



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

“IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN
LA IMAGEN CORPORAL DE
ADOLESCENTES, LIMA- 2020”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA
EN PSICOLOGÍA

LUZ STEFANY ANDRES TINEO

Lima –Perú

2022

MIEMBROS DEL JURADO

Mg. DIANA MARISOL PACHECO PONCE

Presidente

Mg. RITA SELENE ORIHUELA ANAYA

Vocal

Lic. NORMA GISELLA DIAZ ARANA

Secretaria

ASESOR DE TESIS

Lic. GIULIANA SALAZAR ALVAREZ

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, por brindarme
su apoyo durante mi formación académica.

A mí, por mantenerme constante a
pesar de las dificultades.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mi madre por estar presente a mi lado y guiarme en cada momento de mi vida, también a mis hermanos por motivarme a seguir y ser perseverante en todo lo que hago. Así mismo, a mis mejores amigas por su comprensión, escucha e interés en lo mejor para mí.

Finalmente, a mi asesora Lic. Giuliana Salazar Álvarez por su paciencia y enseñanza durante el proceso de desarrollo de la investigación.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN	1
2. ANÁLISIS DEL ESTADO DEL ARTE	4
2.1.1 La imagen corporal.....	4
2.1.1.1 Componentes de la imagen corporal	5
2.1.1.2 Diferencias de género en la imagen corporal	6
2.1.2 Las redes sociales	7
2.1.2.1 Las redes sociales y la adolescencia.....	7
2.3. Estudios acerca del impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes.....	21
2.3.1 Estudios sobre el impacto de las redes sociales en la insatisfacción con la imagen corporal.....	22
2.3.2 Estudios acerca de la internalización de ideales de belleza	25
2.3.3 Estudios acerca del impacto de Facebook e Instagram en la imagen corporal	28
2.4. Reflexiones teóricas sobre el tema	33
2.5. Impacto teórico y social del tema.....	36
3. CONCLUSIONES	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41

RESUMEN

En la población adolescente existe un empleo de redes sociales elevado, pues estas plataformas se han convertido en un medio de integración de pares y son parte importante de la vida de los ciudadanos. Sin embargo, en las redes sociales existe gran cantidad de contenido que alude a un tema estético superficial que puede impactar en la relación del adolescente y su propia imagen corporal, dado a las características evolutivas propias del desarrollo físico, percibe la imagen corporal y el autoconcepto de forma modificable. Por ello, la presente es una investigación de tipo documental, cuyo objetivo principal es recopilar y analizar información publicada hasta la fecha acerca del impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes. Para ello se realizó una búsqueda bibliográfica en diversas bases de datos como Scielo, Pubmed y Redalyc; así también se consideraron tesis aprobadas de licenciatura, maestría y doctorado que abordan las variables: uso de redes sociales y la imagen corporal las cuales se encuentran disponibles en repositorios de investigaciones que aparecen en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación (RENATI). De acuerdo a los estudios revisados, se observa que los estándares de belleza anteriormente propagados por los medios de comunicación de forma genérica como la televisión, los posters o anuncios en las calles, comerciales, entre otros, actualmente, con el avance de la globalización, se ha sumado a ello y con mucho poder las redes sociales, ya que en ellas predominan los valores plásticos e inmediatos. Además, en cuanto a la población que evidencia un impacto en su imagen corporal a partir del empleo de redes sociales, se ha notado un mayor interés a evaluar muestras femeninas; no obstante, sería enriquecedor llevar a cabo estudios que representen a la población masculina.

Palabras clave: Imagen corporal, redes sociales, adolescencia, insatisfacción con la imagen corporal.

ABSTRACT

In the adolescent population there is a high use of social networks, since these platforms have become a means of integrating peers and are an important part of the lives of citizens. However, in social networks there is a large amount of content that alludes to a superficial aesthetic issue that can impact the adolescent's relationship and their own body image, given the evolutionary characteristics of physical development, perceive body image and self-concept modifiable. Therefore, this is a documentary-type investigation, whose main objective is to collect and analyze information published to date about the impact of social networks on the body image of adolescents. For this, a bibliographic search was carried out in various databases such as Scielo, Pubmed and Redalyc; Thus, approved bachelor's, master's and doctoral theses were considered that address the variables: use of social networks and body image, which are available in research repositories that appear in the National Registry of Research Works (RENATI). According to the studies reviewed, it is observed that the beauty standards previously propagated by the media in a generic way such as television, posters or advertisements on the streets, commercials, among others, currently, with the advance of globalization, social networks have been added to this and with great power, since plastic and immediate values predominate in them. In addition, regarding the population that evidences an impact on their body image from the use of social networks, a greater interest in evaluating female samples has been noted; however, it would be enriching to carry out studies that represent the male population.

Keywords: Body image, social networks, adolescence, body image dissatisfaction.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las redes sociales son parte importante de la vida de los ciudadanos en su gran mayoría, pues según datos recientes, el número de personas que emplean redes sociales ha ascendido a 3.800 millones, prácticamente la mitad de la población global utiliza una o más redes sociales (Kemp, 2020).

En cuanto a la población adolescente, la cual según la OMS comprende desde los 10 hasta los 19 años de edad (García y Parada, 2017), el empleo de redes sociales es de uso común, pues se ha convertido en un medio de integración, en el cual tienen la oportunidad de compartir parte de su identidad con sus pares, seguir de cerca de celebridades y artistas, así como intercambiar críticas y opiniones sobre diversidad de temas. Sin embargo, existe gran cantidad de contenido que alude a un tema estético superficial que puede impactar en la relación del adolescente y su propia imagen corporal (Infante, Ramírez, 2017); ya que ello es de interés recurrente en esta etapa de adolescencia, dado que es en dicho momento donde se presentan de forma evidente características evolutivas propias del desarrollo físico y donde la imagen corporal y el autoconcepto son de carácter modificable, formulados en función a la experiencia que uno tiene en sí mismo, la cual se ve reforzada por el medio. Dicha imagen de “sí mismo” presenta manifestaciones como el rechazo, alienación y sobre adaptación frente a su yo físico, social y emocional, lo cual desemboca usualmente en problemas de salud emocional como la ansiedad, depresión, anorexia, e ideación suicida, los cuales abarcan el 70% de los motivos de consulta mensuales en los Hospitales de los Estados Unidos (Rosendo, Ángeles & Torregrosa, 2016; García, 2004, citado en Trigoso, 2017).

Por lo tanto, es común que se presente cierta preocupación por la apariencia física durante la etapa de la adolescencia; sin embargo, debido a una gran presión social a la que se ve sometida esta población, ello puede tornarse en una alta insatisfacción corporal y una obsesión por alcanzar un nivel de delgadez poco saludable; lo cual puede llevar a desarrollar

trastornos de la conducta alimentaria, dado que están vinculados al modelo estético corporal de la actualidad (García, 2004, citado en Trigos, 2017, Manrique, et al 2018).

En vista de la necesidad de abordar este fenómeno, la presente investigación tiene como principal objetivo recopilar información publicada acerca del impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes desde 2015 hasta la actualidad. Todo ello únicamente tomando en cuenta bases de datos, tales como: Scielo, Redalyc y PubMed, en los cuales se emplea el filtro de búsqueda para facilitar la ubicación de información relevante para el estudio; así también repositorios o base de datos de investigaciones disponibles que aparecen en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación.

En cuanto a los objetivos específicos estos son el conocer qué es la imagen corporal, conocer cuáles son los componentes de la imagen corporal, conocer qué son las redes sociales y su lazo que tiene con la población adolescente; así como evidenciar la necesidad de atender los efectos de la insatisfacción corporal.

La importancia de realizar esta investigación radica en la situación actual que atravesamos a nivel global, la cual apunta a un culto excesivo de imagen corporal, haciendo más plausible que tal insatisfacción percibida por las personas, pueda tornarse patológica (Flores, 2018); incluso con mayor facilidad en la adolescencia que es sin duda un periodo en que la identidad personal se encuentra en pleno proceso de configuración y por lo tanto existe carencia de criterios, así como de valores estables y propios que les sirvan como un medio de escape de la marcada presión de los modelos estéticos contemporáneos (Mejía, 2018).

Añadido a ello, en función a la información que el presente estudio brinda, se busca contribuir a desarrollar programas de intervención a futuro, mediante los cuales se puedan potenciar la autoestima (Giménez, Correche y Rivarola, 2013), mejorar las demostraciones de afectividad desde edades tempranas; así como educar a las familias para que sean capaces de

transmitir hábitos saludables como lo es una alimentación equilibrada dentro del hogar (Moreno, Lodoño, 2017). Todo ello con la finalidad de reducir algunos factores de riesgo que predisponen al desarrollo de insatisfacción corporal en adolescentes y por ende evitar problemáticas mucho más complejas como los trastornos alimenticios y otras patologías mentales como la depresión (Contreras, Hernández, Guzmán, Freyre, 2016).

2. ANÁLISIS DEL ESTADO DEL ARTE

2.1. Conceptualización y alcance del tema.

El presente estudio está enfocado en adolescentes, los cuales están dentro de un rango de edad desde los 10 años hasta los 19 años en el contexto americano y europeo. Además, solo se consideran investigaciones encontradas en bases de datos como Scielo, Pubmed y Redalyc o tesis aprobadas que aparecen en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación (RENATI).

Mediante el desarrollo de esta indagación se pretende aportar a la base teórica sobre el impacto de las redes sociales en la imagen corporal del adolescente, para generar consciencia y resaltar la seriedad e importancia de la intervención en la población adolescente, pues la exploración de redes sociales comienza entre las edades de 10 a 12 años (Tomasz, 2016) y según Anderson y Jingjing (2018) aproximadamente 95% de los adolescentes posee un teléfono inteligente, ello es muy común incluso ante diferencias como género, etnias y antecedentes socioeconómicos.

2.1.1 La imagen corporal

En el siglo XX, se puso de manifiesto por primera vez la importancia de conocer el significado de una alteración de la imagen corporal en consecuencia del estudio de pacientes anoréxicas, a partir de ese momento se adquirió conciencia en el mundo acerca de la necesidad de definir qué es la imagen corporal (Bruch, 1962 citado en Gutiérrez y Carrera 2021).

La imagen corporal, definida por Grogan hace referencia a aquellas percepciones, pensamientos y sentimientos que una persona posee acerca de su cuerpo. Por lo tanto, las alteraciones en la imagen corporal serían el resultado de una perturbación cognitiva o perceptual del cuerpo (Grogan 1999, citado en Mahon y Hevey, 2021).

Así también, Banfield y McCabe (2002) definen a la imagen corporal como una representación mental que poseen las personas referido a su propio cuerpo en cuanto a su forma

y tamaño, la cual se ve influida por una serie de factores, ya sea históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos (citado en Ramírez, 2018).

Por su parte, Cuervo (2016) propone que la imagen corporal encuentra su definición al analizar los términos de forma independiente, tomando en consideración ambas palabras, llega a la semántica de imagen corporal, la cual es la representación del cuerpo; es decir la manera en la que las personas se ven a sí mismas físicamente.

2.1.1.1 Componentes de la imagen corporal

Existen diversos componentes para estudiar la imagen corporal (Rosen, 1997, citado en Albornoz, 2018) los cuales son los siguientes:

- **La percepción del cuerpo**, se refiere a la parte física, la estimación del tamaño y la forma del mismo.
- **Los aspectos cognitivos y emocionales**, tales como creencias y preocupaciones (su intensidad, frecuencia y duración), el malestar que estos originan y el grado de convicción sobre ellos, el esfuerzo para controlar el pensamiento.
- **Aspectos conductuales**, evaluar si existe la evitación hacia su propia imagen, el camuflaje o rituales.
- **Otros problemas psicológicos**, así como si la persona presenta un episodio de depresión, trastornos de alimentación, disfunciones sexuales, ansiedad social, etc.
- **Dimensiones de personalidad**, niveles de adaptación global que posee la persona, su autoestima y habilidades sociales.

Por otro lado, en investigaciones más actuales se encuentra que la imagen corporal se ve constituida por cuatro componentes primordiales, tales como el **componente perceptual**, el cual se refiere a cómo el individuo percibe su cuerpo de forma general o cada parte de este; **el componente cognitivo**, que hace referencia a las valoraciones que realiza la persona con

respecto al cuerpo o una parte específica del mismo, **el componente afectivo**, que contempla los sentimientos o actitudes que experimenta el individuo en relación a su cuerpo y **el componente conductual**, donde se expresan ciertas acciones o comportamientos en base a la percepción y valoración, que presenta el sujeto de su propio cuerpo (Vaquero, Alacid, Muyor, López, 2013; Rodríguez y Alvis, 2015).

2.1.1.2 Diferencias de género en la imagen corporal

La insatisfacción en la imagen corporal ha sido considerada por mucho tiempo como un problema más frecuente o incluso exclusivo de la población femenina; por lo cual se han realizado muchos más estudios en mujeres que en varones. Sin embargo, la tasa de insatisfacción corporal de los hombres ha ido aumentando a medida que se ha direccionado mayor interés a explorar la imagen corporal en esta población (Toro, Walters y Sánchez, 2012).

No obstante, diversos estudios afirman diferencias con respecto al tema entre las mujeres y varones, ya que se concluye que la población femenina percibe su propio cuerpo con mayor peso que el reflejado por su IMC de forma objetiva en comparación de los varones, (Neumark-Sztainer, Story, Falkner, Beuhring y Resnick, 1999; Ramos et al., 2003; Bhurtun y Jeewon, 2013; Deschamps, Salanave, Chan-Chee, Vernay y Castetbon, 2015). Además, los grupos de hombres estudiados se encuentran más satisfechos con la imagen corporal que poseen; y escasamente se afirman a sí mismos como “un poco gordo” o “demasiado gordo” (Ramírez, 2017).

Tales diferencias en la relación que presentan con su imagen corporal ambas poblaciones, también afectan las conductas que realizan para controlar su peso, por ejemplo, la conducta de hacer dieta para adelgazar es realizada con mayor frecuencia por las mujeres en comparación a los varones (Friend, Bauer, Madden y Neumark 2012; Bhurtun y Jeewon, 2013; Hidalgo, *et al.*, 2013).

En este punto es importante señalar que, por otro lado, existe una serie de investigaciones donde se encontró que a pesar de que las mujeres tenían mayor disgusto con su imagen corporal, los hombres también presentan tasas elevadas (Ramírez et al., 2015). Por lo tanto, lo anteriormente mencionado podría deberse a que el ideal de los chicos respecto a su cuerpo esté asociado cada vez más con la musculatura que con poseer un cuerpo delgado (Ramos, Rivera, Pérez, Lara, Moreno, 2016).

2.1.2 Las redes sociales

Las redes sociales se definen como entornos digitales, plataformas que proporcionan herramientas a los usuarios para diseñar y visualizar sus perfiles, a partir de acciones como compartir textos, imágenes, aplicaciones y otros contenidos, con el fin de establecer una conexión y convivencia social mediante la exhibición pública de sí mismos, a través de comportamientos mostrados con diferentes niveles de participación y actividad (Gallego, López, Martín, 2016).

Dentro de estas plataformas, existen los denominados influenciadores que tal como se deduce, tienen un papel más relevante en cuanto a influencia social en internet, son usuarios especiales en el sentido de que poseen una mayor probabilidad de captar la atención y estimular el resto de elementos que conforman la red a adoptar determinada opinión (González, Borge, Moreno, 2013). No obstante, se sugiere que el índice de influencia no solamente depende de quién comienza la cascada de difusión de la información, sino también de la predisposición de las personas de la red a ser influenciadas (Cruz, 2016).

2.1.2.1 Las redes sociales y la adolescencia

El fenómeno de las redes sociales ha atraído principalmente a los más jóvenes, ya que descubren de forma rápida que tales plataformas les permiten mantener relaciones multibanda en tiempo real a un nivel global, intercambiar información de cualquier tema que sea de su

interés; reconectarse con personas a pesar del paso del tiempo o distancia, presenciar y participar en cualquier acontecimiento que ocurra en algún lugar del mundo; así como generar influencia en situaciones de carácter social o económico. Por todo ello, estas plataformas virtuales se han convertido en un medio a través del cual los adolescentes en actualidad tienen una nueva oportunidad de expresar sus experiencias y establecer relaciones interpersonales, resultando así en una nueva forma de socialización, e incluso es considerada como una herramienta alternativa para tomar parte activa en la vida política, que anteriormente, era una esfera que no generaba tanta atracción en la población de jóvenes (Cruz, 2016).

Los adolescentes, se enfrentan a una etapa de cambios en su vida y junto a ello otras necesidades naturales que cubrir, tales como la necesidad de pertenecer a un grupo y la necesidad de involucrarse e interactuar con pares similares a ellos, lo cual se traduce una motivación importante a la hora de emplear las plataformas digitales. Ello se corrobora en un análisis estadístico, donde se destaca que aproximadamente ocho de cada diez adolescentes de 13 a 17 años, es decir el 81% sostiene que el uso de tales medios los hace sentir cómodamente conectado a lo que está pasando en la vida de sus amigos; alrededor de dos tercios refieren que las redes sociales les hacen sentir como si tienen gente que los puede apoyar; además el 71% afirma sentirse fácilmente incluidos en su comunidad de interés (Anderson y Jingjing, 2018).

Sin embargo, más allá de ser un medio de interacción que ayuda al adolescente a comprender el mundo que lo rodea, puede ser una fuente de inseguridades constantes, ya que considerando el postulado de Festinger (1954), es usual que los seres humanos se evalúen a sí mismos a través de la comparación con otros individuos, especialmente si son similares y atractivos, lo que en algunos casos llega a motivar al cambio y generar una automejora (Ladera, 2016). No obstante, en el caso de las redes sociales ello puede verse estancado por la gran diferencia que existe entre el yo real y el ideal, es decir, la brecha se torna amplia y aparece la

frustración y el desánimo.

Por otro lado, la magnitud del impacto de las redes sociales también depende de ciertos factores, por ejemplo:

El *factor socioambiental*, que comprende a las relaciones familiares, la calidad de vida, los pares cercanos o compañeros de soporte y la comunidad que aboga por la salud mental, podrían tener efectos favorables en la relación que el adolescente establece con su cuerpo. (Fikkers et al. 2016).

Al mismo tiempo, otro factor involucrado es el *factor emocional*, ya que contar con un adecuado manejo de emociones, favorece el reaccionar de las personas frente a la frustración y ansiedad que generan la presión social y los estándares de belleza en el medio virtual (Bula, Muñoz, Pihuave, 2017).

En cuanto al *factor cognitivo* se contemplan a las creencias asociadas a la imagen corporal, tal como “para ser una persona valida tengo que ser perfecta”; el sesgo atencional, por ejemplo prestar más atención a ciertos comentarios sobre la silueta y la comida; el nivel de flexibilidad cognitiva, que hace referencia a la rigidez en cuanto a una posición y la tendencia a las respuestas perseverativas; así mismo, la capacidad para tomar decisiones, es decir analizar una situación y evaluar las alternativas, ventajas y desventajas de lo que podría suceder (Bula, Muñoz, Pihuave, 2017; Tapajóz et al, 2016).

Finalmente, en lo que respecta al *factor físico*, las personas que no se mantiene sedentarias, que poseen fuerza y resistencia, reportan beneficios en el bienestar psicológico, lo cual mejora de la percepción física y la satisfacción con la imagen corporal (Jiménez, Arriscado, Dalmau, Gargallo, 2021).

2.1.3. Teorías de la influencia de los medios de comunicación en la imagen corporal

2.1.3.1 La Teoría de la Comparación Social

Festinger propone en 1954 una teoría acerca de la comparación social, esta se refiere al proceso a través del cual las personas se evalúan a sí mismas y a los demás en relación a sus habilidades, atributos y logros, ya que ello es útil para dar sentido al contexto social en que se encuentran. El autor resalta que los seres humanos realizan estas comparaciones para así tener una valoración precisa de lo que poseen, es decir saber si sus habilidades o características son correctas y así conectan con el comportamiento social. Tales evaluaciones deben tener un referente similar para darles estabilidad o certeza (Alcaraz, 2017).

De acuerdo a la teoría de comparación social, existen dos tipos de comparaciones según el tipo de personas con la que nos comparamos (Huamani, 2018):

- Comparación social ascendente: si la persona se compara con otra que esté en buena posición y tiene menos problemas y mayor éxito, ello desencadena una sensación de inferioridad y baja autoestima.
- Comparación social descendente: Se da cuando una persona se compara con alguien que está en una mala condición, por lo cual le genera una sensación agradable y aumenta su autoestima pues siente que le va mejor que al resto.

2.1.3.2 La Teoría de Cultivo

Fue desarrollada por George Gerbner en la década de 1960, el desarrollo teórico de dicha propuesta se focaliza en el poder de la televisión, ya que considera que en aquella época ese era

el medio más influyente en cuanto al relato de historias y llegaba a «cultivar» valores y creencias en la audiencia, los cuales eran reforzados dependiendo de la cantidad de tiempo que veían televisión (Torres, 2018).

El cultivo entonces se entiende como una contribución de la televisión a los juicios que los individuos forman del entorno social externo luego de una exposición a largo plazo, sistemática, acumulativa de contenidos repetitivos y unificados. La televisión se convierte en la fuente de cultural para diversas poblaciones y va modelando a su público de forma intencional con discursos directos y no intencional, mediante el entretenimiento; todo ello configura en los receptores una percepción acerca de las realidades sociales (Torres, 2018).

En esta misma línea, más adelante se amplió el entendimiento del planteamiento de Gerbner y se distinguieron nuevos conceptos tales como el mainstream (corriente más popular o dominante), resonancia (transmisiones que confirman alguna experiencia personal vivenciada por el espectador) y para comparar las creencias de espectadores, grados de baja, media o alta exposición a la televisión. En dichos rangos, los espectadores de alta exposición, presentarían un mundo cognitivo dominado por la televisión, pues poseen en su memoria más hechos e imágenes derivadas de la televisión que no se suelen cuestionar, en comparación a los otros niveles (Torres, 2018).

Con la finalidad de solidificar su teoría, el autor se empeñó en realizar un análisis de los mensajes en la programación televisiva, específicamente tomando en cuenta el rango de horario con mayor audiencia o público, en él se presentaban series, comedias, películas, dibujos animados, entre otros. Luego de procesar tal información, desarrolló el análisis del cultivo, es decir se recogieron, mediante una serie de encuestas, las concepciones de las personas que veían el prime time, acerca de la realidad social que los rodeaba y se relacionaron con algunos de los elementos y mensajes intencionales o no intencionales más frecuentes transmitidos por la

televisión. Los resultados obtenidos confirmaron las hipótesis de la teoría de Gerbner, la televisión es un medio poderoso, que pues moldea la cultura al simplemente ir recordando o alimentando una y otra vez cierta información o lecciones que penetran la mente de las personas (Martin, 2013).

2.1.3.3 La Teoría de la Cognición Social de Bandura

Albert Bandura propone una teoría de aprendizaje en el año 1994, la cual sostiene que las personas basan su conducta en otras anteriormente observadas, es decir mediante una experiencia vicaria. Dicha forma de aprender nos permite tener un repertorio de conductas inspiradas en modelos o referentes como nuestros pares cercanos, los padres, personajes públicos, etc. El individuo observa con detenimiento, memoriza y evaluar que recompensa se lleva en caso de que opte por actuar de cierto modo (Ladera, 2016).

La evaluación del resultado es un aspecto muy importante dentro de la teoría de Bandura, ya que la distingue de otras propuestas al resaltar la relevancia del procesamiento cognitivo de la conducta humana. Es decir, explica que no solo se trata de reproducir lo observado, si no de que al recordar las escenas donde aparece el modelo, también se toma en cuenta qué sucedió luego se la acción, cómo respondió el ambiente ante ello y la narrativa interna sobre si nos conviene reproducirlo o que podríamos cambiar algo para mejorar el desenlace (Casas, 2018).

Un experimento importante para comprender esta teoría fue “el muñeco Bobo” (Jara, Olivera, Yerrén, 2018), en el cual se utilizaron tres grupos de infantes: dos grupos experimentales y un grupo control. El primer grupo se dividió para observar a un hombre o una mujer realizando conductas violentas hacia el muñeco bobo; el grupo dos observó un modelo no agresivo interactuando con tal muñeco; mientras que al tercero solo se le presentaba el mismo muñeco sin una observación previa. Finalmente, tras de ver las reacciones de cada grupo, Bandura señaló lo siguiente:

- El grupo que observó al modelo violento tenían mayor probabilidad de actuar con agresividad al estar frente al muñeco bobo.
- Los niños reproducían físicamente conductas mas violentas que las niñas, pero en cuanto a lo verbal no se notaban diferencias.
- Además, cuando el modelo era mujer solía ser mas imitado por las niñas.

Existen 4 procesos que se distinguieron en esta teoría de aprendizaje social:

1. Atención: Es fundamental que el aprendiz esté centrado en el modelo, ya que si surgen otros distractores en el ambiente puede interrumpir el aprendizaje.
2. Retención: El almacenamiento de lo observado es otro aspecto clave para poder replicar la conducta en otro momento.
3. Reproducción: Es la ejecución de la conducta observada, sin embargo, es vital reconocer que no toda conducta puede realizarse de forma inmediata si no que requiere de la capacidad motora adecuada y por ende repeticiones constantes.
4. Motivación: Hace referencia a la necesidad de reforzadores luego de darse la conducta, usualmente el aprendiz se guía de lo conseguido por el modelo inicial y pretende obtener la misma recompensa.

2.2. Métodos de estudio del tema

En vista de la marcada presencia de las redes sociales en las vidas de las personas, sobre todo en la población de adolescentes (Hernández, 2015), se desarrollaron estudios sobre la influencia de ello en diferentes aspectos de la vida como en la educación, la comunicación, la sexualidad, la vida familiar, la identidad personal, entre otros (Islas, Carranza, 2011; Acevedo, 2014; Alvares, Rodríguez, 2012; Gómez, Marín, 2017). De esta misma manera, los investigadores notaron que las redes sociales son una potencial influencia en la imagen corporal de los adolescentes y se iniciaron investigaciones de diversos tipos tanto como cuantitativas, cualitativas, revisiones teóricas y programas de intervención.

Entre las investigaciones cuantitativas más actuales se encuentran algunas como la desarrollada por Ladera (2016), esta abarca el tema de la satisfacción de la imagen corporal y el uso de redes sociales, en ella se emplea un diseño correlacional transversal. La muestra utilizada fue un grupo de mujeres españolas de 18 a 27 años, ya que se consideró el rango de edad en el cual las mujeres suelen tener mayor vulnerabilidad con respecto a su imagen física y prevalencia de trastornos de alimentación. Para evaluarlas se utilizaron pruebas digitalizadas que fueron enviadas vía correo electrónico, así como aplicación de las mismas de manera presencial. Tales instrumentos eran los siguientes: Eating Attitude test (EAT-40), El Body Shape Questionnaire (BSQ), la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS) con el fin de conocer el uso de las redes sociales (Ladera 2016). Cabe resaltar que previo a la aplicación de las pruebas, se estimó la fiabilidad de cada uno de ellas mediante el coeficiente α de Cronbach, el cual mostró un índice adecuado en todos los casos.

Así mismo, otra investigación de tipo cuantitativa no experimental, con un diseño transversal, descriptivo y correlacional correspondiente al tema del uso de Facebook y la satisfacción corporal en mujeres, se llevó a cabo el 2017 en Perú y evaluó la relación del uso

de Facebook y Autopercepción de la Imagen Corporal en una población de 615 estudiantes universitarias de las cuales se obtuvo una muestra no probabilística 106 personas. A tal grupo de estudiantes se le aplicaron 2 pruebas adaptadas a la población limeña y con la autorización requerida, tales como la Escala de Intensidad de Facebook, la cual fue validada y arrojó un grado de confiabilidad de 0.824. Por otro lado, se evaluó la autopercepción de la imagen corporal mediante el instrumento Body Shape Questionnaire (BSQ), del cual se obtuvo una confiabilidad de 0.97. (Infante y Ramírez, 2017).

Con respecto a investigaciones cuasiexperimentales, una recientemente publicada esta relacionada a la influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes y fue realizada el año 2020 en España, en este estudio se planteó un programa de intervención preventiva que constaba de 9 sesiones, entre las actividades distribuidas se encontraba en la primera sesión una evaluación pre test, en la segunda y tercera se revisaron los temas de psicoeducación sobre la realidad de redes sociales como Instagram, en la cuarta y quinta sesión autoestima y habilidades sociales, en la sexta y séptima acerca de la imagen corporal y los hábitos saludables, octava y novena se brindó una psicoeducación para padres y se aplicó el post test, la muestra estaba conformada por un grupo de estudiantes escolares del primer y cuarto año de secundaria. Para llevar a cabo el programa se realizó la aplicación pre y post test de instrumentos psicométricos como el Body shape Questionnaire (BSQ), la escala de autoestima de Rosenberg (RSE), así como una encuesta de satisfacción al final de todas las sesiones (Romo, 2020).

Una Investigación experimental realizada en Estados Unidos (Engeln, Loach, Imundo & Zola 2020) estudió el efecto del uso de las redes sociales en cuanto a las comparaciones de apariencia, estado de ánimo y satisfacción corporal en una muestra definida mediante G*Power de 308 mujeres universitarias (18-26), las cuales debían autodenominarse como usuarios

activos tanto de Facebook como de Instagram para poder participar. Se identificaron una diversidad de participantes tales como caucásicos, asiáticos, asiáticos-americanos, afroamericanos, hispanos y multirraciales. El diseño utilizado es el 2x3 ya que se aplican instrumentos pre y post test y se tienen presentes 3 condiciones como el uso de Facebook, uso de Instagram y el grupo control. Los participantes firmaron un consentimiento informado, resolvieron el pre test y luego fueron designados de forma espontánea a alguno de los grupos.

Posteriormente, todos usaron un iPad según su condición asignada por siete minutos, ya que el promedio de tiempo que dedican los adolescentes y jóvenes a Instagram era 32 minutos, pero en diferentes intervalos de tiempo, siendo el mínimo de ellos menor a 10 minutos. En cuanto a la actividad dentro de las redes sociales, se les permitió publicar, comentar o colocar "me gusta" en imágenes, o simplemente mira imágenes / videos o lee publicaciones, más no enviar o contestar mensajes. Luego de ello, resolvieron un post test el Body Image States Scale (BISS) de 6 ítems que evalúa de forma situacional la satisfacción con la imagen corporal, es decir los ítems son redactados desde el "Ahora me siento". Finalmente, los participantes en las condiciones de Facebook e Instagram recibieron preguntas adicionales sobre comparaciones sociales y la actividad en las redes sociales en las que participaron.

En esta línea se han desarrollado instrumentos como el Multidimensional Body Self Relations Questionnaire, que es considerado una de las pruebas más completas ya que se evalúan diversos componentes como el aspecto actitudinal, cognitivo y conductual respecto al constructo imagen corporal (Kirszaman, Salgueiro, 2015); posee 10 subescalas las cuales son las siguientes:

1. Evaluación de la apariencia: consta de 6 ítems encargados de medir los sentimientos de atractivo físico o la falta de atractivo, y la satisfacción o insatisfacción con los que uno observa.

2. Orientación de la apariencia: consta de 12 ítems que miden el grado de inversión en la apariencia.
3. Evaluación del estado físico: posee 3 ítems para medir la sensación de estar físicamente apto o no apto.
4. Orientación del estado físico: cuenta con 13 ítems que miden el grado de inversión de estar en buena forma física
5. Evaluación de la salud: constituido por 6 ítems encargados de medir los sentimientos de la salud física y/o la ausencia de enfermedad.
6. Orientación de la salud: consta de 8 ítems, mide el grado de inversión en un estilo de vida saludable.
7. Orientación de la enfermedad: posee 5 ítems que miden el grado de reactividad a ser o enfermarse.
8. Subescala de satisfacción de aéreas corporales: cuenta con 9 ítems para medir la satisfacción con aspectos diferenciados de la apariencia.
9. Subescala de preocupación por el peso: cuenta con 4 ítems que miden la ansiedad hacia la grasa corporal, el conocimiento del peso corporal, la dieta y restricción alimentaria.
10. Subescala de autclasificación del peso: posee 2 ítems para medir cómo una persona percibe y etiqueta su peso, que van desde muy bajo peso al sobrepeso.

Así mismo el Body Shape Questionnaire (BSQ) que como se ha evidenciado es uno de los más empleados, puesto que cuenta con un alfa de Cronbach entre 0,93 y 0,97 y un coeficiente de Pearson entre 0,61 y 0,81, lo cual indica una validez adecuada. Dicho instrumento consta 34 ítems que se dividen en 5 factores (Ladera, 2016), tales como:

1. Preocupación por el peso en conexión con la ingesta
2. Preocupación por los aspectos antiestéticos de la obesidad

3. Insatisfacción corporal general
4. Insatisfacción corporal respecto a la parte inferior del cuerpo: muslos, caderas y nalgas
5. Empleo del vómito o laxantes para reducir la insatisfacción corporal

Incluso se ha adaptado dicho cuestionario para evaluar la imagen corporal de la población masculina, obteniendo propiedades psicométricas óptimas para su empleo (Palomino, 2018).

Así también, se han desarrollado pruebas para medir el uso de redes sociales tales como la Escala de riesgo de adicción a las redes sociales e internet, la cual está dirigida para población adolescente y cuenta con una validez de 0.78 y 0.88 y una confiabilidad de 0.90. Posee 29 ítems y las siguientes subescalas: Síntomas-adicción, cuenta con 9 ítems y toma en cuenta los criterios de adicción a tecnologías online; Uso-social, posee 8 ítems y se utilizan para evaluar las RSI (redes sociales e internet) para fines de relación interpersonal de forma virtual; Rasgos-frikis, cuenta con 6 ítems dirigidos a valorar conductas propias de personas tales como aficiones a juegos online y búsqueda de material sexual o erótico desmesurada, rara o excéntrica y por último la subescala de Nomofobia, que posee 6 ítems relacionados a conductas que indican el temor intenso a estar sin móvil o celular (Peris, Maganto y Garaigordobil, 2018); otro test utilizado es la Escala de Intensidad de Facebook, que como menciona, se enfoca en medir el uso de una red social en específico, esta escala posee un grado de confiabilidad de 0.824 (Infante, Ramírez, 2017). Incluso en la actualidad continúan desarrollando más herramientas psicométricas que apuntan a la medición en términos de adicción a estas plataformas virtuales, tal como el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (Araujo, 2016), que cuenta con una confiabilidad mediante alfa de Cronbach de 0.88 a 0.92; posee 24 ítems en total y 3 dimensiones, las cuales son las siguientes:

1. Obsesión por las redes sociales: Evalúa la preocupación constante sobre lo que sucede en redes sociales e incluso la sensación de incertidumbre y ansiedad cuando no se encuentra en línea o

al tanto de lo que acontece en dichas plataformas.

2. Falta de control personal en el uso de las redes sociales: Mide la incapacidad para regular el tiempo dedicado a estar conectado online y descuido de otras actividades importantes en su vida, únicamente por estar presente en tales redes.
3. Uso excesivo de las redes sociales: Evalúa el tiempo excesivo en redes sociales y la dificultad que posee la persona para desconectarse.

Finalmente, mediante las investigaciones cualitativas, se pretende registrar la parte fenomenológica del tópico, en ellas se observa que existen estudios orientadas solo a investigar la imagen corporal en la etapa de la adolescencia (Castrillon, Benavides, Madich, Bravo, 2017; Nadine, 2013), por ejemplo, un estudio acerca de la influencia que presentan los factores socioculturales sobre la imagen corporal, es de enfoque cualitativo y posee un alcance exploratorio y descriptivo. Ello se realizó a través de la técnica de bola de nieve, para luego realizar entrevistas a profundidad a 5 adolescentes de 16 a 18 años, quienes poseía un nivel socio económico alto; además los criterios de inclusión para elegir la muestra se basaron en los siguiente: adolescentes, sexo femenino, rango de edad desde los 15 a 18 años de edad, así mismo se descartó a quienes poseían un IMC por debajo o encima de lo normal o si tenían un diagnóstico de TCA.

Las entrevistas fueron dinámicas y no directivas, un encuentro personal y presencial con cada una de las participantes por 1 hora, fueron grabadas y posteriormente transcritas de forma íntegra. Algunas de las preguntas más relevantes que se realizaron fueron: ¿Cómo te sientes contigo misma y con tu cuerpo?, ¿cómo impacta esto en tu vida?, ¿cuáles crees que son las imágenes femeninas que se muestran a través de Internet y los medios masivos de comunicación?, ¿cuáles crees tú que son los valores que dichas imágenes transmiten?, ¿cuál sientes que es el rol que le otorgan tu colegio/familia/pares al cuidado del cuerpo?, y ¿qué tan

importante es para ti la opinión de tus amigos/familia sobre tu cuerpo?. Para el análisis de los datos recolectados, se el análisis, se utilizó triangulación de investigadores, de esta forma se codificaron las entrevistas transcritas para generar en conceso categorías y subcategorías puntuales. Cabe señalar que se encontraron que los resultados que apuntan hacia una ambivalencia hacia su imagen corporal, una sobrevaloración del aspecto físico y consideración de la delgadez como signo de atractivo y éxito; además señalaron que algunos factores socioculturales más influyentes eran los medios de televisión, redes sociales digitales, las cuales superan al contacto directo con pares y familiares (Cortez *et al*, 2016).

Otra investigación cualitativa que corresponde a una cibernetnografía que fue realizada en Chile en torno a prácticas y significados de lo corporal en jóvenes pertenecientes a las ciudades chilenas de Santiago y Concepción. Se empleó la etnografía multi-situada como enfoque predominante de investigación, la cual se refiere a el análisis del modo de vida de un grupo de individuos, en este caso no solo en un lugar determinado si no en distintos espacios. Esta tuvo el objetivo de problematizar los resultados en base al trabajo de campo, especialmente asociados con el uso de tecnologías digitales que rectifican y potencian la imagen corporal frente a otros. Para ello, se trabajó con el grupo juvenil de Facebook NRN4 (nombre representativo que mantiene a los participantes anónimos) las edades fluctuaban entre 18 y 20 años, en cuanto al sexo eran 55% hombres y 45% mujeres estudiantes de colegios y también universitarios o de institutos.

Se aplicaron diferentes técnicas que van desde la observación participante en ciberescenarios, la generación de un archivo visual y fotográfico del grupo, la aplicación de una encuesta online y entrevistas a profundidad, particularmente para obtener información vinculada con el perfil sociocultural de usuarios y usuarias. La observación exploratoria inicio en el 2015, donde se identificó comunidades juveniles en Facebook tales como la comunidad

gamer chilena del videojuego League of Legends (LOL) que contenía usuarios de Chile, Argentina y Perú, quienes buscaban informarse sobre el videojuego, conocer y compartir experiencias interpersonales. Luego de ello se descubren otros grupos exclusivos de fotografías y autopresentación, en la cual uno de los investigadores ingresó como miembro utilizando un perfil ficticio con edición de sus propias fotos, siguiendo las prácticas de interacción y de autopresentación común en dicha comunidad. Durante todo el período de observación se recolectaron capturas de pantalla de publicaciones en los grupos. En noviembre de 2016 se aplicaron 83 encuestas para obtener información relativa sobre los datos generales y uso de redes sociales. Luego, en diciembre de 2016 y enero de 2017 se entrevistó a 7 miembros de NRN4, identificando sus modos de interactuar y extimidad. Para ambos casos de entrevistas y encuestas se publicaron invitaciones abiertas para que los miembros del grupo puedan unirse de forma voluntaria, así también, se aplicó el consentimiento informado para el caso de las entrevistas aplicadas (Ganter, Basulto, & Mendoza, 2018).

El análisis de los datos, se realizó mediante un ejercicio que combinó la hermenéutica con el análisis semiótico. Se realizó una matriz de análisis de datos, que representaban los hallazgos sobre la performance de autopresentación, así como el análisis de las capturas fotográficas que hacían referencia a las tensiones impuestas por una nueva moral de la pureza estética que circula en las redes sociales, identificando el uso extendido de filtros sobre en la zona corporal y facial, un conjunto de técnicas depuradoras de la piel que enfatizan un canon de belleza y atractivo normalizado en la publicidad y la industria del espectáculo, definida por lo blanco, lo liso y lo juvenil (Ganter, Basulto, & Mendoza, 2018).

2.3. Estudios acerca del impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes

Se han encontrado distintas investigaciones relacionadas al tema de las redes sociales y el

impacto que pueden generar en la imagen corporal de los adolescentes, tanto a nivel nacional como internacional. A continuación, se presentarán algunos estudios relevantes con los detalles de los procedimientos llevados a cabo en su elaboración y el aporte que brindan para lograr comprender mejor el tópico en cuestión.

2.3.1 Estudios sobre el impacto de las redes sociales en la insatisfacción con la imagen corporal

El impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes es un tema que se ha ido abordando como tal hace algo más de una década, pues a pesar de haber surgido en el año 2003, tuvieron mayor alcance desde la apertura pública de Facebook a la comunidad global en el 2006 (Infante, Ramírez, 2017).

Anteriormente, dicho tema de investigación solía ser revisado mediante estudios científicos con el término “medios de comunicación”, debido a la gran influencia que ello representaba para la época y el reciente nacimiento o crecimiento de la popularidad de plataformas digitales. Eran tales medios de comunicación como la televisión, revistas o anuncios comerciales los cuales eran acusados de distorsionar la realidad en cuanto a estética física, dado que exponían cuerpos sumamente delgados y reforzaban un estándar de belleza conseguido bajo esfuerzos excepcionales, lo cual no era representativos de la población y desacreditaba la diversidad de apariencias físicas en la vida real (Tiggemann y Pickering, 1996; Capapé, 2020).

Posteriormente se elaboraron estudios enfocados específicamente en redes sociales tal como el de Ladera (2016), donde se evaluó la satisfacción corporal y la autoestima de adolescentes que utilizaban redes sociales, para lo cual se empleó una muestra de 123 mujeres

entre 18 y los 27 años, a quienes se les aplicó 4 instrumentos tales como el EAT-40, el BSQ, la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Test de Adicción a las Redes Sociales. Tras analizar los resultados obtenidos, se concluye que a mayor uso de las redes sociales hay mayor es la insatisfacción corporal y al incremento de dicha insatisfacción se evidencia una menor autoestima, así también existe una alta relación entre insatisfacción corporal y los comportamientos dirigidos a la reducción de peso. Sin embargo, no existe una relación significativa entre la autoestima y el uso de redes.

Guillen y Navarro (2019), desarrollaron una revisión bibliográfica con el fin de conocer el impacto que tienen las redes sociales en la imagen corporal de jóvenes de 12 a 25 años afectados por algún trastorno de la nutrición y la alimentación. De acuerdo de lo analizado, existen comunidades online, tales como las pro-ana y pro-mia, las cuales difunden un mensaje de apología hacia los Trastornos de la conducta alimentaria aceptándose como estilos de vida saludables, este tipo de contenido llega a gran cantidad de usuarios a través de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes tales como Facebook e Instagram. La exposición de este tipo de contenido que incita a la búsqueda de un ideal delgado como sinónimo de belleza, éxito y bienestar, se suele acompañar con un mayor índice de insatisfacción corporal, ansiedad, depresión y conductas de riesgo.

Vergara (2020), presenta un estudio de tipo cualitativo en el cual se realiza un análisis de los relatos acerca de las experiencias vividas por 9 jóvenes (entre 12-14 años) de la comuna de Renca en Chile durante 3 años, acerca del uso de redes sociales y cómo estas se ven involucradas con la propia percepción y valoración de su imagen corporal. Luego del análisis correspondiente se obtiene que todas las adolescentes en estudio afirman otorgarle gran importancia al físico y tienen el deseo de ser reconocidas y aprobadas por sus pares en estas plataformas. Además, el estar expuestos de forma prematura y frecuente a las redes sociales,

con una permanente evaluación y exposición hacia otros, implica riesgos sobre la imagen corporal, y, por lo tanto, en el desarrollo de su propia identidad. Es por ello que, en base a las narraciones de las adolescentes, el uso de las redes sociales puede aumentar la inseguridad y provocar cuestionamientos e incluso desprecio a la imagen corporal, en función de las experiencias vividas durante dicha etapa crítica como es el periodo de adolescencia.

Por otra parte, una organización sin fines de lucro Common Sense Media (2015), publicó una revisión bibliográfica del tema donde se aborda el rol de los medios digitales en el desarrollo de la imagen corporal de los niños y adolescentes, en este apartado se menciona que, así como las plataformas digitales representan para esta población una oportunidad de comunicación con sus pares, también representan cierta presión social en las comunidades virtuales. Ello se evidencia mediante un estudio realizado con adolescentes de 13 a 17 años, por la misma organización en el año 2012, en la cual se revela el 75% de adolescentes poseían un perfil en una red social, de los cuales el 35% reportaron sentirse preocupados de ser etiquetados en una foto de sí mismos que consideran poco atractiva; el 27% señalaron estar estresados acerca de cómo se ven al momento de publicar una foto en su cuenta personal; y un 22% afirmaron sentir malestar consigo mismo cuando nadie le daba un “me gusta” o un comentario a su fotografía. A pesar de que tanto los hombres como mujeres reportaron experimentar lo mismo, ello era más frecuente en la población femenina.

Así mismo, Solomon (2018), realizó una investigación centrada en explorar cuál era la cantidad de tiempo invertida en el uso de redes sociales y la frecuencia de ciertos comportamientos que involucran auto objetificación en el uso de redes sociales, relacionadas al monitoreo y sensación de vergüenza hacia la imagen corporal en una muestra de 142 adolescentes (43 varones y 99 mujeres); emplearon una escala de frecuencia de uso de redes sociales, una hoja de verificación con 10 tipos de publicaciones que suelen realizar en redes

sociales, el Objectified Body Consciousness Scale (OBCS) y Junior Self-Monitoring Scale . Los resultados indicaron que a mayores niveles de uso de las redes sociales para actividades que involucren auto objetificación (pedir al público que puntúe una foto de uno mismo, publicar *selfies* del rostro o del cuerpo únicamente), así también se hallaron mayores niveles de sensación de vergüenza hacia su cuerpo, y ello aumentaba el monitoreo que realizaban los jóvenes sobre su apariencia física. Tal experiencia estaba presente en participantes de ambos géneros, pero era más frecuente en mujeres adolescentes.

En vista de tales investigaciones revisadas, se demuestra un mayor interés a evaluar muestras femeninas, ya que suelen presentar mayor consciencia con su imagen corporal; sin embargo, sería enriquecedor llevar a cabo estudios actuales que estén representados por la población masculina, dado que de esta manera podríamos contar con mejores referentes de comparación con la población femenina y así discernir con mayor argumento las variaciones en cuanto a la percepción que presentan ambos grupos sobre su imagen corporal. Incluso sería más interesante ampliar la información sobre dicho constructo en los varones de forma cualitativa para así conocerlo desde sus propias experiencias. En especial en esta época donde tanto varones como mujeres crecen muchos más cercanos a las plataformas digitales y a sus influencias, lo cual es un contexto diferente a las cohortes pasadas.

2.3.2 Estudios acerca de la internalización de ideales de belleza

Vandenbosch y Eggermont (2015) publicaron un estudio de tipo longitudinal que buscaba conocer la frecuencia de uso de redes sociales para actividades generales, así como su uso para monitorear a pares atractivos en particular, para ello empleó una muestra de 1041 adolescentes; se aplicaron diferentes pruebas como una escala de uso de redes sociales, Monitoring of attractive peers on social networking sites (MAP- SNS), el instrumento

sociocultural attitudes toward appearance scale, self-objectification questionnaire y el objectified body consciousness scale for adolescents. Los resultados mostraron que el uso de medios de comunicación con contenido sexualizante estaban asociados con considerar tales ideales de apariencia promovidos como propios estándares a seguir. Asimismo, esta internalización de los ideales de apariencia, a su vez, estaba relacionada con la tendencia a monitorear pares atractivos y a la auto-objetivación y la vigilancia corporal.

Lewallen y Behm (2016) realizaron una investigación vía online con un grupo 118 mujeres en diferentes ciudades de los Estados Unidos, ello con la finalidad de conocer el nivel de internalización de la figura corporal delgada, los motivos por los cuales suelen realizar ejercicios (eg. Realizó ejercicios para prevenir problemas de salud) y la comparación social de la imagen corporal (apariencia y peso), para ello se emplearon instrumentos como Ideal Body Stereotype Scale (Stice & Agras, 1998), Exercise Motivations Scale y el Extent Thoughts Questionnaire. Los resultados revelan que las publicaciones en línea relacionadas a imágenes femeninas idealizadas contribuyen a una comparación social y sentimientos de inadecuación, pues al buscar contenido inspirador acerca de cómo mejorar en el aspecto físico y llevar una vida saludable, también encuentran publicaciones que difunden ideales de delgadez y perfección mediante métodos radicales, tales como dietas restrictivas, que influyen en las intenciones de los usuarios. Así también se señala que las mujeres más jóvenes suelen ejercitarse físicamente con el motivo de tener una mejor apariencia superficial, mientras que las mujeres de edad avanzada lo hacen en su mayoría por una cuestión de prevenir enfermedades, ya que el monitoreo de la apariencia física y la ansiedad sobre ella suele disminuir con el paso del tiempo.

Un estudio cuantitativo correlacional realizado en Brasil el 2019 (Macedo, *et al.*) abordó el tema de que la influencia de los medios puede llevar a los adolescentes a internalizar

patrones de belleza física, para lo cual se empleó una muestra de 1011 adolescentes de los cuales 527 eran niñas y 484 eran niños. Se determinó el IMC de cada adolescente y luego los instrumentos tales como: EAT-26, The Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3) y el Cuestionario de Forma Corporal (BSQ). Para el análisis estadístico, utilizamos la prueba t de Student, la prueba de chi-cuadrado y la prueba de correlación de Pearson. De acuerdo a los resultados, la influencia de los medios de comunicación se asocia con una mayor probabilidad de que los adolescentes presenten trastorno de la conducta alimentaria y ello a su vez con la disfunción eréctil en adolescentes de ambos sexos. Además, la influencia de los medios y el IMC es predictor de un TCA en ambos sexos, pero el riesgo es mayor en mujeres que en varones.

Buse (2019), llevó a cabo una investigación en Perú acerca de la internalización de ideales de belleza y auto-cosificación del cuerpo, para lo cual tomó una muestra de 109 adolescentes mujeres, a quienes se aplicó el Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire 4 (SATAQ-4) y el Objectified Body Consciousness Scale (OBCS). Los resultados señalaron que existen correlaciones directas entre los factores de la autocosificación, vigilancia y vergüenza corporal, y la internalización de ideales de belleza, ello refiere que, a mayor predominancia de ideas o creencias fijas con respecto a la belleza ideal, se evidencia una mayor monitoreo y sensación de vergüenza hacia la imagen corporal.

En vista de las investigaciones presentadas, se aclara a través de los resultados la presencia de una marcada internalización de estándares de belleza, así como una autocosificación en la población de adolescentes con respecto a su imagen corporal, lo cual es de suma relevancia para comprender la disconformidad que pueden llegar a experimentar y cómo se traslada ello a su vida cotidiana, las consecuencias que pueden conllevar ya que ello se traduce en un propósito personal a alcanzar. Así mismo es de relevancia señalar que en

algunas investigaciones, el aspecto metodológico se presenta ciertas irregularidades, dado que los instrumentos utilizados no están explicados completamente o hay omisión en lo que respecta a su validación para la población peruana en particular.

2.3.3 Estudios acerca del impacto de Facebook e Instagram en la imagen corporal

Dado que en los últimos años unas de las redes sociales más populares entre los adolescentes han sido Facebook y posteriormente la plataforma de Instagram (Anderson, Jingjing, 2018; Moreno, 2018), se han encontrado investigaciones que toman de manera específica una o ambas redes sociales para evaluar su impacto en la población adolescente.

Un estudio de Tiggemann y Slater (2017) empleó una muestra de 438 adolescentes (13-15 años) en los primeros dos años de la escuela secundaria, las cuales completaron el cuestionario de Medidas de consumo de Facebook y Preocupaciones sobre la imagen corporal, y nuevamente dos años después los completaron para notar la variación de las respuestas. Ello demostró que un aspecto del uso de Facebook se asoció con niveles posteriores más altos de preocupaciones sobre la imagen corporal. Este estudio con modelo longitudinal señala que el aumento de número de amigos de Facebook predecía el aumento en cuanto impulso por la delgadez y su internalización dos años después, probablemente porque estaba relacionado con un signo importante de popularidad en la esfera adolescente, pues un mayor número de amigos de Facebook las incitaría a una mayor oportunidad para hacer múltiples comparaciones sociales con otros usuarios.

Otra investigación que toma en cuenta el uso de facebook y la satisfacción con la imagen corporal del 2015, realizada por los investigadores Stronge, Greaves, Milojev, Newman, Barlow y Sibley; tomaron una muestra de 11,017 personas adultas (mujeres = 6,883 y hombres = 4,134). Los datos a ser evaluados fueron recopilados del New Zealand Attitudes

and Values Study (NZAVS) del cual se extrajeron ítems como “estoy satisfecho con la apariencia, tamaño y forma de mi cuerpo”, “Tengo una cuenta de Facebook”, “cuantas horas en la última semana has usado Facebook”. Tras analizar las respuestas de la amplia cantidad de participantes, se confirmó que tanto varones como mujeres usuarias de Facebook poseían menores niveles de satisfacción corporal que aquellos que no contaban con un perfil en dicha plataforma.

Así también, se evidenció que las mujeres de mediana edad que utilizaban Facebook reportaban una satisfacción corporal significativamente menor que el resto, probablemente porque dedican mayor tiempo a ver fotografías de personas de su mismo sexo, lo cual abre paso a la comparación de su apariencia corporal. La importancia de este estudio es que sugiere que los usuarios de Facebook con participación en comportamiento de comparación consistentes, experimentan insatisfacción con su imagen corporal sin importar la cohorte o el dominio de usuarios de edad universitaria (Stronge, Greaves, Milojev, Newman, Barlow y Sibley, 2015).

Así mismo, Infante y Ramírez llevaron a cabo una investigación cuantitativa en el 2017 acerca de la influencia de la red social Facebook en la autopercepción corporal de estudiantes universitarias (N=106). Para ello se emplearon instrumentos como la Escala de intensidad de Facebook, para conocer la participación activa de las estudiantes en dicha plataforma y el Body Shape Questionnaire (BSQ), con el motivo de conocer los niveles de insatisfacción corporal teniendo en cuenta el miedo a subir de peso, los sentimientos de baja autoestima debido a la apariencia corporal y el deseo de perder peso. De acuerdo al análisis de los resultados, existe una relación positiva y significativa entre el uso de Facebook y la autopercepción negativa de la imagen corporal en mujeres ($r=0.247$; $p<0.05$), es decir la intensidad de uso de la red social Facebook, influye en la autopercepción que tienen las mujeres con respecto a su apariencia física.

En esta misma línea, se realizó un estudio acerca de plataformas virtuales como Facebook e Instagram por Cohen, Slater y Newton en el año 2017. El objetivo de tal investigación era identificar las características específicas de dichas redes sociales que se relacionan con el cuerpo y preocupaciones de imagen en mujeres jóvenes. La muestra fue un total de 259 (entre 18 y 29 años) quienes completaron pruebas como un cuestionario sobre el uso de redes sociales como Facebook Questionnaire, Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire–Version 3, The five-item Physical Appearance Comparison Scale, Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire–Appearance Scales, Objectified Body Consciousness Scale y la subescala de deseo de delgadez de la prueba Eating Disorder Inventory-3 , para evaluar las preocupaciones sobre la imagen corporal. Luego de analizar los datos recolectados se concluye que el uso de las redes sociales enfocado en la apariencia física (fitspiration), más que el uso general de estas, está relacionado con preocupaciones sobre la imagen corporal en mujeres jóvenes. Especialmente, se asoció una mayor participación en las actividades fotográficas en Facebook (actualizar fotos de perfil, buscar fotos de sus pares o celebridades), con mayor internalización del ideal delgado y vigilancia corporal.

Así mismo, una investigación cuantitativa correlacional que se enfocó en estudiar el uso de la plataforma de Instagram y la preocupación dismórfica corporal en adolescentes y jóvenes, La muestra del estudio estuvo compuesta por 796 participantes con un rango de edad entre 18 y 35 años, pertenecientes a áreas urbanas y semiurbanas de Cádiz y Sevilla en España. Las mujeres de la muestra constituyeron el 54% y poseían un estatus social de clase media y un IMC que oscilaba entre 15,43 a 48,44. Se emplearon instrumentos tales como el Cuestionario de preocupación dismórfica, el cual es una escala de Likert que contiene 7 ítems que evalúan preocupaciones relacionadas con apariencia y es una medida de detección para el Trastorno dismórfico corporal. Además, se aplicó la Escala de pensamiento referencial

adaptado al español, dicho test consta de 34 ítems que evalúan la RI (sobreinterpretación de las señales ambientales y atribución personal) mediante frases de verdadero / falso. Las dimensiones del test son cinco, pero en este estudio, se emplearon solo 2 dimensiones que están relacionadas con apariencia: Atención y apariencia, Riendo y comentando.

Otra prueba empleada fue la Escala de dificultades en regulación emocional La versión en español está compuesta por 28 ítems que evalúan los problemas de regulación emocional en cinco dimensiones: falta de control, confusión emocional, interferencia de la vida, falta de atención emocional y rechazo emocional. Además, la Escala de comparación de apariencia física que consta de 11 ítems para medir la comparación la propia apariencia física con otras personas en diversas situaciones sociales. Finalmente se empleó la escala de uso del Instagram, que es una adaptación de la escala de uso de Facebook y permite evaluar el uso generalizado de la red social, uso activo, uso pasivo e inversión en el mismo. Los resultados indican una relación significativa ente el uso de Instagram y todas las variables, tanto hombres y mujeres con alto uso de Instagram eran igualmente vulnerables a preocupaciones dismórficas, tendían a comparar su apariencia con otros usuarios, presentaban dificultad para regular sus emociones y presentaban sesgos interpretativos relacionados con la creencia de que otros podrían hacer comentarios sobre ellos o reírse de ellos por sus imperfecciones. (Calderón, Rodríguez y Garcelán, 2020).

De acuerdo a los estudios expuestos, se observa de manera uniforme que las plataformas digitales ciertamente influyen en la percepción que tienen sus usuarios sobre su propia imagen corporal, sobre todo si la actividad realizada dentro de la red está más relacionada a la categoría de belleza y vida *fitness*, tanto en la población femenina como masculina. Así también, permite reconocer que existen más investigaciones que toman en cuenta poblaciones juveniles, por lo cual sería interesante indagar con mayor frecuencia otro

tipo de poblaciones.

Así también, se pudo apreciar que el motivo por el cual el impacto de ciertas las redes sociales sean más negativos es debido a las características que predominan en ellas, por ejemplo, en la plataforma de Instagram, la cual se caracteriza por ser algo similar a un álbum de fotos personales, donde se premia el seleccionar y mostrar la mejor versión de uno mismo, a diferencia de otras plataformas en las que también tienen una orientación hacia publicaciones textuales.

Por otro lado, se pudo notar que a pesar de que otras plataformas recientes tengan mayor *engagement* como lo que sucede con la red social, aun no hay investigaciones contundentes o propiamente realizadas que estudien como impacta el uso de esta red social específicamente a la imagen corporal del adolescente en Latinoamérica. Por lo cual se incita a los investigadores a estudiar el impacto de dicha red social, ya que, a pesar de ser creada en el 2017, alcanzó su auge recientemente en el 2019 y desde el 2020 ha superado a Instagram (Terrades, 2020).

2.4. Reflexiones teóricas sobre el tema

Se observa, en base a las investigaciones propuestas, que la imagen corporal en los adolescentes es un tema de vital importancia a abordar, ya que a medida que el adolescente va perdiendo su cuerpo infantil y transiciona a la siguiente etapa de su vida, aparece la necesidad psicológica de reestructurar la imagen corporal, pues comienzan a desarrollar autoconciencia de los cambios a nivel físico, lidian con una preocupación por su apariencia debido al grado de aceptación que ello puede despertar en el grupo de pares (Duno y Acosta, 2019).

Añadido a ello, se enfatiza en diversos estudios revisados anteriormente que existe una presión cultural flotante por parte de los estándares de belleza occidentales, siendo el último estándar vigente el poseer características como: Altura, delgadez, pechos grandes, caderas poco pronunciadas y cuerpo atlético (López, 2019), las cuales cumplen un rol importante en nuestra sociedad, pues ello es un patrón a seguir por millones de adolescentes. Es debido a la presencia de estos determinados estándares de belleza rígidos que ciertamente guardan relación con las cifras de casos relacionados a trastornos alimenticios que han incrementado en los últimos años (Salinas, 2015). Se sabe que actualmente existe una prevalencia reportada en adolescentes de 0.5% y 1% diagnosticados con anorexia y 1-2% y 4% diagnosticados con bulimia e incluso un 14% presenta un TCA No Especificado (Gaete y López, 2020).

Tales estándares pueden ser propagados de diversas maneras, anteriormente se hablaba del impacto de los medios de comunicación de forma genérica, tanto la televisión, los posters o anuncios en las calles, comerciales, etc. y eran señalados como parte del problema (Behar, 2010; Balbi, 2013; McLean, Paxton y Rodgers, 2015, Bazan y Miño, 2015). Sin embargo, con el avance de la globalización ahora se ha sumado con mucho poder las llamadas redes sociales, pues un gran número de adolescentes son usuarios activos en ese mundo virtual (Delboni Dos

Paso, Gugelmin, Rugani y Veiga, 2013; Mejía, 2018).

De tales redes sociales, se destaca a Instagram como la red social con mayor impacto en la imagen corporal de los adolescentes, debido a su presentación de la misma plataforma, en la cual predomina las imágenes. Dicha red social ha sido asociada con una mayor auto objetivación e internalización de estándares de belleza mediante comparaciones de apariencia con celebridades, la visualización más frecuente de imágenes y videos de *fitspiration* genera mayor preocupación sobre la apariencia personal (Fardouly, Willburger y Vartanian, 2018).

No obstante, esos mismo medios se están convirtiendo poco a poco en un canal para combatir los cánones estéticos y abrir paso a tratar el tema de la aceptación personal, desarrollo de una autoestima saludable y diversidad en cuanto a lo bello (Sánchez y Dávila, 2019; Marie Claire, 2019; Brea, 2019); lo cual es aún una batalla compleja al ser las redes sociales un medio netamente visual, donde predominan los valores plásticos e inmediatos, pues no requieren mucho tiempo para ser apreciados a diferencia de otro contenido que exige un mayor esfuerzo y evaluación para ser comprendido.

Algunas de las teorías revisadas que explican el impacto del contenido de las redes sociales sobre los adolescentes son la Teoría de la Comparación Social de Festinger, que plantea que los seres humanos suelen evaluarse a sí mismos mediante la comparación con otros individuos similares y atractivos. Así mismo, la Teoría de Cultivo de Gerbner, Cross, Morgan, y Signoriel, que indica que cuanta más televisión ve un individuo, es muy probable que este crea que lo transmitido es real; sin embargo, en la actualidad más que la televisión la población adolescente consumen contenido de redes sociales.

Teniendo esto en cuenta ambas teorías, se podría conjeturar que los adolescentes, al

usar con frecuencia las redes sociales, llegan a creer que el ideal físico y estético presentado ahí corresponde a la realidad, cuando en su mayoría se trata de filtros, ediciones fotográficas o poses forzadas. Así también, comparan y evalúan su imagen corporal bajo esos estándares al tratarse de personajes similares a su edad y de apariencia atractiva, lo cual en redes sociales puede verse frustrante por la gran diferencia que existe entre el yo real y el ideal.

Desde la teoría del aprendizaje social, desarrollada por Bandura, se puede distinguir que ciertas conductas, derivadas de una insatisfacción corporal, tales como el empleo de filtros embellecedores o el realizar dietas restrictivas para conseguir una figura más delgada y “atractiva”, se ve reforzado por el entorno virtual. Por lo cual el adolescente, tras observar a otro y memorizar la conducta que le trae un resultado favorable, procede a reproducirla esperando una respuesta similar, la aprobación y elogios del resto de cibernautas e incluso el incremento de sus seguidores. Sin embargo, cabe resaltar que, este tipo de comportamientos tiene más cabida al ser promovido desde el entorno familiar, en primera instancia, ya que la familia sostiene naturalmente un sistema de creencias y valoraciones, las cuales son actuadas cotidianamente, así como los comentarios acerca de la imagen corporal a aspirar, la selección de alimentos bajo una dieta, las purgas, etc.

Es importante reconocer que aún se evidencian la necesidad de completar ciertos vacíos en las investigaciones hasta ahora desarrolladas, ya que de acuerdo a los estudios expuestos anteriormente, se demuestra un mayor empleo de muestras femeninas, pues es el grupo poblacional a partir del cual se apertura esta línea de investigación del constructo imagen corporal (Toro, Walters y Sánchez, 2012); no obstante, sería aún más beneficioso profundizar esta variable en la población masculina, para así visibilizar con mayor claridad la diferencia entre los cánones de belleza que se rigen en cada sexo y como ello influye en sus niveles de satisfacción corporal.

Definitivamente, la revisión de la literatura presentada en este estudio permitió mejorar la comprensión de la influencia que tienen las redes sociales en la imagen corporal, las cuales tienen un impacto usualmente negativo en los usuarios, por lo cual se resalta la importancia reflexionar sobre la intervención desde la perspectiva educativa en los adolescentes e incluso los niños, ya que en la era digital el acceso a plataformas virtuales es desde edades muy tempranas, por ello es fundamental plantear un plan estratégico que facilite el desarrollo adecuado de niños y adolescentes, minimizando así los riesgos de desarrollar conflictos con su imagen corporal, ya que es un aspecto de significativo para todo ser humano.

2.5. Impacto teórico y social del tema.

El tema del impacto de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes encuentra su aporte a la psicología como ciencia, debido a que trata un área del desarrollo humano como es la adolescencia y una de sus tantas complejidades en el trayecto de su formación que es la imagen corporal (Goncalvez y Bedin, 2015). Pues los adolescentes se ven en la posición de enfrentar esta nueva era digital desde su vulnerabilidad y en ese entorno virtual la construcción de la identidad de una persona se torna en un proceso mucho más complejo pues dicho “yo” es uno co-construido, dado que la identidad individual es altamente afectada por la colectiva, es decir las tendencias y lo que más se valora en el medio digital, se fortalecen frecuentemente en el adolescente (Cruz, 2016).

Tal influencia tiene relevancia especialmente en aspecto clínico de la psicología, pues cada año la edad de las pacientes diagnosticadas con trastornos de la conducta alimentaria va decreciendo, es decir, se instalan en edades más tempranas; es así que en el Perú de cada 10 pacientes que acuden a consulta psicológica 5 tienen un TCA y la edad mínima es de 11 años (El peruano, 2021). Además, los trastornos de la conducta alimentaria constituyen la tercera

enfermedad crónica más frecuente especialmente en la adolescencia, lo cual afecta el desenvolvimiento de los jóvenes en diferentes aspectos básicos de la vida como el área familiar, educacional y social; por lo tanto, se ha convertido en una latente preocupación clínica (Román, 2020). En esta misma línea, significa un conflicto comunitario a su vez, pues la evidencia es clara acerca de la existencia de una relación inversa entre la insatisfacción con la imagen corporal y la autoestima en adolescentes (Gortazar, 2015), lo cual afecta primordialmente y a corto plazo cómo experimentan sus vivencias cotidianas y en un largo plazo, cómo contribuyen y terminan desenvolviéndose finalmente en nuestra sociedad.

En vista de ello los investigadores han desarrollado programas de intervención en poblaciones juveniles, tal como el Programa de prevención de la influencia negativa de las redes sociales sobre la imagen corporal "A mi yo virtual", en el cual se buscaba evitar una repercusión desfavorable del uso de redes sociales en la percepción de la imagen corporal en estudiantes. El programa consta de cuatro sesiones, en las cuales se trabajaban aspectos de imagen corporal, la autoestima, el autoconcepto y el efecto de las redes sociales sobre ellos. Se buscó transmitir adecuadamente un mensaje mediante el uso de una metodología participativa, interactiva y de aprendizaje cooperativo, para lograr la reflexión grupal al ver las creaciones de sus compañeros e interactuando con diversos puntos de vista. Al finalizar se llevó a cabo una evaluación de la efectividad del programa con la aplicación de un pre- test y un post-test el cual fue el Cuestionario de Imagen Corporal (Calvo, Santamaría, Di Giusto, 2018). Tal como se desarrolló esta intervención, se ve la necesidad de informar a padres e hijos, sobre uso adecuado de las redes sociales, con la ayuda de profesionales de psicología, enfermería, u otros agentes de promoción de la salud.

Finalmente otro aporte importante del presente estudio es visibilizar la necesidad de actualizar nuestros medios y formas de prevención de asuntos como este, ya que más allá de

hacer un intervención convencional, es vital ver la gran oportunidad que a su vez nos brindan las redes sociales, pues es ahí donde está la atención de las nuevas generaciones, y con la estrategia adecuada se puede convertir en nuestro aliado o vehículos para cultivar información de valor y calidad, así como promocionar una mejor salud mental en adolescentes teniendo en cuenta o analizando de cerca las nuevas tendencias digitales para estructurar un campañas efectivas que aumente la consciencia y participación de los adolescente sobre su propio bienestar psicológico.

3. CONCLUSIONES

En síntesis, se puede resaltar que tanto las investigaciones realizadas en Perú, así como las realizadas con población extranjera presentan resultados que apuntan a la gran influencia que tienen las plataformas digitales sobre la satisfacción con la imagen corporal de los adolescentes. Tal como se puede evidenciar en el estudio longitudinal de Tiggemann y Slater (2017), el cual demostró que el aumento de número de amigos de Facebook predecía el aumento en cuanto impulso por la delgadez y su internalización dos años después, dado que la popularidad que los adolescentes alcanzaban generaba más comparaciones sociales con otros. No obstante, es importante mencionar que no todos los usuarios se ven afectados de la misma manera, ya que la literatura destaca ciertos factores individuales que predisponen a la insatisfacción corporal: el factor emocional, el factor cognitivo, el factor físico y el factor socioambiental.

Así mismo, ello también es debido al contenido que suelen seguir dentro de dichas plataformas, ya que muchos usuarios emplean las redes sociales para seguir contenido centrado en la estética o apariencia física, sobre todo en el grupo de mujeres jóvenes. (Cohen, Newton y Slater, 2017).

Siguiendo lo que proponen estas investigaciones, se evidencia en la población femenina adolescente una internalización de ideales de belleza, es decir un predominio de ideas o creencias fijas en cuanto a la belleza “ideal”, lo cual lleva a un monitoreo corporal y sensación de vergüenza hacia la imagen física de manera frecuente (Buse, 2019).

En cuanto a los instrumentos psicométricos empleados para evaluar la imagen corporal, se concluye que existen pocos instrumentos validados en Perú, el más empleado en las

investigaciones nacionales es el Body Shape Questionnaire (BSQ). Sin embargo, sería beneficioso para futuras investigaciones, realizar una validación del Multidimensional Body Self Relations Questionnaire, el cual es un instrumento que ha sido validado en otros países de habla hispana como Ecuador y México mas no se emplea en nuestra nación. Este cuestionario permite realizar una evaluación de diferentes componentes en lo que respecta a imagen corporal, tales como el aspecto actitudinal, cognitivo y conductual (Kirszaman, Salgueiro, 2015).

Finalmente es importante mencionar que las investigaciones revisadas, usualmente tomaron como muestra a mujeres adolescentes o adultas, ya que según los diversos autores (Ramírez, 2017; Friend, Bauer, Madden y Neumark Sztainer, 2012), es dicha población la que se encuentra más al pendiente de su apariencia física. Además, los instrumentos de evaluación no están adaptados a población masculina, a excepción de Body Shape Questionnaire. Por lo tanto, sería conveniente brindar mayor atención a la población masculina para que de esa forma se tenga un conocimiento más simétrico de la problemática referente a la insatisfacción de la imagen corporal, ya que los ideales estéticos entre tales poblaciones presentan diferencias, pues los hombres tienden a desear una apariencia con mayor volumen corporal en contraste con las mujeres que quieren un volumen corporal menor (Duno & Acosta, 2019; Ramos, Rivera, Pérez, Lara, Moreno, 2016).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, A. (2014). Influencia de Internet en la sexualidad adolescente: Conociendo como es percibida por sus actores. (Tesis de Licenciatura, Universidad del Bío-Bío). <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/196>
- Albornoz, B. (2018). Insatisfacción con la imagen corporal en estudiantes de un colegio particular de Chorrillos, 2017. (Tesis de licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega). <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2708>
- Alvares, O., Rodríguez, E. (2012). El uso de la internet y su influencia en la comunicación familiar. *Revista Trilogía*. 7, 81-10.
- Alcaraz, M. (2017). Comparación social de la apariencia en contextos de ejercicio físico como variable predictora de los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes de ambos sexos. *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 10(21), 80-89.
- Anderson, M., Jang, J. (31 de mayo, 2018). Pew Research Center, “Teens’ social media Habits and Experiences. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-technology-methodology/>
- Araujo Robles, E. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 10(2),48-58. doi: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.10.494>
- Baile, J. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Revista de humanidades “cuadernos del marqués de san adrián”*. 2, 53-70.
- Balbi, B. (2013). Influencia de modelos ideales de belleza y delgadez, propuestos por los medios de comunicación, en adolescentes mujeres (Tesis de Licenciatura, Universidad del Salvador). http://www.usal.edu.ar/archivos/di/balbi_ma._belen.pdf

Bazan, C. & Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Revista psicodebate*, 15 (1), 23-42.

Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Rev Chil Neuro-Psiquiat*. 48 (4): 319-334

Buse, S. (2019). La internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en mujeres adolescentes de Lima (Tesis de Licenciatura, Pontificia universidad católica del Perú). <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/14612>

Bhurtun, D. y Jeewon, R. (2013). Body weight perception and weight control practices among teenagers. *ISRN Nutrition*, 1-6. <http://dx.doi.org/10.5402/2013/395125>

Brea, A. (2019). Corporalidad online-offline Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes. (Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Barcelona).

Bula, S., Muñoz, A., Pihuave, B. (2017). Creencias irracionales e insatisfacción con la imagen corporal en mujeres universitarias (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Buenaventura). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10819/6065>

Calvo, P., Santamaría, L., Di Giusto, C. (2018). Metodologías y experiencias innovadoras en educación, *Asire Educación*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7521436>

Calderón, S., Rodríguez, J. y Garcelán S. (2020). The dark side of Instagram: Predictor model of dysmorphic concerns. *International Journal of Clinical and Health Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2020.06.005>

Capapé, E. (2020): “Nuevas formas de consumo de los contenidos televisivos en España: una revisión histórica”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 451-459.

- Castrillon, F., Benavides, D., Mandich, C. (2017). Satisfacción con la imagen corporal en jóvenes chilenas. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 23, 69-80.
- Casas, Y. (2018). Validación de la teoría cognitivo social del desarrollo de la carrera en el contexto colombiano. (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid).
- Cohen, R., Newton, T., Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Center for appearance research*, 23, 183 - 187.
- Contreras, J., Hernández, L., Freyre, M. (2016). Insatisfacción corporal, autoestima y depresión en niñas con obesidad. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7, 24-31.
- Cortez, D. et al (2016). Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls. *Mexican Journal of Eating disorders*. 7, 116-124.
- Cruz, L. (2016). Adolescentes y redes sociales en la era digital (Tesis de Licenciatura, Universitat de les Illes Balears).
<https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/3808>
- Cruz, S., Vidarte, S. y Salaberria, K. (2007). Percepción de la imagen corporal. *Osasunaz*. 8, 171-183.
- Cuervo, C. (2016). Relación entre la imagen corporal, los hábitos alimentarios, el autoconcepto y la cantidad de práctica deportiva en jóvenes de 12 a 18 años (Tesis doctoral, Universidad de Jaén). <https://core.ac.uk/download/pdf/51099308.pdf>
- Deschamps, V., Salanave, B., Chan-Chee, C., Vernay, M. y Castetbon, K. (2015). Body-weight perception and related preoccupations in a large national sample of

- adolescents. *Pediatric Obesity*, 10, 15-22. <http://dx.doi.org/10.1111/j.2047-6310.2013.00211.x>
- Delboni Dos Paso, M., Gugelmin, S., Rugani, I, & VeigaSoares, M (2013). Las representaciones sociales del cuerpo: un estudio de los adolescentes en ciudad de Río de Janeiro. *Cad. Saúde Pública*, 29 (12), 2383-2383
- Duno, Maryelin, & Acosta, Edgar. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios. *Revista chilena de nutrición*, 46(5), 545-553. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182019000500545>
- El peruano (10 de agosto del 2021). EsSalud alerta sobre aumento de casos de trastornos alimentarios en adolescentes desde los 11 años. <https://cutt.ly/NUVXIVH>
- Engeln, R., Loach, R., Imundo, M & Zola, A. (2020) Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women, *Body Image*, Volume 34,2020, Pages 38-45, ISSN 1740-1445, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.007>.
- Fardouly, J., Willburger, B., & Vartanian, L. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Fikkers, K. M., Piotrowski, J. T., & Valkenburg, P. M. (2016). Beyond the lab: investigating early adolescents' cognitive, emotional, and arousal responses to violent games. *Computers in Human Behavior*, 60, 542–549. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.055>.
- Flores, F. (2018). Insatisfacción con la imagen corporal, conductas alimentarias de riesgo y deseo de modificación corporal en adolescentes, un reporte por sexo y orientación sexual en Hermosillo, Sonora (Tesis de maestría, El Colegio de la Frontera Norte).

<https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2018/10/TESIS-Flores-Micker-Brenda-Francisca.pdf>

Friend, S., Bauer, K.W., Madden, T.C. y Neumark, D. (2012). Self-weighting among adolescents: associations with body mass index, body satisfaction, weight control behaviors, and binge eating. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 112, 99-103. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jada.2011.08.036>

Gaete P., Verónica, & López C., Carolina. (2020). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. Una mirada integral. *Revista chilena de pediatría*, 91(5), 784-793. <https://dx.doi.org/10.32641/rchped.vi91i5.1534>

Gallego, M., López, A. & Martín, I. (2017). Percepciones de los estudiantes de ciencias de la educación sobre las redes sociales como metodología didáctica. *PixelBit. Revista de Medios y Educación*, (50),77-93.

Ganter, Rodrigo, & Basulto, Oscar, & Mendoza, catalina (2018). Tecnologías digitales e imagen corporal en jóvenes chilenos de segmentos medios: un estudio de caso mediante ciberetnografía. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (137),129-152. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=160/16057171015>

García, S. & Parada D. (2018). “Construcción de adolescencia”: una concepción histórica y social inserta en las políticas públicas. *Universitas Humanística*, (85),347-373. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79157276013>

Gimenez, P., Correche, M., Rivarola, M. (2013). Autoestima e Imagen Corporal. Estrategias de intervención psicológica para mejorar el bienestar psicológico en pre-adolescentes en una escuela de la ciudad de San Luis, Argentina. *Fundamentos en humanidades*, 1, 83-89.

Gonçalves, S., & Bedin, L. M. (2015). Bienestar, salud e imagen corporal de adolescentes brasileiros: la importancia de los contextos familiares, de amistad y escolar.

Universitas Psychologica, 14(4), 1399-1410. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.up14-4.bsic>

González, S., Borge J., Moreno, Y. (2013). “Broadcasters and hidden influentials in online protest diffusion”. *American behavioral scientist*. 7, 943-965

Gómez, K., Marín J. (2017). Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años. (Tesis de grado, Universidad Cooperativa de Colombia).

Goartazar, M. (2015). Relación entre Insatisfacción Corporal y Autoconcepto, Distorsiones Cognitivas y Actitud hacia la Alimentación en adolescentes y jóvenes. (Tesis de Licenciatura, Universidad Pontificia Comillas). <https://cutt.ly/8UVCmSP>

Guzman, J., Salazar, K. (2016). Presión sociocultural hacia la imagen corporal de la mujer y cómo afecta en el desempeño académico. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y humanidades*, 2, 11-41.

Guillen, M., Navarro, A. (2019). El impacto de las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes con trastornos de la nutrición y alimentación. (Tesis de Licenciatura, Universidad Rovira Il Virgili).

Gutiérrez, E., Carrera, O. (2021) Severe and Enduring Anorexia Nervosa: Enduring Wrong Assumptions? *Front. Psychiatry* 11:538997. doi: 10.3389/fpsy.2020.538997

Hernández, M. (2015). Jóvenes y redes sociales. (Trabajo de fin de grado, Universidad de la Laguna). <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/2511>

Huamani, E. (2018). (IN)satisfacción de la imagen corporal de los adolescentes del cuarto año de secundaria de la institución educativa 2015 Manuel Gonzáles Prada – Los Olivos – 2018. (Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo)

Infante, J., Ramírez, C. (2017). Uso de Facebook y la autopercepción de la imagen corporal en estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana (Tesis de licenciatura, Universidad Femenina del Sagrado Corazón).

<http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/318?show=full>

Islas, C., y Carranza, M. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? Revista apertura, 3(2), 1665-6180.

Jara, M., Olivera, M., Yerrén, E. (2018). Teoría de la personalidad según Albert Bandura. Revista de Investigación de estudiantes de Psicología “JANG” Vol. 7 (2), 2018, pp. 22-35 (ISSN 2307-4302)

Jiménez R., Arriscado A., Dalmau J., Gargallo E. (2021). Determinantes de la satisfacción corporal en adolescentes de La Rioja. Rev Esp Salud Pública. 2021; 95: 1 de junio e202106077.

Kemp, S. (30 de enero de 2020). Digital 2020 reports. We are social. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Kirszcan, D., Salgueiro, M. (2015). Imagen Corporal. Dimensiones mediadoras en la psicopatología y modalidades de intervención. Revista mexicana de trastornos alimentarios, 6, 129-136.

Ladera, I. (2016). La insatisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima (Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas). <https://cutt.ly/ZYz8FqW>

Lawrie, E, Sullivan, P., Davies & Hill, R. (2006). Media Influence on the Body Image of Children and Adolescents, Eating Disorders: The Journal of Treatment & Prevention, 14:5, 355-364. <http://dx.doi.org/10.1080/10640260600952506>

- Lara, P., López, A., Sánchez, J. (2018). "Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: propuesta Social Engagement". *El profesional de la información*, 27(4), 899-908. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.18>
- Lewallen, J., Behm, M. (2016). Pinterest or Thinterest? Social Comparison and Body Image on social media. *Social media+ Society* : DOI: 10.1177/2056305116640559
- Macedo, F., et al. (2019). Influence of the Mass Media and Body Dissatisfaction on the Risk in Adolescents of Developing Eating Disorders. *International journal of environmental research and public health*, 16(9), 1508. <https://doi.org/10.3390/ijerph16091508>
- Manrique, R., Manrique R., Vallejo K., Manrique K., Santamaría A., Pincay A. (2018). Trastornos corporales en adolescentes e influencia de los medios de comunicación. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 37(4), 1-11.
- Marie Clarie (09 de septiembre del 2019). Demi Lovato revoluciona internet con su mensaje 'body positive'. <https://www.marie-claire.es/celebs/celebrities/articulo/demi-lovato-revoluciona-internet-con-su-mensaje-body-positive-981568051367>
- Martin, J. (2013). Comunicación, violencia cultural y Alianza de Civilizaciones tras el 11-S. De la Espiral del Silencio de Noelle- Neumann y el Cultivo de Gerbner a las Espirales de Paz como entendimiento intercultural. (Tesis doctoral, Universitat Jaume). <https://cutt.ly/iUVVuRI>
- Martín, M. (2002). La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones. *Revista latina de comunicación social*, 5(050), 1-7.
- Mahon, C., & Hevey, D. (2021). Processing Body Image on social media: Gender Differences in Adolescent Boys' and Girls' Agency and Active Coping. *Frontiers in psychology*, 12, 626763. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626763>

- McLean, S. A., Paxton, S. J. y Rodgers, R. F. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: Implications for the tripartite influence model. *Developmental psychology*, 51(5), 706-713.
- Mejia, D. (2018). Representaciones sociales sobre ideales de belleza en redes sociales y su relación con el autoconcepto físico: estudio de caso con jóvenes universitarias de la ciudad de Medellín (Tesis de Licenciatura, Universidad EAFIT). https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13816/Daniela_MejiaCalle_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Molina, G., Toledo R. (2014). las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes (Tesis de Licenciatura, Universidad de Azuay). <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Moreno, A. (2018). Uso de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram en el informativo Extremadura noticias del canal Extremadura televisión. (Tesis de licenciatura, Universidad de Extremadura). http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/8154/TFGUEX_2018_Moreno_Fernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moreno, A., Lodoño, C. (2017). Factores Familiares y Personales Predictores de Trastornos de Conducta Alimentaria en Jóvenes. *Anales de Psicología*, 33 (2), 235-242.
- Pai, S., Schryver, K. (20 de enero de 2015). Children, Teens, Media, and Body Image. Common Sense Media. Recuperado de: <https://www.kidsenjongeren.nl/wp-content/uploads/2015/01/csm-body-image-report.pdf>
- Palomino, A. (2018). Adaptación del Body Shape Questionnaire (BSQ) en jóvenes varones universitarios de Lima Metropolitana (Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). doi.org/10.19083/tesis/625008

- Peris, M., Maganto, C. y Garaigordobil, M. (2018). Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: fiabilidad y validez (ERA-RSI). *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5 (2), 30-36. doi: 10.21134/rpcna.2018.05.2.4
- Ramos, P., & Pérez de Eulate, Lourdes, & Liberal, S., & Latorre, M. (2003). La imagen corporal en relación con los TCA en adolescentes vascos de 12 a 18 años. *Revista de Psicodidáctica*, (16) 1136-1034. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=175/17501602>
- Ramírez, M., Godoy, D., Vázquez, M., Lara R., Navarrón E., Vélez M., Padial A., Jiménez, M. (2015). Imagen corporal y satisfacción corporal en adultos: diferencias por sexo y edad. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*. 10(1) 63-68.
- Romo, M. (2020). Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. (Tesis de licenciatura, Universidad de Cádiz). <https://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/23419>
- Román, M. (19 de enero del 2020). Los trastornos alimentarios se inician cada vez a edades más tempranas. *La Opinión de Málaga*. <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2020/01/19/trastornos-alimentarios-inician-vez- edades/1139510.html>
- Rosendo, B., Ángeles, C. & Torregrosa, M. (2016). Insatisfacción corporal, conductas de riesgo para trastornos de la conducta alimentaria en universitarios. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(1),1-8. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4257/425746132001>
- Rodríguez, D., Alvis, K. (2015). Generalidades de la imagen corporal y sus implicaciones en el deporte. *Revista de la facultad de medicina*, 63 (2), 279-287.

- Salinas, F. (2015). Estándares de belleza y cultura en la manifestación de anorexia en jóvenes del corregimiento de Bellavista en Ciudad de Panamá. Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, 20(31),35-54.
- Sánchez, V., Dávila, A. (2019). El body positive: Una representación social del cuerpo. (Tesis de licenciatura, Universidad del país Vasco). <https://addi.ehu.es/handle/10810/37444>
- Solomon, I. (2018). The Selfie Generation: Examining the Relationship between Social Media Use and Early Adolescent Body Image. (Tesis de licenciatura, Universidad de Kentucky). <https://doi.org/10.13023/ETD.2017.130>
- Stronge, S., Greaves, L., Milojev, P., Newman, T. Barlow y Sibley. (2015). Facebook is linked to Body Dissatisfaction: Comparing Users and Non-Users. Springer Science+Business Media. 73, 200–213. DOI 10.1007/s11199-015-0517-6
- Terrádez, N. (2020). TIK TOK: una exploración sobre la difusión de los estereotipos sociales. Universidad de Valladolid. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42968/TFG-N.%201420.pdf?sequence=1>
- Tapajóz, et al. (2016). Estudio de las funciones cognitivas en pacientes con trastornos alimentarios. Revista Neuropsicología Latinoamericana, 8(3),42-51. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=439549538005>
- Tiggemann, M., y Pickering, A. S. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. International Journal of Eating Disorders, 20(2), 199- 203.
- Trigoso, B (2017). Funcionamiento familiar y percepción de la imagen corporal en adolescentes del sector san Carlos de Murcia, Chachapoyas. (Tesis de licenciatura,

Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas).
<https://cutt.ly/8UVVcBP>

Tomasz, H. (2016). Use of Facebook by Children Aged 10 – 12. Presence in social media Despite the Prohibition. *The New Educational Review*. 44. 17-28. 10.15804/tner.2016.46.4.01.

Toro, J., Walters, K., y Sánchez, I. (2012). El cuerpo en forma: Masculinidad, imagen corporal y trastornos en la conducta alimentaria de atletas varones universitarios. *Acta de Investigación psicológica*, 2 (3), 842 – 857.

Tiggemann, M. y Slater, A. (2017). Facebook and Body Image Concern in Adolescent Girls: A Prospective Study. *International Journal of Eating Disorders* 50:1 80–83.

Torres, L. (2018). Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios. Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). <https://eprints.ucm.es/id/eprint/47905/1/T39985.pdf>

Vandenbosch, L., y Eggermont, S. (2015). The interrelated roles of traditional media and social media in adolescents' development of an objectified self-concept: A longitudinal study. *Communication Research*, 1-25. doi:10.1177/0093650215600488

Vergara, L. (2020). Imagen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en etapa de adolescencia temprana (Tesis de Maestría, Universidad de Chile). <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/176181>