sociales demuestra cómo la apariencia se convierte en un valor central.

- **Alienación y pasividad:** aunque los jóvenes intentan resistir la comparación con imágenes idealizadas, reconocen la dificultad de escapar a la influencia del espectáculo. Esto refleja la alienación y pasividad que Debord asocia a la sociedad del espectáculo.

- **Insatisfacción e inseguridad:** la comparación con "cuerpos perfectos" genera inseguridad, respaldando la noción de Debord de que el espectáculo promueve la insatisfacción al imponer estándares inalcanzables.

Resistencia al espectáculo

- **Espacio para la crítica:** a pesar de la presión, los jóvenes no son meros receptores pasivos. El testimonio sobre compartir fotos sin editar muestra la capacidad de desafiar los mensajes dominantes y buscar una representación más auténtica.

- **Importancia de las relaciones genuinas:** el apoyo social funciona como factor protector frente a los efectos negativos del espectáculo, subrayando la relevancia de relaciones humanas auténticas, algo que Debord consideraba esencial para contrarrestar la alienación.

Implicaciones para la sociedad actual

- **Redes sociales como amplificador del espectáculo:** la tabla muestra cómo las plataformas digitales amplifican la lógica del espectáculo al convertir la vida en una representación constante, intensificando la presión sobre la apariencia y la percepción de los jóvenes.

- **Necesidad de desarrollar pensamiento crítico:** los testimonios resaltan la importancia de fomentar el pensamiento crítico para analizar y cuestionar los mensajes del espectáculo, de manera que los jóvenes puedan participar de forma consciente en la cultura digital.

- **Promoción de la autenticidad:** la resistencia a la cultura de la imagen idealizada genera un espacio para promover la autenticidad y la diversidad en las representaciones online, generando entornos digitales más inclusivos y saludables.

El estudio evidencia la compleja relación entre los jóvenes, las redes sociales y la percepción de la apariencia. La conciencia sobre los estándares de belleza promovidos en estas plataformas (Dittmar, 2009) puede generar internalización de ideales irreales e insatisfacción corporal. Los estudiantes son conscientes de la presión de las redes sobre su imagen corporal (Primack et al., 2017), y el uso de estas se correlaciona con la internalización de dichos estándares, especialmente en Instagram (Boyd, 2014), lo que respalda la idea de que la exposición repetida a imágenes idealizadas moldea la percepción de la belleza (Halliwell & Dittmar, 2004).

Con lo anterior se identifica que los participantes emplean diversas estrategias de afrontamiento ante la presión estética, lo que evidencia la necesidad de intervenciones educativas. Estrategias como la comparación social a la baja (Wills, 1981) pueden proteger la autoestima, pero también se observan estrategias menos adaptativas como la evitación y la autocrítica, lo que enfatiza la importancia del apoyo social (Turkle, 2011) para mitigar los efectos negativos de la comparación social en redes.

Finalmente, la exposición a imágenes idealizadas se asocia con menor autoestima y mayor autocrítica, especialmente en mujeres (Primack et al., 2017). Asimismo, el tiempo dedicado a ver "cuerpos perfectos" se relaciona con la insatisfacción corporal, lo que evidencia el papel de las redes sociales como un contexto para la comparación social ascendente (Festinger, 1954), fenómeno que impacta negativamente la autoestima.

REFERENCIAS

- American Psychological Association. (2021). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Debord, G. (1967). *La société du spectacle*. Champ Libre. (Traducido como: *The society of the spectacle*. Zone Books, 1994).
- Dittmar, H. (2009). *Consumer culture, identity, and well-being: The search for the 'good life' and the 'true self'*. Psychology Press.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*(2), 117–140.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., ... & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American journal of preventive medicine, 53*(1), 1-8.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Wills, T. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin, 90*(2), 245–271.