

Conceptualización de “el yo” en las redes sociales. Afectos y relato entre lo verbal y no verbal

Conceptualizing the “self” in social networks. Affection and narrative between the verbal and the nonverbal

Conceitualização de “o eu” nas redes sociais. Afetos e história entre o verbal e o não-verbal

Manuel J. Picado Sánchez
Universidad de Cádiz
Cádiz, España

mjpicados@lasalleandalucia.net

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9850-6840>

Teresa-G. Sibón Macarro
Universidad de Cádiz
Cádiz, España

teresa.sibon@uca.es

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6541-1770>

Marcia Koffermann
Instituto de las Hijas de María
São Paulo, Brasil

rmarciak27@yahoo.com.br

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1689-1509>

Bruna Caroline Marques Gonçalves
Faculdade Serra Dourada
Lorena, Brasil

drabrunacarolinebcmg@gmail.com

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1123-8722>

Recibido – Received – Recebido: 15/07/2024 Corregido – Revised – Revisado: 13/08/2024 Aceptado – Accepted – Aprovado: 05/09/2024

DOI: <https://doi.org/10.22458/ie.v26iespecial.5391>

URL: <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/innovaciones/article/view/5391>

Resumen: En el presente ensayo se procura reflexionar sobre la contemplación de “el yo” por el sujeto mismo cuando exporta a las redes sociales su imagen personal; para ello crea un relato entre palabras e imágenes con intención de ser aceptado. Se interpela mediante una reflexión crítica y se pone el enfoque de un prosumidor hipotético (Toffler, 1980) que aporta su versión de “el yo” con la que se identifica o hace por encajar entre realidad y deseo. Es un planteamiento interdisciplinar y multitextual de ese comunicar su rostro, su cuerpo y su vida por medio de unos parámetros positivos (Erikson, 1974; Festinger, 1957; Kaplún, 1998). Se observa la recurrencia para mostrarse uno mismo, sea con una imagen real y genuina o sea manipulada hacia la trazada y alzada de una versión idealizada (Barker, 2020; Koffermann, 2024). Se propone una revisión para el diseño de algunos talleres cuyos objetivos versan sobre el fomento de la autoestima, el afianzamiento de estrategias para la aceptación y la apertura a la diversidad. Además, se elige un formato ensayístico para tamizar y percibir ese impacto de la versión o las versiones de la autoimagen de adolescentes en las redes sociales, lo que será presentado como un reto de la formación del profesorado en educación mediática (<https://www.redalfamed.org/vii-congreso-2024-costarica>). A partir de la discusión constructiva, se pretende ofrecer pautas para la intervención, tanto desde el ámbito de la educación como desde el área de salud; las estrategias se sustentan en el análisis del relato multimodal que emerge de las definiciones con las que cada sujeto proyecta su “yo”.

Palabras claves: conceptualización; redes sociales; afectos; cuento; salud

Abstract: This essay reflects on the subject's contemplation of the "self" when exporting one's personal image to social networks with the intention of being accepted. It interpellates the reader through a critical reflection and proposes the approach of a hypothetical prosumer (Toffler, 1980) who brings a version of the "self" with which they identify or try to fit between reality and desire. This is an interdisciplinary and multitextual approach to the way the subject communicates through positive parameters a face, a body and a life (Erikson, 1974; Festinger, 1957; Kaplún, 1998). We observe the recurrence of showing oneself, either with a real and genuine image or manipulated to the point of creating an idealized version (Barker, 2020; Koffermann, 2024). It is proposed to redesign some workshops that aim to promote self-confidence, strengthen acceptance strategies and open up to diversity. Furthermore, an essay format is chosen to analyze the impact of the different versions of the self-image of adolescents in social networks on teacher training in media education (<https://www.redal-famed.org/vii-congreso-2024-costa-rica>). Constructive discussion will be used to offer guidelines for intervention in both the educational and health fields. The strategies are based on the analysis of the multimodal story that emerges from the definitions with which each subject projects his or her "self".

Keywords: Conceptualization; social networks; affect; story; health

Resumo: Este ensaio tenta refletir sobre a contemplação de "o eu" pelo próprio sujeito quando exporta sua imagem pessoal para as redes sociais; para isso, cria uma história entre palavras e imagens com a intenção de ser aceito. É questionado através da reflexão crítica e é feita a abordagem de um hipotético prosumidor (Toffler, 1980) que contribui com a sua versão de "o eu" com o qual se identifica ou faz para se enquadrar entre a realidade e o desejo. É uma abordagem interdisciplinar e multitextual para comunicar o seu rosto, o seu corpo e a sua vida através de parâmetros positivos (Erikson, 1974; Festinger, 1957; Kaplún, 1998). Observa-se a recorrência de se mostrar, seja com uma imagem real e genuína ou manipulada no sentido do desenho e elevação de uma versão idealizada (Barker, 2020; Koffermann, 2024). Propõe-se uma revisão para o design de alguns workshops cujos objetivos são a promoção da autoestima, fortalecendo estratégias de aceitação e abertura à diversidade. Além disso, opta-se por um formato de ensaio para peneirar e perceber o impacto da versão ou versões da autoimagem dos adolescentes nas redes sociais, o que será apresentado como um desafio para a formação de professores em educação midiática (<https://www.redal-famed.org/vii-congreso-2024-costa-rica>). A partir da discussão construtiva, pretende-se oferecer diretrizes de intervenção, tanto do campo da educação como da área da saúde; as estratégias baseiam-se na análise da história multimodal que emerge das definições com que cada sujeito projeta o seu "eu".

Palavras-chave: conceitualização; redes sociais; afetos; conto; saúde.

INTRODUCCIÓN

El contexto del ensayo se ubica en el marco de una tarea de indagación y revisión del concepto de "dismorfia" como un mecanismo humano por el cual cada sujeto opta por transformar su autoimagen en internet. Es decir, va más allá de la designación fisiológica del término para orientarse a la psicológica, educacional y estética. Una de las primeras consecuencias de esta premisa es abordar cómo se elabora esa conceptualización o definición de "el yo"; de hecho, cobra singular relevancia esta identificación y referencia desde el uso de las aplicaciones, especialmente entre la gente joven.

Para analizar dicha definición, se observa y analiza cómo el sujeto define o versiona "el yo", cuáles son sus expresiones y recurrencias, la imbricación de elementos lingüísticos y extralingüísticos en esos relatos del sujeto sobre sí misma, o sobre sí mismo. El uso de las redes sociales y su repercusión en la sociedad actual cobra una singular relevancia precisamente por su transferencia interdisciplinar en: comunicación, educación, salud, estética.

De la totalidad del proyecto, se presenta, seguidamente, un fragmento respecto del total de la indagación previa que se sitúa en el ámbito tanto de las habilidades comunicativas en las redes sociales y de la innovación educativa, como de la alfabetización mediática. Se trata de dilucidar las bases para una posterior indagación macro. Se parte, por tanto, de cómo el sujeto maneja esa versión de sí con la que se define en los espacios compartidos de internet. Emerge una acepción de "dismorfia" que sí se identifica con un trastorno de percepción personal, sí se ubica en el ámbito de la salud, y que se puede prevenir con educación sobre el uso de internet, con una maduración de esa alfabetización digital.

Según la literatura actual consultada sobre esta cuestión, el perfil responde a personas con carencias afectivas, de inconsistente personalidad, cuyos comportamientos conductuales y lingüísticos repercuten en el trato hacia sí mismas y de ellas hacia “el otro” (cfr. infra). Este fenómeno de expansión exponencial se presenta en grupos de población heterogéneos tanto desde el punto de vista del sexo, edad, ocupación personal (estudiantes o con dedicación profesional de diverso tipo), como desde los comportamientos adictivos vinculados con el uso de internet.

Por ello, este tipo de “dismorfia” no se relaciona con una carencia o deformación objetiva, sino con una falta de aceptación de esa porción de “el yo” que el sujeto no acepta de sí mismo o lo percibe como conflicto de cara a la relación con su entorno (Barker, 2020). Su aproximación al concepto de “el yo” parece verse condicionada por su relación con los demás miembros de su comunidad de hablantes, con su porción de comunidad mediática y, con su comunidad social. Esta acepción de la voz “dismorfia” se imbrica con la psicología, la psiquiatría, la comunicación, la educación y, la estética, de manera interdisciplinar,

Como es sabido y comúnmente aceptado, las personas usuarias de las redes tienen el poder de ofrecer tantas versiones de “el yo” como ellas barajen el conocimiento de sí, con las fluctuaciones de sus sentimientos, inmersos en una sociedad líquida y de la posverdad, de las filtraciones o dominios del “ego” frente a la forja de la personalidad de “el yo”.

Entre esas bases, se acepta que: “El ego es el modo de percibir la realidad y reaccionar ante ella desde las dimensiones inferiores del ser humano: el cuerpo físico (con su instinto), el cuerpo emocional y el cuerpo mental (...) El ego constituye un gran motor para el desarrollo humano. En sí mismo, no es, en absoluto, negativo, pero se convierte en un problema para alcanzar la paz cuando está muy activo y dirige nuestras acciones sin permitirnos operar desde nuestro centro espiritual. El ego se muestra especialmente en el deseo de autoafirmación personal, que nos lleva a centrarnos excesivamente en nosotros mismos, sea material, emocional, mental o incluso espiritualmente, pues el ego puede dificultar la expresión del alma. (...) Tres son las necesidades básicas del ego: a) buscar una completa seguridad física, emocional y mental; b) tratar de controlar todo lo que sucede a su alrededor para acomodarlo a sus preferencias y c) ansiar el reconocimiento, el cariño y la alabanza de los demás” (Domingo Osle y Rodríguez-Fraile, 2022:71-72).

Honestamente, ¿quién no quiere ser querido o saberse aceptado? El verse integrado en un grupo familiar o social contribuye al crecimiento interior, al desarrollo de las capacidades con las que se nace, a la paz interior personal y en vínculo con el contexto y la porción de la sociedad en la que vive. Desde las redes sociales, el perímetro de interacción se amplía exponencialmente, máxime entre los adolescentes. Parece que cada sujeto activa en las redes sociales un juego entre realidad y deseo, entre un ser o no ser. Cabría considerar que se entabla un aprendizaje dialógico con un “yo” autómatas, volátil o etéreo. Hay un flujo conversacional entre los constructos humanos y los que ofrece cada aplicación en tanto que máquina reflexivo-circular que entabla cierta trifulca entre su etopeya (rasgos físicos) y su prosopografía (rasgos internos).

Es comúnmente aceptado que este ejercicio se active, consciente o semiconsciente, en especial a partir de la edad adolescencia (Erikson, 1974; Festinger, 1957; Palacios, Coll y Marchesi, 1999). Ha de ser el adulto a cargo de la persona joven quien lo acompaña en el conocimiento, el desarrollo, la aceptación que se encamina hacia ese subjetivo relato de la definición de “el yo” del mejor modo entre los posibles (Kaplún, 1988; Sibón-Macarro, 1994). Durante la infancia y la adolescencia, este proceso supone descubrimiento y conocimiento; durante la edad adulta, como explicaba en clases de ética don Narciso cuando corrían los años 80, se aprende a disimular la estupidez humana, mucha tontería, y a zarandear no pocas heridas interiores.

En este ensayo, se invita a reflexionar para hacerlas paulatinamente conscientes o, si no llegan a ser conscientes, aproximarse al modo en que han de ser abordadas en las aulas y en los centros de salud.

Por eso, el objetivo general de este ensayo es ofrecer una de las reflexiones previas: la definición de “el yo” desde esta acepción de “dismorfia”. La propuesta de partida es llegar a la creación de los parámetros para detectar esta conformación de alteridades dismórficas, las cuales condicionan la formación del concepto de “el yo”. Como se verá más adelante, se comienza por los elementos comunes que emergen en propuestas didácticas tipo (PDT) y en las obras elegidas para taller de lectura de cuentos para tratar los afectos.

DESARROLLO DEL TEMA

El presidente de la Red AlfaMed (<https://www.redalfamed.org/>), Ignacio Aguaded, fue quien puso en contacto a una joven investigadora de un Máster internacional que coordina con un miembro de dicha Red durante un evento de innovación educativa de la Red Educativa DIM-EDU (<https://dimglobal.net/>), coordinado por Pere Marqués en la Universidad San Pablo Andalucía CEU (Bormujos, Sevilla-España) en 2024.

En un primer encuentro, se pusieron sobre la mesa las inquietudes de cada investigadora del equipo inicial de trabajo con la intención de imbricar lo mejor de cada una de las áreas, en relación con la comunicación verbal y no verbal, así como con aplicaciones (*apps*) de raigambre social que ofertan diversos recursos para favorecer el entramado de las redes sociales. Paulatinamente, se fueron acuñando posibles sublíneas de investigación destacando una que preocupaba a dichas investigadoras, en tanto que también ejercían su labor como docentes, y que los destinatarios del quehacer educativo eran adolescentes y jóvenes estudiantes: hábiles en el tratamiento de la autoimagen de cara a su presencia en las redes sociales.

Calibrando la enorme dimensión de la cuestión y su vínculo con la estética, como se adelantaba en las primeras líneas, se creó un grupo base de tres expertas en las áreas fundamentales: educación, estética, comunicación y, semiótica. En unas semanas, gracias a los contactos en sus respectivos países, se fue creando un grupo mayor de especialistas del mundo de la pedagogía, la educación, la comunicación, la estética, la psiquiatría y, de la psicología que contaba con expertas de Alemania, Bolivia, Brasil, Colombia y España. Un colectivo de 12 mujeres investigadores con las que se cursa un proyecto internacional.

Contemplando los resultados de una inicial avanzadilla en la literatura al respecto, se detecta cierta carencia de estudios de envergadura en algunos países, según acusan y reseñan los mismos autores de esas indagaciones publicadas. La mayoría de las discusiones y reflexiones señalan dicha carencia y, de ahí, destacan que una de las consecuencias de esas visiones sesgadas, o demasiado generales, poco ayudan a los avances en salud mental y en el manejo adecuado de las aplicaciones de perfil social comunicativo. Además, se vislumbra que los pacientes llegan con trayectorias muy diversas y, algunos llegan con personalidades dañadas en distintos puntos de su historia de vida, con repercusión diferente en las relaciones afectivas con sígo mismas, y con las demás personas.

Con esa lluvia de ideas e intuiciones, se generó un reparto de tareas relativo al mencionado barrido bibliográfico sobre la cuestión, el cual actuó como eje vertebrador del proyecto global en torno al cual girarán las aportaciones por los enfoques, por las especialidades. La primera revisión bibliográfica y reflexión se propuso con el título: *El impacto de las redes sociales sobre la autoimagen en los adolescentes*. Se demarcaron las referencias, se repartieron las lecturas de la literatura para un análisis preliminar, circunscribiéndolo a los dos últimos lustros, con publicaciones que estuvieran en SCOPUS (próximamente se harán públicos los resultados en el *VII Congreso Internacional Alfamed*, en Costa Rica, del 15 al 17 de octubre de 2024, cuyo tema reza: *Redes sociales y ciudadanía: El reto de la formación del profesorado en educación mediática* (Koffermann, Marques Gonçalves, Sibón-Macarro, VII Congreso AlfaMed, Costa Rica, octubre de 2024, próximamente: <https://www.redalfamed.org/vii-congreso-2024-costarica>).

Otro de los resultados de esa lluvia de ideas fue descubrir la necesidad de conocer el concepto “dismorfia” y, a partir de ahí, revisar su vínculo con la conceptualización de “el yo” en su perspectiva semiótica y estética. La reflexión podría ayudar a aproximarse mejor al análisis de dicha realidad en nuestros respectivos entornos sociales y educativos, ciñéndose a la descripción de las autoimágenes faciales y corporales en las redes sociales. Ya que la meta final del naciente proyecto internacional era aportar datos a la ciencia de la salud para facilitar evidencias, se hizo imprescindible trabajar una reflexión previa a través del diseño de un elenco de PDT que nacía con una intención preventiva, que posibilite la reconciliación de “el yo” con el “ego”, y su alteridad con cada uno de sus ‘alter ego’. Es decir, con el diseño de dichas propuestas tipo, se pretendía analizar cómo se podría cultivar la resiliencia para labrar su aceptación personal con naturalidad, al tiempo que se labraba el camino para el descubrimiento del saber ser “yo”, del saber quererse y del saber conocerse. Todo ello se acuñaba con la atención a la diversidad, con la visión de esta como un claro medio de enriquecimiento personal y como grupo social.

Se comenzaron a barajar las competencias comunicativas, sociales, afectivas, estéticas y de las artes desde las primeras líneas de avance sobre el mencionado trabajo del equipo base, únicamente conformado por las expertas de Brasil y España. Para el presente ensayo sobre la *Conceptualización de ‘el yo’ en las redes sociales. Afectos y cuentos entre lo verbal y no verbal*, se vio la conveniencia de contar con un doctorando de la Universidad de Cádiz, formado en Educación y en Lingüística. Su tesis versa precisamente sobre la definición, en tanto que hecho comunicativo y lingüístico, en los procesos de enseñanza/ aprendizaje de la lengua materna, sobre los procesos para el desarrollo de habilidades comunicativas escritas y a través del entorno social del que forman parte (Picado Sánchez y Sibón-Macarro, 2024; Sibón-Macarro, 2024; Sibón-Macarro y Romero Alfaro, 2024). También era un valor sumativo contar con sus habilidades en la búsqueda de recursos digitales en su centro educativo (La Salle “Santa Natalia”, Puerto de Santa María, Cádiz-España), donde el doctorando trabaja. Su familiaridad con las redes sociales lo convertía en el candidato idóneo para el presente “ensayo-satélite” de entre los que circundan el tema central anunciado, y desde la óptica educativo-terapéutica descrita en líneas anteriores.

A este respecto, el doctorando y su directora de tesis se propusieron aprovechar sus indagaciones sobre la definición para trasladarlas a la acepción de la voz “dismorfia” en la que se centra el proyecto marco, en consonancia con la proyección de “el yo”. Dicho traslado contribuyó a abordar la cuestión desde dos frentes interrelacionándolos entre sí por ser fundamentales en el ensayo: a) la percepción del mundo de los afectos en el transcurso de las lecturas de cuentos que tratan “el yo”, la aceptación de “el yo” por sí misma (con la conjugación de cada “alter ego” que las plataformas permiten), y por lo que ve “el otro”, desde la pluralidad de “lo otro” y las diversas alteridades en contextos próximos emergentes; b) el análisis de las PDT en torno a las vivencias vinculadas con la autoimagen.

Con las pautas descritas por Lorenzo Hernández Pallarés para la descripción de su neologismo “cuento-terapia” (desde 2010, en <https://www.cuentoterapia.com/>, cotejado el 14 de junio de 2024), se aborda ese arte de sanar con los cuentos, en cualquiera de los formatos posibles de tales narraciones, en versiones papel o digital. Se recuerda que “Al otro lado del mundo, junto al calor de las hogueras de plenilunio, las familias se juntaban para escuchar cuentos que pasaban de boca a oreja, de padres a hijos, generación tras generación”. También, se comparte el convencimiento de que, “desde la más remota antigüedad, los cuentos nos han hecho soñar con un mundo mejor, un mundo más allá del dolor y el sufrimiento” (González Andrés y Liñares Gutiérrez, 2023: 97).

Desde lectura y salud, desde el relato y los afectos, los cuentos perviven siendo oídos, leídos, vistos y tratados como un recurso, una herramienta que “tiene el poder de sanar el aparato psíquico partiendo de nuestro maltrecho inconsciente. Los cuentos tradicionales constituyen mapas que presentan las rutas seguidas por nuestros antepasados para encontrar soluciones, alternativas vitales. Estas guías constituyen su legado. Como acabo de indicar, también incorporamos a nuestro catálogo de cuentos obras en las que se expresa una sensibilidad individual. Escogemos aquellos en los que sus autores han

sido capaces de crear mapas que hablen a nuestro niño interno perdido y nos reconcilien con nuestro olvidado pensamiento mágico-simbólico.” (en <https://www.cuentoterapia.com/>, cotejado el 14 de junio de 2024).

De ahí, los autores de este ensayo recurrieron a una de las plataformas de inteligencia artificial como interlocutora externa para dilucidar variables, estrategias, pautas sobre el diseño de las mencionadas PDT. La redacción de las cuestiones que sirvieron para la indagación sobre las PDT se basaron en los siguientes parámetros:

- ¿Cómo abordar esa relación entre la conceptualización del “yo” en redes sociales y los afectos, la multimodalidad, y los cuentos entre lo verbal y no verbal?
- ¿Cómo gestionar un enfoque que favorezca mejor un apoyo al manejo de la multitextualidad y el desarrollo de habilidades sociales?
- ¿Cómo ayudar a visualizar la conveniencia o necesidad de relacionar la imagen personal con un contexto formal y profesional con otro que sea informal o familiar?
- ¿El buen humor y el arte de sanar con cuentos pueden ser herramientas poderosas para abordar la insatisfacción con la imagen de uno mismo, especialmente en el contexto de las redes sociales?
- ¿El analizar los rostros típicamente étnicos en relación con la identidad personal y la sensación de pertenencia a un grupo social es visto como una herramienta poderosa para fomentar la comprensión, la diversidad y la inclusión?
- ¿Cómo trabajar en diseño y creación de un avatar como medio para distanciarse de esa imagen de «el yo», para destacar lo mejor de una misma, para que se convierta en un medio para superar la aceptación personal y aprender a quererse?
- ¿Cuál es la relación entre el arte de sanar con cuentos y el tratamiento de las emociones negativas sobre la imagen de uno en redes sociales que combina elementos de la psicología, la narrativa y el uso de plataformas digitales?
- ¿Cómo presentar las propuestas sin herir la sensibilidad de alguien que esté sufriendo exclusión en su entorno por su foto de perfil o por el avatar que utiliza?

Paralelo a la formulación de estas cuestiones, se trabajó en la selección de cuentos para una aproximación terapéutica de la “dismorfia”, cimentada en la interrelación entre lectura y salud (Sibón-Macarro, 2024). A partir de experiencias didácticas previas (Sibón-Macarro y Picado Sánchez, 2021; Sibón-Macarro y Romero Alfaro, 2024), se procuró que hubiera disponibles cuentos en versión papel, en versión digital, en formato audiovisual y vídeo con opción de subtítulos (a la fecha del desarrollo de este ensayo ninguno de esos títulos fue encontrado en lengua de signos española). En todos los casos, se previó que el docente prosumidor se suele implicar en ayudar a la persona aprendiz a descubrirse a sí misma, de tal manera que se debería de hablar de la diferencia entre lo que comparte en la red y lo que el sujeto es. Dicho de otra manera: la diferencia entre una formación del concepto real de “el yo” y esa versión metafórica que responde a un “ego” edulcorado, irreal y, dismórfico.

Proposición temática

La proposición temática del ensayo se desprende de lo expuesto en la contextualización y se vincula con el objetivo general mencionado. A través de tareas y talleres de aula, cada docente prosumidor ayuda al alumnado a aproximarse a esa porción de realidad subjetiva y personal, a los constructos dismórficos que ofrezcan las aplicaciones para la creación de metáforas de “el yo” (Sánchez Soberano, 2017; Sánchez

Carrero y Contreras Pulido, 2012). Este proceder aproximó a los autores a una manifestación de dismorfia relacionada con la autoimagen que el sujeto comparte en las redes sociales.

Además de lo expuesto, entre los argumentos que respaldan la proposición temática, se encuentra que se gana en eficiencia cuando es el propio sujeto quien descubre las causas de este tipo de “dismorfia” aplicada en las redes sociales; no siempre el sujeto es consciente de tal recurrencia ni de la repercusión de tal uso dismórfico de la autoimagen. Es decir, se invita a una reflexión “taza de café”, tal y como que se narra en el cuento vinculado a las “cuatro A” de la autonomía personal: “autoconocimiento, autocontrol, automotivación, y autoestima. El cuento de la taza de café tiene algo de las cuatro (...) [el cual concluye] _Eso era lo que quería pedirte - le dice- pero no podía decírtelo. Quería que tuvieras tiempo para descubrirlo por ti mismo” (González Andrés y Liñares Gutiérrez, 2023:68-69).

Propuesta didáctica

A continuación, se recoge la selección de cuentos que se considera pertinente para los talleres de lectura que se insertan en las PDT descritas más adelante:

- *Orejas de Mariposa*, de Luisa Aguilar y André Neves (2008), en Editorial: Kalandraka Editora S.L.
- *El rey Mocho*, de Carmen Berenguer (2002), en Ediciones Ekaré.
- *El árbol que no sabía quién era*, fábula anónima versión adaptada de una antigua fábula de Oriente, en Editorial Vicens Vives, S.A.
- *¡Sé tú mismo y nada más!*, de Nadia Budde (2014), en Editorial Takatuka.
- *Guapa*, de Harold Jiménez Canizalez (2016), en Apila Ediciones.
- *Grisela*, de Anke De Vries, Willemien Min (2017), en Editorial Kalandraka.
- *Totalmente Adrian*, de Tom Percival (2017), en Editorial SM.

Por medio de la lectura de estas narraciones, es posible desarrollar un aprendizaje dialógico sobre lo que “suben/ cuelgan” en la red como representación de su “yo”, porque se produce el fenómeno de la creación de una identidad con base en lo que se quiere o se cree ser a través de imágenes (y otros contenidos). Las personas estudiantes destacan los aspectos que quieren resaltar de su personalidad o, mejor dicho, crean una definición de “el yo” supeditada a los cánones con los que consideran que van a ser aceptadas (incluso traicionándose el sujeto a sí mismo). De manera que esa construcción de su singularidad individual, de su “yo”, está condicionada por aquellas variables que quieren que “el otro” vea. Es decir, desde esa versión de la dismorfia, lo que ese perfil de estudiante comparte en red en ocasiones no tiene nada que ver con lo que ella/ él es. Es más, yendo al meollo, lo que cada sujeto sube como su autoimagen provoca la construcción del concepto de “el yo” que puede no relacionarse con su verdadero ser, sino con sus sentimientos, con sus emociones, desde el “ego”.

En este caso, recuerda el cuento titulado *Ser tú mismo y nada más*, en el que el personaje va intentando construir una imagen en la que al final ni siquiera se reconoce, algo que suele ser más frecuente de lo deseable en las redes sociales. Si bien es cierto que se podría utilizar para una construcción de una entidad que sea genuina, se suele recrear una versión idealizada de ese “yo” impregnado de elocuentes y variopintas alteridades que rivalizan por lograr la aceptación de “el otro”. Así se descubre a las personas usuarias de las redes sociales que toda idealización puede distar mucho de la realidad.

El segundo de los aspectos es que esta formación del concepto de “el yo” tiene un alto grado de cuidada autorepresentación para “el otro”; es decir, quizás lo que se presenta no representa al sujeto, y lo seleccionado únicamente es un reflejo de la intención comunicativa y del porqué es seleccionado ese “alter ego” con verdadera intención de camuflaje. La autoimagen en las redes sociales, pues, implica un alto grado de reflexión sobre lo que cada usuario quiere de las redes, y sobre el cuidado en las opciones que aplica para dicho “alter ego” que no es la recta definición de “el yo”, sino de una participación de “el no yo”. En efecto, algunas personas seleccionan con intención y de manera muy, muy, muy detallada las imágenes o los momentos que se quieren compartir. De manera que, a menudo, se eligen aquellos rasgos o valores que realzan la parte más positiva de su realidad, o, mejor dicho, realzan una parte positiva que a lo mejor ni siquiera tiene algo que ver con su realidad.

En este sentido, son numerosos los momentos en los que las personas jóvenes pasan horas delante de un monumento, haciéndose miles de fotos para tomar una: la que mejor refleje “el yo” a su círculo de probables emisores de “me gusta/ likes”; esa es la que finalmente se publica. Esto lo que provoca es que esa construcción del concepto de “el yo” se pueda ver distorsionada, porque se obvian las partes más feas o quizás las más negativas, o las que están consideradas socialmente más negativas de la imagen personal, de manera que esos constructos de la autoimagen están distorsionando esa porción de la realidad que le es propia, omitiendo los aspectos más subjetivamente deleznable, mundanos.

Verdaderamente, este ejercicio de selección no es censurable en sí; de hecho, también sucede con ese proceso de selección de ropa, de lugar en el que vivir, dónde trabajar, elegir un restaurante para un evento o para una reunión de familia... La búsqueda es correcta y un síntoma de personalidad, sin duda. La cuestión no es que se seleccione, sino hacer consciente cuál es la causa por la que se selecciona para que cuadre con la proyección de “el yo” que se supedita a “el otro” o a “lo otro”, o a ambos. Tal versión de la dismorfia en las redes sociales es una opción subjetiva por la no aceptación de “el yo”; por el contrario, ese sí que es un conflicto de dimensiones desproporcionadas y preocupantes.

En ese sentido, el cuento de *Guapa*, de Harold Jiménez González, nos presenta una bruja que tiene una cita con un ogro, y esta bruja se prepara en su casa y a medida que va caminando se van encontrando con diferentes personajes que le van diciendo las cosas que deberías de ir arreglando: “¿No te pondrás esa joroba?”, “¿Esa verruga no es muy grande?” Y esto es lo que parece ser que sucede hoy en día con la creación de “el yo”.

La definición de “el yo” que elabora cada sujeto se ve comparada o contrastada en todo momento con aquellas demandas que socialmente parecen estar mejor vistas por “el otro” (que, quizás, hasta son demandas inexistentes y, sin embargo, las proyecta el sujeto que se aplica por las aplicaciones que promueven o facilitan una versión dismórfica de “el yo”). Parece que es decisión de “el otro” esos requisitos: hay que estar delgado, hay que tener gafas, hay que ser más alto, conviene ser menos rubio... En fin, lo que sea que el sujeto crea percibir o, efectivamente, que así se vea en su mundo de cara al exterior, aun ajeno a su interior. Se sabe que existen esos estereotipos y que tienen un gran impacto en la sociedad y, por ende, entre las personas usuarias de las redes. Pero lo que es verdad es que esa autoimagen, o esa definición de “el yo”, obligatoriamente se supedita, en no pocos casos, a lo que los demás digan.

Al respecto, también el cuento *Guapa* lleva al tercero de los ítems, a la validación y la aceptación social. En su visita, esa bruja del cuento sí quería sorprender al ogro, quería ser aceptada por el ogro. Lo cierto es que, si se permite el *spoiler*, al final del cuento resulta que el ogro no la reconoce y se va. Y la bruja se quita absolutamente todo lo que no le hacía ser ella. Sin embargo, a lo largo de la historia, se lee cómo la bruja va buscando la aceptación de todos y cada uno de los personajes secundarios a la trama con los que se va encontrando.

Sucede algo similar en las redes sociales: las personas se comparan constantemente con imágenes idealizadas que proyecta “el otro”, lo cual afecta negativamente a la autoestima y a la salud mental del sujeto

que se subordina a dicha confección desde la alteridad, pero, sobre todo afecta de manera muy negativa a la construcción de “el yo”. ¿Por qué sucede? Porque se empieza a construir una idea de “el yo” ajena a lo personal, a la identidad, al ser, y no desde el autocuidado, no desde el autoconocimiento, no desde la aceptación de los valores o de las cualidades; se diría que impera a su albedrío la validación de “el otro” a una validación de raigambre social. Y, como muestra un dicho popular: “para gustos son los colores”; es decir, si el sujeto busca gustar a todo el mundo, la conceptualización de “el yo” se va a construir por la visión de “el otro”.

Las personas prosumidoras docentes quizás vean esas proyecciones en ellas, y puedan aprovechar sus experiencias personales conscientes para canalizarlas a sus estudiantes, sus aprendices, a través de unas lecturas reflexivas, enmarcadas en PDT, que contribuyan a llevar a buen puerto “el yo” con su saber ser y su saber estar en las redes sociales. El éxito en la definición de “el yo” está, precisamente, en ese ser “yo”, ser uno mismo, sin la presión por cumplir unos estándares tanto de belleza como de los estilos de vida que se ven en las redes sociales y que, como ya se ha comentado antes, solamente representan una parte idealizada.

Parece claro que esta situación conlleva unos sentimientos de insuficiencia o ansiedad muy elevados. Algo que le pasaba a esta bruja del cuento *Guapa*, en el que ella se iba agobiando porque temía que no le iba a gustar al ogro, olvidando que el ogro precisamente quedó con ella por ser quien era: guapa de esa manera.

Esto lleva al quinto de los ítems: el momento de la selección de la imagen de una misma; es decir, de lo que “el yo” se permite compartir en las redes sociales ‘versus’ lo que “el yo” es, precisamente en la línea de la autenticidad ‘versus’ la falsedad. No se coteja la definición de “el yo”, ni contrasta con la realidad: lo que se comparte en internet no ha de ser necesariamente verdadero ni auténtico. Con ello, el docente prosumidor palpa que se está ante una generación que está construyendo una conceptualización falsa de sí misma o, desde la indulgencia del analista, resulta ser poco auténtica.

Emerge una gran tensión entre la autenticidad y la falsedad de la presentación de la autoimagen de “el yo” en las redes sociales. Mientras, un grupo reducido de personas se afanan en ser auténticas y mostrar una realidad realista; otras están justo mostrando lo contrario. En este sentido, por ejemplo, se ve que muchísimos estudiantes de Primaria, de Secundaria, tratan de imitar a sus ídolos viviendo una vida que no pueden alcanzar o que no está escrita para ellos, obviando incluso la suya propia. Ello se muestra en la autoimagen que comparten como alter ego de “el yo”. Lo cierto es que termina no guardando relación con la vida real que suelen llevar los prosumidores de contenidos digitales.

Esta discrepancia genera no solo conflictos internos, sino también recae sobre lo externo, y se proyecta a través de relatos que juegan con la alteridad. Es decir, ya no solo se plantea un debate sobre lo que es genuino o lo que es una fachada, en absoluto, sino que se generan auténticos problemas sociales que parten de la base de ese no saber construir una conceptualización de “el yo” amable, grata, directa, veraz y, auténtica. Esto lleva al último de los ítems en este apartado que es el impacto cultural y social.

La hermenéutica del caso contribuye, entre otros aspectos, a realizar una lectura de la sociedad en la que se vive y cómo esta es. Si bien es cierto que la hermenéutica ayuda a conocer la cultura que se está tratando a través de la multitextualidad, a través de las imágenes, de los perfiles sociales, de los relatos sobre las definiciones de “el yo” que se ven en las redes sociales; por ese cauce, es posible conocer cuáles son los valores culturales que existen ahora mismo.

La estética de la recepción juega a través de ese querer decir de las narraciones sobre el caso y sobre esas definiciones de “el yo”. La lectura de cuentos como *Orejas de mariposa*, (Aguilar y Neves, 2008), *El rey Mocho*, (Berenguer, 2002), *¡Sé tú mismo y nada más!*, (Budde, 2014), *Totalmente Adrián*, (Percival, 2017) y, *Grisela*, (De Vries y Min, 2017) proporciona un buen apunte sobre cómo se construyen esas definiciones de “el yo” a partir de la autoimagen en breves relatos. Las formas en las que la persona se representa

en las redes sociales influyen, obviamente, en las normas y los valores culturales. Las tendencias y, las imágenes, modelan con precisión esa nebulosa de belleza, de éxito, de estilo de vida.

También es cierto que, en esta última generación, se está dando un caso particular. El colectivo siempre impune una serie de cánones que, con la inmersión en la posverdad y la sociedad líquida, quedan a merced de la presión de una minoría manipuladora hacia una porción de la población manipulable. Pero, por lo menos, lo ha trabado de una forma real, y es que ahora la falsedad opera, de diversos formatos y cadencias, sobre el grupo social que comparte su realidad particular. No es tanto llegar a conseguirlo como aparentar el conseguirlo. Esta situación cala en la construcción de la definición de “el yo” de una manera muy ontológica, porque se impregna como un sello en la personalidad de cada “yo” como un “alter ego” sustituto, en el cual no se busca al auténtico “yo”, sino estar dentro de lo socialmente aceptado.

El proceso de conceptualización de “el yo” provoca una génesis que requiere una cura y es precisamente la de mentir sobre sí mismo, pulir la autoimagen para una definición de “el yo” que no se corresponde con la real. En este sentido, el cuento de *El árbol que no sabía quién era* (versión adaptada de una antigua fábula de Oriente, en Editorial Vicens Vives, S.A) aporta muchísimo de este fenómeno: en *El árbol que no sabía quién era* se habla de un árbol que siempre deseó ser un manzano, y se frustraba porque no daba manzanas; realmente no daba manzanas porque era un roble, y estaba destinado a albergar a los pájaros, a dar cobijo a diferentes aves. No cumplía su función, por así decirlo. Esto es una señal muy evidente de lo que ocurre hoy en día con la autodefinición de “el yo” y es que, en lugar de buscar una conceptualización que sea realista y que defina el ser, este es definido por otra proyección.

Todo esto se puede resumir de otra manera: la definición de “el yo” en las redes sociales puede llegar a ser una herramienta muy positiva para detectar el “no yo” y sus causas antes de que se padezca un trastorno clínico. Se deduce que lo que pasa es que hoy en día hay un reto extraordinario y es que esta práctica viene con unos desafíos que, si bien podrían tener muchos efectos positivos, se está recogiendo una serie de efectos negativos más evidentes, sobre todo en la salud mental de las personas.

Hay que ser conscientes de esta versión digital del concepto dismorfia e, igualmente, hay que estar atento a esa práctica educativa, cuyos docentes deben ser consciente de esta situación para transferirla a unas estrategias de aprendizaje. Se ve que el relato por el que describe “el yo” se activa gracias a todo este fenómeno de desconexiones y conexiones entre la realidad y el deseo. Se constata que puede verse distorsionada la definición de “el yo”, y que puede ser no real, pero sí provoca volcar los afectos en el relato de dicha definición. Se ha de hallar una manera en la que se defina “el yo” desde la aceptación, desde un parámetro auténtico.

A la hora de construir la conceptualización de “el yo”, se deben tener en cuenta las emociones y los sentimientos. En cada persona, las emociones juegan un papel fundamental a la hora de definir esa concepción de sí misma o autogeneración de “el yo”. Para ello, se ha de tener en cuenta que las emociones, los afectos, juegan un papel crucial en la manera en que se lleva a cabo el proceso de comunicación, en el uso de lo lingüístico y lo extralingüístico, en el proceso comunicativo (Kaplún, 1998).

Las emociones están realmente presentes en todas las personas en el momento de presentarse a alguna persona conocida, máxime ante los desconocidos que frecuentan las redes sociales; también a la hora de interpretar las presentaciones de otros. La interacción en las redes sociales está cargada de emociones, que van desde la alegría o el orgullo, pasando por la envidia o la tristeza... Demarca el mundo de los “me gusta” / “no me gusta”.

Se suele tener muy presente el esquema general de la comunicación cuando se plantea la observación de los afectos; se ponen en juego tres elementos: una presentación, una recepción y una manipulación. Se tiende a compartir momentos que nos evocan emociones positivas, buscando generar una respuesta emocional similar en el receptor o destinatario de la información. Es decir, en cuanto a los afectos, la

conceptualización de “el yo” busca una serie de aprobaciones o de respuestas que implican apoyo, o de comentarios a ser posible positivos. En general, se tiende a ir evitando, negando, ocultando que muestren un tinte de carácter negativo, desaprobatorio. El relato de la definición de “el yo” se puede convertir en un sugestivo cuento, pues se encuentra condicionado por esta manera de dar una versión *sui generis* de lo positivo, que puede ocurrir o no, y, si ocurre, no ser real.

En un segundo momento se encuentra la recepción emocional, se refleja en la actitud ante la revelación de “el yo”: todo lo que el sujeto emite llega a los seguidores que interpretan las imágenes, los textos, a través de sus propias lentes emocionales, esto hace que la definición de “el yo” se encuentre condicionada por la percepción que de dicha definición de “el yo” no llega al receptor: se desconoce la empatía que el receptor tenga desde “el otro”, desde su individual “ser uno mismo”, pues será lo que proyecte en una autopresentación mimética o, por contra, alejada de “el yo” o de “el otro”. Sería un proceso de comunicación al uso, corriente, si no fuese porque existe la opción de la manipulación de las emociones entre las personas usuarias de las redes sociales.

El caso de dismorfia en la revelación de la autoimagen de “el yo” se produce cuando el sujeto sube y comparte una fotografía en cualquier aplicación, en cualquier red, activando la opción “filtros” para verse mejor, para cambiar los espacios al gusto, para destacar aquellos aspectos deseables... En las plataformas sociales, está estandarizada la manipulación a favor del control, al promover que se genere una mayor interacción tanto positiva como negativa, con la consiguiente repercusión en los afectos de las personas usuarias de las redes sociales. Se activan diferentes modos de aparecer en las redes; estas “presencias” responden a un tipo de comunicación que baraja lo visual, textual o auditivo, lo analógico y lo digital, la inmediatez de lo sincrónico, la mediación de lo diacrónico... Para controlar esas diversas redacciones de la conceptualización de “el yo” en las redes sociales, el sujeto pretende compartir una percepción de unas emociones con una intencionalidad concreta; entonces es cuando nace una relación de complicidad con ese destinatario individual o colectivo que frecuenta las redes sociales. Las imágenes proporcionan unas narrativas adicionales, creando un mensaje mucho más completo y rico que ayuda a definir la autopresentación de “el yo” a “el otro”.

Por último, se ha de hablar de las evidencias relacionadas con la combinación de elementos verbales y no verbales; ello se vincula con la narrativa visual, la verbalización que la complementa y genera la interpretación del receptor. En cuanto a la narrativa visual, las imágenes y los vídeos cuentan historias sobre el sujeto en las redes sociales, sin necesidad de justificación ni explicación alguna, transmitiendo estados de ánimo en el marco de las situaciones e identidades. Las imágenes y los vídeos tienen una narrativa propia que lleva una intención implícita. En las redes sociales, los complementos en los que se apoya la verbalización de la definición de “el yo” acompañan esta narrativa visual (las descripciones, los comentarios, los *hashtags*...). Añaden diferentes capas de significado a lo que se ha publicado, haciendo que esta narrativa resulte más compleja y, tal vez, más en sintonía a la intención que se quiere transmitir.

La interpretación del receptor, singular o colectivo, se ve condicionada por todos los elementos anteriores. El receptor interpreta esta proyección de “el yo” en función de las señales verbales y no verbales, de las imágenes y del texto, dando lugar a diferentes interpretaciones. La conceptualización de “el yo” se ve condicionada a lo que la persona usuaria de las redes quiera definir de y por “el yo” mismo. Se produce un movimiento circular, cuya acción recae en secuencia reflexiva sobre “el yo” en cada intención comunicativa, más que en movimiento recíproco entre “el yo” y “el otro”, puesto que el primero elige y asume la condición de influenciado, visto desde la versión de dismorfia que se está tratando en este ensayo. Es decir, en cada variante de la conceptualización de “el yo” se descubre la siguiente pregunta: ¿se tiene una capacidad reflexiva suficiente como para llevar a cabo una definición de “el yo” de manera real y significativa o es posible que el condicionamiento/ la moderación de la percepción de “el otro” sea dominante? Acudiendo al mundo de la escenografía, cabría reconocer que, en este gran teatro del

mundo, quizás el sujeto se haya convertido en un títere de su propio relato, cuyo foco es la formación de un concepto de “el yo” ante los demás.

Sin embargo, se percibe una realidad que es la evitación del tratamiento de las emociones negativas; obviamente, cuesta asumirlas, reconocerlas, vivirlas y, abordarlas. Principalmente por dos motivos, el primero de ellos es porque hay grandes carencias en el sujeto a la hora de reconocer las emociones que siente, ponerles el nombre; el segundo, es porque, una vez reconocidas, no parece que el sujeto sepa qué hacer con ellas.

Llegados a este punto, es cuando se rescata una herramienta terapéutica muy valiosa a la hora de tratar la emisión y la recepción de una autoimagen desde la definición de “el yo”. Es decir, se rescata ese arte de sanar con cuentos, su relación con el tratamiento de las emociones negativas; el recurrente uso de las imágenes provoca la lectura, la audición o la visión de esa narración literaria que se crea en redes sociales. De suyo, se vuelve a descubrir ese campo interdisciplinario en el que se enmarca el caso (Acuña Rodríguez, 2024), en el cual se combinan elementos de la psicología, la narrativa, la educación y el uso de plataformas digitales.

El agente que activa ese arte de sanar con cuentos logra el bienestar psicológico y obtiene la posibilidad de una autoimagen realista aceptada por el sujeto mismo. Se vive o se sufre una catarsis con la actuación de alguno de los personajes de los cuentos, ya que su realidad se asemeja a la del sujeto, toca su “yo” interior de algún modo. En personas receptivas, se pone en movimiento esa aproximación a “el yo” desde una situación imaginada, una ficción que, *per se*, no nace para tal fin, pero es hábilmente traída a tal efecto por el docente *influencer*. De esta manera, se consigue liberar sentimiento y emociones, vislumbrar alguna vía para resolver conflictos, obtener una nueva perspectiva sobre los problemas con la conceptualización de “el yo”. Esto conlleva entender que los cuentos pueden suponer un espacio seguro en el que se hace factible reflexionar sobre las propias vivencias, sobre las propias emociones, de forma libre y sin verse señalado; esto es lo que los hace ideales para favorecer la autoexploración y el entendimiento de una misma. Dicho de otra manera, los cuentos proporcionan el campo ideal para sembrar las bases de un relato que defina “el yo”, de un autoconcepto, sano y, verídico.

En este sentido, cobra especial importancia el reconocer y validar las emociones negativas como esas sombras con las que se ha de aprender a convivir; “No temas a la sombra, solo significa que hay luz cerca” (González Andrés y Liñares Gutiérrez, 2023: 67-69), o también, poniendo el foco en lo evidente: “Si comprendes, las cosas son como son; si no comprendes, las cosas son como son” (op.cit. 99-102). Verlas e identificarlas es siempre el primer paso para poder manejarlas; aceptarlas alivia gran parte del estrés que sufre hoy en día cada sujeto, en relación directamente proporcional al tipo de uso de las redes sociales.

La gestión del control del trauma psicológico, explican Domingo Osle y Rodríguez-Fraile Díaz, no responde a automatismos simplistas; tanto más complejo es el proceso cuanto más rígido sea el sujeto; es más: “La persona que ha trabajado sobre sí misma puede reconocer que todavía se generan en su interior reacciones automáticas que son difíciles de controlar, a pesar de haber alcanzado una cierta comprensión. Se trata de programas primitivos de defensa instalados en la mente inconsciente, de los que hay que liberarse para alcanzar la total paz interior.” (2022: 143-144).

Llegados a este punto, cabe presentar las PDT, en cuyo diseño se asumen las premisas descritas hasta el momento para generar posibles espacios de aprendizaje distendidos, constructivos. Algunos de los resultados obtenidos fueron:

P.D.T.1: “Rostros de la Identidad: Explorando la Etnicidad y la Pertenencia Social”

Objetivos

1. Comprender la relación entre rasgos étnicos y la identidad personal.

2. Fomentar la reflexión sobre la sensación de pertenencia a grupos sociales a través de la exploración de rostros típicamente étnicos.
3. Promover la aceptación y valorización de la diversidad étnica.

Metodología

La propuesta se desarrollará en varias etapas, utilizando diferentes métodos didácticos para asegurar una comprensión profunda y una reflexión crítica por parte del estudiantado.

=> Etapa 1: Introducción y sensibilización

Actividad 1: Debate inicial

- **Objetivo:** Introducir el tema y recoger las ideas previas del estudiantado.
- **Descripción:** Organizar un debate en clase sobre la importancia de la apariencia física en la formación de la identidad personal y la pertenencia a un grupo social.

Actividad 2: Presentación multimedia

- **Objetivo:** Sensibilizar sobre la diversidad étnica.
- **Descripción:** Presentar un video o una serie de imágenes que muestren la diversidad de rostros étnicos alrededor del mundo. Acompañar con una explicación sobre la importancia de los rasgos étnicos en la identidad cultural y social.

=> Etapa 2: Exploración y análisis

Actividad 3: Investigación y presentación

- **Objetivo:** Investigar y presentar información sobre diferentes etnias y sus características distintivas.
- **Descripción:** Dividir a las personas del aula en equipos de trabajo y asignarles diferentes etnias para investigar. Cada grupo debe preparar una presentación que incluya:
 - o Rasgos físicos típicos.
 - o Breve historia y cultura de la etnia.
 - o Ejemplos de figuras públicas o históricas representativas.
 - o Reflexión sobre cómo los rasgos físicos influyen en la identidad y la percepción social.

Actividad 4: Análisis de casos reales

- **Objetivo:** Reflexionar sobre casos reales de personas que han enfrentado desafíos relacionados con sus rasgos étnicos.
- **Descripción:** Presentar historias de personas que hayan tenido experiencias significativas relacionadas con su apariencia étnica y discutir en grupo los sentimientos de pertenencia y aceptación que estas personas han experimentado.

=> Etapa 3: Reflexión y creación

Actividad 5: Taller de autoexpresión

- **Objetivo:** Fomentar la autoexpresión y la reflexión personal.
- **Descripción:** Pedir a cada equipo de trabajo que cree un proyecto artístico (collage, dibujo, ensayo, poema) que refleje su identidad personal y su percepción de pertenencia a un grupo social. Incentivar a incluir aspectos de sus propios rasgos físicos y culturales.

Actividad 6: Grupo de discusión

- **Objetivo:** Facilitar una reflexión grupal sobre lo aprendido.

- Descripción: Organizar una discusión en grupo donde los sujetos implicados compartan sus proyectos artísticos y reflexionen sobre cómo su identidad personal está influenciada por sus rasgos físicos y su pertenencia a grupos sociales.

=> Etapa 4: Integración y acción

Actividad 7: Proyecto de inclusión

- Objetivo: Promover la acción y la inclusión social.
- Descripción: Desarrollar un proyecto en la escuela o comunidad que celebre la diversidad étnica. Esto podría incluir una feria cultural, una campaña de concienciación o un mural que represente la diversidad de rostros en la comunidad.

Evaluación

El seguimiento de esta propuesta didáctica se realizará mediante:

1. Observación y participación: Evaluar la participación activa de cada sujeto en debates y discusiones.
2. Presentaciones grupales: Evaluar la calidad y profundidad de las investigaciones y presentaciones de los grupos.
3. Proyectos artísticos: Evaluar la creatividad y la reflexión personal en los proyectos artísticos.
4. Reflexión final: Pedir a las personas estudiantes que escriban una reflexión final sobre lo que han aprendido y cómo ha cambiado su percepción sobre la identidad y la pertenencia social.

Recursos necesarios:

- Material audiovisual (videos, imágenes).
- Recursos de investigación (acceso a internet, libros).
- Materiales de arte (papel, lápices, pinturas, etc.).
- Espacio para exposiciones y discusiones grupales.

P.D.T. 2 "Caricaturas y Humor: Riendo de Uno Mismo para Encontrar la Autoimagen Real"

Objetivos

1. Promover la autoaceptación personal y la activación de la autoestima a través del humor y la caricatura.
2. Desarrollar la capacidad de reírse de uno mismo como herramienta para manejar la presión social sobre la apariencia.
3. Fomentar habilidades creativas y críticas en la creación y análisis de caricaturas.

Metodología

La propuesta se desarrollará en varias etapas, utilizando actividades creativas, reflexivas y colaborativas para asegurar una comprensión profunda y un cambio positivo en la percepción de uno mismo.

=> Etapa 1: Introducción y sensibilización

Actividad 1: Debate inicial

- Objetivo: Introducir el tema y recoger las ideas previas de las personas aprendices sobre la autoimagen y la perfección.

- Descripción: Organizar un debate en clase sobre la influencia de las redes sociales y la sociedad en la percepción de la autoimagen. Preguntar sobre experiencias personales y cómo se sienten respecto a la presión de tener una "imagen perfecta".

Actividad 2: Presentación de caricaturas

- Objetivo: Sensibilizar sobre el uso del humor y la caricatura en la autoaceptación.
- Descripción: Mostrar una serie de caricaturas y ejemplos de humor que abordan la autoimagen de manera positiva. Discutir cómo estas imágenes utilizan el humor para tratar temas de apariencia y autoestima.

=> Etapa 2: Exploración y análisis

Actividad 3: Análisis de caricaturas

- Objetivo: Desarrollar habilidades críticas a través del análisis de caricaturas.
- Descripción: Dividir a las personas integrantes del taller en grupos y proporcionarles diversas caricaturas que traten sobre la autoimagen y la autoestima. Pedirles que analicen el mensaje de cada caricatura, cómo utiliza el humor y qué impacto podría tener en la percepción de la autoimagen.

Actividad 4: Reflexión personal

- Objetivo: Fomentar la reflexión sobre la autoimagen personal.
- Descripción: Pedir que escriban individualmente una breve reflexión sobre cómo se sienten respecto a su propia apariencia y cómo creen que el humor podría ayudarles a manejar cualquier insatisfacción que sientan.

=> Etapa 3: Reflexión y creación

Actividad 5: Taller de caricaturas

- Objetivo: Fomentar la creatividad y la autoexpresión a través del dibujo.
- Descripción: Organizar un taller donde las personas estudiantes aprendan a dibujar caricaturas de sí mismas. Animarles a exagerar características de manera divertida y positiva, enfocándose en cómo el humor puede ayudar a ver sus características de manera más amigable y aceptable.

Actividad 6: Creación de caricaturas personales

- Objetivo: Desarrollar una autoimagen positiva a través de la creación artística.
- Descripción: Pedir a cada sujeto que cree una caricatura de sí mismo que resalte de manera humorística sus características únicas. Incluir una breve descripción escrita sobre por qué eligieron destacar esas características y cómo se sienten al respecto.

=> Etapa 4: Integración y acción

Actividad 7: Exposición de caricaturas

- Objetivo: Compartir y reflexionar sobre las creaciones, de manera monitorizada, entre las personas integrantes del taller.
- Descripción: Organizar una exposición donde, libremente, cada uno presente su caricatura y, luego, hable sobre su experiencia al crearla. Incluir una discusión grupal sobre cómo el proceso de dibujar y reírse de uno mismo ha afectado su percepción de su propia imagen.

Actividad 8: Proyecto comunitario

- **Objetivo:** Aplicar lo aprendido en un contexto real y comunitario.
- **Descripción:** Planificar y ejecutar un proyecto comunitario que utilice caricaturas para promover la autoaceptación y la autoestima. Esto podría incluir la creación de un mural de caricaturas, una campaña de concienciación en redes sociales, o un evento escolar donde se compartan caricaturas y mensajes positivos.

Evaluación

La evaluación de esta propuesta didáctica se realizará mediante:

1. **Participación y colaboración:** Evaluar la participación activa y la colaboración durante las actividades grupales y talleres.
2. **Análisis de caricaturas:** Evaluar la profundidad y calidad del análisis de las caricaturas.
3. **Proyectos de caricaturas:** Evaluar la creatividad, la autoexpresión y la reflexión personal en las caricaturas creadas por cada persona integrante del grupo.
4. **Reflexión final:** Pedir a cada persona del taller que escriba una reflexión final sobre lo que ha aprendido y cómo ha cambiado su percepción sobre la autoimagen y la autoaceptación.

Recursos necesarios

- Material audiovisual (videos, imágenes de caricaturas).
- Materiales de dibujo (papel, lápices, rotuladores, etc.).
- Espacio para talleres y exposiciones.
- Acceso a recursos digitales para investigar y crear contenido.

P.D.T. 3: "Imágenes de Identidad: Contextos Formales e Informales"

Objetivos

1. Desarrollar la capacidad de adaptar la autoimagen a contextos formales y profesionales versus informales y familiares.
2. Fomentar la autoconciencia y la flexibilidad en la presentación personal en diferentes situaciones.
3. Promover la reflexión sobre la identidad y la percepción social en distintos contextos.

Metodología

La propuesta se desarrollará en varias etapas, combinando actividades teóricas, prácticas y reflexivas para ayudar a cada sujeto a comprender y manejar la autoimagen en distintos contextos.

=> Etapa 1: Introducción y sensibilización

Actividad 1: Debate inicial

- **Objetivo:** Introducir el tema y recoger ideas previas sobre la autoimagen en distintos contextos.
- **Descripción:** Organizar un debate en clase sobre cómo se presentan ellas misma en contextos formales (entrevistas de trabajo, reuniones profesionales) versus informales (reuniones familiares, salidas con amigos). Preguntar sobre experiencias personales y la importancia de adaptar la autoimagen.

Actividad 2: Presentación teórica

- **Objetivo:** Proveer una base teórica sobre la importancia de la autoimagen en diferentes contextos.
- **Descripción:** Presentar una charla sobre la psicología de la autoimagen y cómo la percepción de las demás personas puede variar según el contexto. Incluir ejemplos de personajes públicos que adapten su imagen según el entorno.

=> Etapa 2: Exploración y análisis

Actividad 3: Análisis de casos

- **Objetivo:** Analizar cómo diferentes personas adaptan su autoimagen a contextos formales e informales.
- **Descripción:** Dividir al estudiantado en grupos y asignarles casos de estudio de figuras públicas (celebridades, líderes empresariales, políticos). Pedirles que analicen cómo estas personas presentan su imagen en diferentes contextos y qué estrategias utilizan.

Actividad 4: Reflexión personal

- **Objetivo:** Fomentar la reflexión sobre la propia autoimagen en distintos contextos.
- **Descripción:** Pedir a cada persona participante en el taller que escriba una reflexión sobre cómo se presenta ella misma en contextos formales e informales, qué diferencias nota y por qué cree que adaptan su imagen de esa manera.

=> Etapa 3: Reflexión y creación

Actividad 5: Taller de autoimagen

- **Objetivo:** Desarrollar habilidades prácticas para adaptar la autoimagen.
- **Descripción:** Organizar un taller donde los sujetos practiquen adaptar su presentación personal a contextos formales e informales. Incluir actividades *de role-playing* donde simulen entrevistas de trabajo, reuniones familiares, presentaciones profesionales y encuentros sociales.

Actividad 6: Creación de perfiles

- **Objetivo:** Crear perfiles personales adaptados a diferentes contextos.
- **Descripción:** Pedir a cada sujeto que cree dos perfiles de sí mismo: uno formal y otro informal. Cada perfil debe incluir una descripción escrita, una foto apropiada para el contexto, y ejemplos de cómo se presentarían en redes sociales, en una reunión profesional y en un evento familiar.

=> Etapa 4: Integración y acción

Actividad 7: Exposición de perfiles

- **Objetivo:** Compartir y reflexionar sobre los perfiles creados.
- **Descripción:** Organizar una exposición donde cada persona presente sus perfiles formales e informales. Incluir una discusión grupal sobre las diferencias entre los perfiles y qué han aprendido sobre la adaptación de la autoimagen.

Actividad 8: Proyecto de aplicación

- **Objetivo:** Aplicar lo aprendido en un contexto real.
- **Descripción:** Planificar y ejecutar un proyecto donde las personas estudiantes tengan que presentarse en un contexto formal (por ejemplo, organizar una simulación de una feria de empleo) y un contexto informal (por ejemplo, organizar un evento social o familiar). Evaluar cómo adaptan su autoimagen en cada situación.

Evaluación

La evaluación de esta propuesta didáctica se realizará mediante:

1. Participación y colaboración: Evaluar la participación activa y la colaboración durante las actividades grupales y talleres.
2. Análisis de casos: Evaluar la profundidad y calidad del análisis de los casos de estudio.
3. Perfiles personales: Evaluar la creatividad y la precisión en la creación de los perfiles formales e informales.
4. Reflexión final: Pedir a las personas integrantes del taller que escriban una reflexión final sobre lo que han aprendido y cómo ha cambiado su percepción sobre la autoimagen en diferentes contextos.

Recursos necesarios

- Material audiovisual (videos, imágenes de figuras públicas).
- Materiales de escritura (papel, lápices, computadoras).
- Espacio para talleres y exposiciones.
- Acceso a recursos digitales para investigar y crear contenido.

P.D.T. 4: "Creando Avatares: Redescubriendo la Autoimagen y la Autoaceptación"

Objetivos

1. Desarrollar la capacidad de reflejar y destacar las mejores cualidades personales a través de un avatar.
2. Fomentar la autoconciencia y la autoaceptación mediante la creación de representaciones digitales.
3. Promover la reflexión sobre la identidad y la percepción de uno mismo en un entorno digital.

Metodología

La propuesta se desarrollará en varias etapas, combinando actividades teóricas, prácticas y reflexivas para ayudar a las personas estudiantes a crear avatares que reflejen sus mejores cualidades y promuevan la autoaceptación.

=> Etapa 1: Introducción y Sensibilización

Actividad 1: Debate inicial

- Objetivo: Introducir el tema y recoger ideas previas sobre la autoimagen y la creación de avatares.
- Descripción: Organizar un debate en clase sobre la importancia de la autoimagen en el mundo digital y cómo los avatares pueden representar aspectos de nuestra identidad. Preguntar sobre experiencias personales con avatares en videojuegos o redes sociales.

Actividad 2: Presentación teórica

- Objetivo: Proveer una base teórica sobre la psicología de la autoimagen y los avatares.
- Descripción: Presentar una charla sobre cómo los avatares se utilizan en diferentes contextos (juegos, redes sociales, entornos virtuales) y cómo pueden influir en la percepción de uno mismo y de los demás. Incluir ejemplos de avatares populares y cómo representan distintas identidades.

=> Etapa 2: Exploración y análisis

Actividad 3: Análisis de avatares

- **Objetivo:** Desarrollar habilidades críticas a través del análisis de avatares.
- **Descripción:** Dividir a los integrantes del taller en grupos y proporcionarles ejemplos de avatares utilizados en diferentes plataformas. Pedirles que analicen cómo estos avatares reflejan las cualidades de las personas que los crearon y qué impacto podrían tener en la percepción de su identidad.

Actividad 4: Reflexión personal

- **Objetivo:** Fomentar la reflexión sobre la propia autoimagen y cómo se desea ser percibido.
- **Descripción:** Pedir cada una que escriba una breve reflexión sobre cómo se ve a sí misma y cómo les gustaría ser vistas por los demás. Incluir aspectos positivos y cualidades que desean destacar a través de un avatar.

=> Etapa 3: Reflexión y creación

Actividad 5: Taller de diseño de avatares

- **Objetivo:** Fomentar la creatividad y la autoexpresión a través del diseño de avatares.
- **Descripción:** Organizar un taller donde las personas aprendices conozcan cómo diseñar avatares utilizando herramientas digitales (*software* de diseño, aplicaciones de creación de avatares). Animarles a crear avatares que reflejen sus mejores cualidades y aspectos positivos de su identidad.

Actividad 6: Creación de avatares personales

- **Objetivo:** Desarrollar una autoimagen positiva a través de la creación artística.
- **Descripción:** Pedir a las personas estudiantes que creen un avatar personal que destaque sus mejores cualidades y aspectos positivos. Incluir una breve descripción escrita sobre por qué eligieron esas características y cómo se sienten al respecto.

=> Etapa 4: Integración y acción

Actividad 7: Exposición de avatares

- **Objetivo:** Compartir y reflexionar sobre los avatares creados.
- **Descripción:** Organizar una exposición donde cada sujeto presente sus avatares y hable sobre sus experiencias al crearlos. Incluir una discusión grupal sobre cómo el proceso de diseñar un avatar ha afectado su percepción de sí mismos.

Actividad 8: Proyecto de Aplicación

- **Objetivo:** Aplicar lo aprendido en un contexto real y comunitario.
- **Descripción:** Planificar y ejecutar un proyecto donde los sujetos utilicen sus avatares para una actividad comunitaria o escolar, como una campaña de concienciación sobre la autoaceptación, una presentación en redes sociales, o un evento virtual donde los avatares interactúen en un entorno digital.

Evaluación

La evaluación de esta propuesta didáctica se realizará mediante:

1. **Participación y colaboración:** Evaluar la participación activa y la colaboración durante las actividades grupales y talleres.
2. **Análisis de avatares:** Evaluar la profundidad y calidad del análisis de los avatares.

3. **Proyectos de Avatares:** Evaluar la creatividad, la autoexpresión y la reflexión personal en los avatares creados por las personas integrantes del taller.
4. **Reflexión final:** Pedir a cada sujeto que escriba una reflexión final sobre lo que ha aprendido y, según su percepción subjetiva, cómo ha cambiado su percepción sobre la autoimagen y la autoaceptación.

Recursos necesarios

- Computadoras o tabletas con software de diseño de avatares.
- Materiales de escritura (papel, lápices, computadoras).
- Espacio para talleres y exposiciones.
- Acceso a internet para investigar y utilizar herramientas digitales.

Con todo lo expuesto hasta el momento, se comprende que estas PDT no agotan las posibilidades de generar recursos y espacios de aprendizajes significativos, ni cierran opciones de relatos, pero proporcionan un botón de muestra sobre cómo aplicar las reflexiones sobre la conceptualización de “el yo” con el estudiantado. Tomando en cuenta el tema eje, el conjunto de las ideas que se recopilan en cada una de las reflexiones finales abren nuevas posibilidades de actuación desde la psicología, la educación, la comunicación, la estética, la semiótica, la alfabetización digital y, la accesibilidad funcional.

SÍNTESIS Y REFLEXIONES FINALES

Se reconoce que este tipo de “dismorfia” que se vincula con la autoimagen repercute en una sugestiva versión de la definición de “el yo” en las redes sociales. Esta cuestión permanece latente en una sociedad líquida, con el dominio de la imagen en la comunicación y de la posverdad en la reflexión. Se hace necesario abordar la cuestión desde el vínculo entre lectura y salud en términos desconexión y autocuidado; es decir: tomar descanso y distancia de las redes sociales, mejorar las rutas de la alfabetización digital “proponiendo un encuentro de ambos alfabetismos en un marco de ‘alfabetización digital crítica’ (ADC)” (Samaniego 2021, Barker, 2020), practicar el cuidado de ese “yo” indefenso o inmaduro, lo cual conlleva la reducción del impacto de las emociones negativas o, por el contrario, las euforias; emergen de los sentimientos enfrentados, despejando el horizonte cognitivo de posibles condicionantes tóxicos (Ramírez García, Gutiérrez Arenas y Poyato López, 2021).

Ciertamente, como reseñan Palacios, Coll y Marchesi, “Gracias a las oportunidades que se presentan para establecer relaciones interpersonales con los agentes mediadores, el ser humano puede desarrollar los procesos psicológicos superiores o complejos (...), pero dichos procesos aparecen en primer lugar en la vida de una persona en el plano de la relación interpersonal y, en consecuencia, sufren la mediación de los patrones culturales dominantes y de las interacciones con el medio humano significativo. El desarrollo personal es en gran medida el proceso mediante el cual el ser humano ‘hace suya’ la cultura del grupo social al que pertenece, de tal manera que en ese proceso el desarrollo de competencias concretas está fuertemente vinculado al tipo de aprendizajes específicos y, más en general, al tipo de prácticas sociales dominantes.” (1990:375).

A partir de las PDT, cabe plantear el diseño de posibles estrategias que contemplen la terapia en la lectura de cuentos, ya que es una herramienta poderosa para abordar la reflexión sobre las maneras de conceptualizar “el yo” y la intención comunicativa derivada del uso de la autoimagen que el sujeto proyecta en las redes sociales. Se reconoce lo fructífero de los talleres de cuentoterapia, pues proporcionan un espacio de confort que permite explorar y resolver sensaciones de insatisfacción con la imagen personal.

Asimismo, una herramienta que multiplica el valor de la narrativa terapéutica es la resultante de la incorporación de estrategias de juego y buen humor en la vivencia lectora con cuentos sanadores. El buen humor despierta y afianza la resiliencia, fomenta una perspectiva positiva de cada reflejo de la realidad, reduce el estrés. Algo tan sencillo como un contenido con barniz humorístico traspone el alma al lado positivo de las cosas, hace que la definición veraz de “el yo” sea aceptada por el propio sujeto, y su correspondiente validación sea comunicable en redes sociales, hace que “el yo” alcance su autodefinición de manera más completa.

Si bien el presente ensayo supone un acercamiento a la conceptualización de “el yo” que el sujeto relata de sí, quedan latente otras cuestiones que permanecen abiertas. Se requieren estudios con grupo piloto, con mayor número de informantes y, con implicación de diversos investigadores procedentes de áreas complementarias. ¿Cómo activar ese diálogo entre lectura y salud en beneficio del sujeto ‘enredado’?, ¿cómo ayudar a comprender los beneficios de saber dar una buena imagen de uno mismo?, ¿cómo ayudar a descubrir a la juventud lo saludable de ser honesto en la autoimagen? Con todo, se ha de asumir el reto de ser uno mismo. ¿Cómo? Se invita a procurar aumentar la interacción personal directa y real, favorecer estrategias para aprender a dosificar el uso de las redes para evitar esa doble adicción, mitigar el impacto negativo de las redes sociales en la autoimagen y prevenir la adicción. Es decir, mostrar a las personas adolescentes y jóvenes cómo conducir la propia vida manteniendo precisamente la plenitud de su vida; de ahí, antes de que se convierta la no aceptación en un trastorno, descubrirles cómo recortar tiempo entre aplicaciones y cómo favorecer el encuentro con “el yo” honesto y transparente, impregnado de resiliencia, sabiéndose querer, con estrategias que se conviertan en hábitos saludables.

REFERENCIAS

- Acuña Rodríguez, M.C. (2024). Transdisciplinariedad y ecoformación: principios ético-filosóficos para la educación superior, *Revista Innovaciones Educativas* Vol. 26, N. 40, 203-222. <https://doi.org/10.22458/ie.v26i40.4800>
- Barker, J. (2020). Making-up on mobile: The pretty filters and ugly implications of Snapchat, *Fashion Style and Popular Culture*, 7 (2-3), 207-221. DOI: 10.1386/fspc_00015_1
- Domingo Osle, R. y Rodríguez-Fraile Díaz, G. (2022). *Espiritualizarse*. Amazon Italia Logística S.r.l.
- Erikson, E. (1974). *Identidad, Juventud y Crisis*. Editorial Paidós.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- González Andrés, G. y Liñares Gutiérrez, A.M. (2023). Los cuentos que nos motivaron a ser lo que somos. *SalTerra*.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Editorial de la Torre.
- Koffermann, M. (17 de mayo de 2024). Redes Sociais e a construção da autoimagem dos adolescentes, *Boletim Salesiano*. Red Salesiana Brasil (Brasil). <https://www.boletimsalesiano.org.br/>
- Palacios, J., Coll, C. y Marchesi, Á. (1990). Desarrollo psicológico y procesos educativos (cap. 25), en Jesús Palacios, Álvaro Marchesi y César Coll (compiladores), *Desarrollo psicológico y educación*, I (367-383). Alianza Psicología.
- Picado Sánchez, M.J. y Sibón-Macarro, T.G. (2024). ¿Cómo definimos al otro? El contexto de inmigración en el aula, *Interpretación, razón y cultura: perspectivas hermenéuticas*. 214-238. Dykinson.

- Picado Sánchez, J.M. y Sibón-Macarro, T.G. (2023). A propósito de la definición: una propuesta de revisión innovadora, IV Congreso Internacional de Formación Permanente Nodos del Conocimiento. Doi:10.13140/RG.2.2.20513.17764.
- Ramírez García, A.; Gutiérrez Arenas, M^a P. y Poyato López, Fco. J. (2021). Familias ON. Grupo Comunicar. Colectivo Andaluz de Educación en Medios de Comunicación (<https://www.grupocomunicar.com/pdf/familias-on.pdf>).
- Samaniego, J.M. (2021). Alfabetización mediática y digital: De particularidades a encuentros y posibilidades, 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476428>.
- Sánchez Carrero, J.; Contreras Pulido, P. (2012). De cara al Prosumidor: Producción y Consumo Empoderando a la ciudadanía 3.0. Revista ICONO 14. Revista científica De Comunicación y Tecnologías Emergentes 10 (3). 62-84. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>.
- Sánchez Soberano, R.L. (2017). Fundamentos filosóficos de la pedagogía de la alteridad. Boletín Redipe, Vol. 6, N^o. 1, 58-67.
- Sibón-Macarro, T.-G. y Romero Alfaro, E. (2024). El desarrollo de las habilidades comunicativas en Educación Primaria y el ODS-4, en Juan Casanova Correa y Montserrat Vargas Vergara (coords.) La inclusión de los ODS en educación superior. (pp. 141-156). Octaedro.
- Sibón-Macarro, T.-G. (2024). Formación docente y educomunicación. Diseño y preparación de píldoras educativas sobre lectura y salud, Innovación, investigación y transferencias ante la era de las Inteligencias Artificiales. (pp. 730-753). Dykinson.
- Sibón-Macarro, T.-G. y Picado Sánchez, M.J. (2021). Animación a la lectura a través de reseñas booktubers, Sección III: Nuevas alfabetizaciones y redes sociales: Procesos de enseñanza-aprendizaje en la era digital; Arantxa Vizcaíno Verdú, Mónica Bonilla del Río, Noelia Ibarra Rius (coords.) Cultura participativa, *fandom* y narrativas emergentes en redes sociales (pp. 612-635). Dykinson.
- Sibón-Macarro, T.-G. (1994). Consciencia e inconsciencia en el yo como proceso, en Juan Bargalló Carraté (coord..) Identidad y alteridad, aproximación al tema del "doble", (pp.191-204). Alfar.
- Toffler, A. (1980). La tercera ola. Plaza y Janes.