

TFM Clara Ponce Grosso

por Clara Ponce Grosso

ARCHIVO	86890_CLARA_PONCE_GROSSO_TFM_CLARA_PONCE_GROSSO_1651689_718125933.PDF (658.31K)		
HORA DE LA ENTREGA	11-MAY.-2020 09:05P. M. (UTC+0200)	NÚMERO DE PALABRAS	10672
IDENTIFICADOR DE LA ENTREGA	1321911698	SUMA DE CARACTERES	57631

Clara
Ponce
Grosso



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

**ABUSO DE LAS REDES SOCIALES EN JÓVENES ESPAÑOLES Y SU
RELACIÓN CON LA IMAGEN CORPORAL, LA AUTOESTIMA Y LA
SATISFACCIÓN VITAL**

**ABUSO DE LAS REDES
SOCIALES EN JÓVENES
ESPAÑOLES Y SU RELACIÓN
CON LA IMAGEN CORPORAL, LA
AUTOESTIMA Y LA
SATISFACCIÓN VITAL**

Autora: Clara Ponce Grosso

Directora Profesional: María Esther Martín Íñigo

Director Metodológico: David Paniagua Sánchez



MADRID | Mayo 2020

Resumen

El uso creciente de las redes sociales en la población juvenil genera la preocupación por un abuso que se puede hacer de las mismas. En el presente estudio se analizaron las correlaciones existentes entre el uso abusivo de RRSS y los niveles de autoestima e insatisfacción corporal y vital, así como su relación con el sexo de los participantes. Se seleccionó una muestra de 101 sujetos españoles, 60 mujeres y 41 varones, con edades comprendidas entre los 18 y 25 años. La recogida de datos se llevó a cabo mediante cinco escalas auto-administradas: un cuestionario *ad-hoc* sobre datos demográficos y el uso de RRSS, el TARS, el BSQ-14, la Escala de Autoestima de Rosenberg y el SWLS. Se hizo un muestreo por bola de nieve, solicitándose la participación voluntaria de los usuarios vía online. Se encontró una correlación positiva entre el abuso de las RRSS y el grado de insatisfacción corporal ($r = .34, p < .05, R^2 = .12$), así como entre la satisfacción vital y la autoestima ($r = .30, p < .05, R^2 = .092$); y una correlación negativa entre los grados de abuso de las redes y de satisfacción vital ($r = -.24, p < .05, R^2 = .055$) y entre los niveles de insatisfacción corporal y autoestima ($r = -.20, p < .05, R^2 = .05$). También se descubrió que las mujeres están más insatisfechas con su cuerpo que los hombres ($U = 630, p < .05, \eta^2 = .173$). La baja autoestima generalizada entre los jóvenes supone un reto para los psicólogos. Los hallazgos apoyan las investigaciones previas, proporcionando un mayor afianzamiento de lo que se conoce hasta ahora acerca de la relación entre las variables mencionadas.

Palabras clave: abuso de RRSS, insatisfacción corporal, autoestima, satisfacción vital.

Abstract

The increasing use of social media in the young population generates concern about their overuse. In this study, the correlations between the abusive use of social media and the levels of self-esteem and body and life dissatisfaction were analyzed, as well as its relationship with the gender of the participants. A sample of 101 Spanish subjects, 60 women and 41 men, aged between 18 and 25 years old, was selected. Data collection was carried out using five self-administered scales: an *ad-hoc* questionnaire on demographic data and social media, TARS, BSQ-14, Rosenberg Self-Esteem Scale and SWLS. A snowball sampling was performed remotely, requesting the voluntary participation of users online. A positive correlation was found between the abuse of the social media and the level of body dissatisfaction ($r = .34, p < .05, R^2 = .12$), as well as between life satisfaction and self-esteem ($\rho = .30, p < .05, R^2 = .092$). A negative correlation was also found between the levels of social media abuse and life satisfaction ($r = -.24, p < .05, R^2 = .055$), and between the levels of body dissatisfaction and self-esteem ($r = -.20, p < .05, R^2 = .05$). Women were also found to be more dissatisfied with their body image than men ($U = 630, p < .05, \eta^2 = .173$). Generalized low self-esteem among young people is a challenge for psychologists. The findings support previous research, providing greater consolidation of what is known so far about the relationship between the variables mentioned.

Key words: social media abuse, body dissatisfaction, self-esteem, life satisfaction.

Introducción

En la actualidad, el uso de las nuevas tecnologías e internet está a la orden del día, especialmente entre los adolescentes y jóvenes adultos (Guan y Subrahmanyam, 2009). La instantaneidad que proporciona la Red tanto a la hora de buscar información como a la hora de enviar y recibir mensajes lo convierten en un recurso de gran utilidad, sobre todo en los países globalizados caracterizados por una sociedad frenética y competitiva (Giddens y Cifuentes, 2000).

Según estudios recientes del Instituto Nacional de Estadística (2019), el 99,1% de los jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y 24 años son usuarios de internet. Además, el 64,6% de ellos participa en redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube. Los que más las utilizan son los estudiantes (el 91,1%) y los jóvenes de 16 a 24 años (90,6%), siendo la participación de las mujeres (67,0%) superior a la de los varones (62,1%). El uso cotidiano de TICS también está muy extendido entre los menores con edades comprendidas entre los 10 y 15 años, siendo las niñas las principales usuarias. Parece que a medida que los niños y niñas crecen, más las utilizan.

Un estudio llevado a cabo en 2014 por la Fundación Mapfre revela que más de 70.000 adolescentes españoles presentan adicción a las nuevas tecnologías, lo que posiciona a España a la cabeza de Europa. Se estima que entre un 6 y un 9% de los usuarios habituales de Internet han desarrollado comportamientos adictivos alguna vez, y que un 21,3% está en riesgo de desarrollarlos, especialmente por el uso abusivo que se hace de las redes sociales (Fundación Mapfre, 2014).

Con respecto a la población adulta, cabe señalar la brecha digital generacional que los separa de los jóvenes *millennials*. Muchas veces son los hijos quienes enseñan a sus padres a utilizar las nuevas tecnologías, dada la escasa alfabetización digital de los segundos. De este modo, en algunos casos puede llegar a alterarse la jerarquía familiar, quedando los jóvenes poco o nada supervisados por sus progenitores en esta área que cada vez ocupa más espacio en sus vidas (Arab y Díaz, 2014).

Si bien la aparición de esta vía de comunicación telemática tiene múltiples beneficios para sus usuarios, la realidad es que las TICs, en muchos casos, consumen una parte importante del tiempo libre de los adolescentes. Su uso abusivo entre adolescentes está generando la preocupación de la posibilidad de desembocar en una adicción, entre otros

posibles problemas. Se habla de la existencia de una adicción cuando este abuso se acompaña de una necesidad continua de uso y de síndrome de abstinencia en caso de no poder utilizarlas (Salmerón, 2015).

Utilizar el término *adicción* en el contexto de las nuevas tecnologías resulta hoy en día controvertido, al no tratarse de una adicción con sustancias. La adicción con sustancias supone un impacto sobre los químicos del cerebro, y produce cambios fisiológicos en la estructura del mismo. En cambio, las adicciones sin sustancias no poseen dicho efecto; sólo un efecto a largo plazo que puede ser adquirido (Leiva-Gutierrez y Urzúa, 2018). En vista de lo cual, en este estudio se hablará de “abuso o uso problemático de las redes sociales”.

El único trastorno adictivo sin sustancias reconocido en el DSM-5 actualmente es el juego patológico. Se ha comprobado que la activación del sistema de recompensa durante el juego es muy similar a la que se produce durante el consumo de sustancias (APA, 2013). Las otras candidatas a denominarse conductas adictivas, entre ellas, la adicción a las compras, al trabajo, a la comida, al ejercicio físico y al sexo, requieren de una mayor investigación para ser incluidas en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales.

Sin embargo, Echeburúa y Requesens (2012) insisten en que estar *enganchado* a Internet tiene una estrecha relación con los efectos que provoca una droga estimulante. El uso de dispositivos genera un *subidón* parecido al que da la cocaína, produciendo un aumento de dopamina y de otros neurotransmisores que participan en el circuito del placer. Las conductas adictivas comienzan siendo controladas por reforzadores positivos, el placer que supone llevar a cabo la conducta. Una vez desarrollada la patología, terminan siendo controladas por los reforzadores negativos, el alivio del malestar emocional que supone la abstinencia. Así, por ejemplo, un joven adicto puede recurrir al móvil para reducir su irritabilidad, depresión, inquietud psicomotriz, etc. así como estados de soledad, aburrimiento o nerviosismo.

El concepto de adicción es complejo, y por ello existen distintas interpretaciones teóricas e ideológicas sobre su naturaleza y factores implicados. Se puede definir como un patrón de comportamiento repetitivo perjudicial para la salud física y mental de la persona afectada, en el que el individuo experimenta una pérdida de control y tiene una excesiva dependencia a alguna sustancia o conducta placentera, que interfiere con su vida cotidiana, ocasionándole problemas personales y sociales (Lemos, 2000). Teniendo en cuenta estos aspectos, Echeburúa y Corral (2009) sostienen que cualquier conducta placentera es susceptible de convertirse en un comportamiento adictivo.

A pesar de no tener el mismo significado, los términos “dependencia” y “adicción” suelen ser utilizados indistintamente incluso en artículos de divulgación científica, llegando a elaborarse instrumentos de evaluación que crean confusión a la hora de referirse a cada uno de los constructos (i.e. Basteiro, Robles-Fernández, Juarros-Basterretxea y Pedrosa, 2013; Sicilia y González-Cutre, 2011). Sin embargo, la dependencia puede presentarse sin necesidad de que se desarrolle una adicción. Del mismo modo que la tolerancia y el síndrome de abstinencia característicos de la dependencia pueden aparecer como respuesta a determinados psicofármacos sin que el individuo sea considerado adicto a la medicación, una persona puede tener dependencia de las nuevas tecnologías sin llegar a presentar una adicción propiamente dicha (Echeburúa, Salaberría y Cruz-Sáez, 2014). Para que se produzca adicción, es necesario también que exista el ansia por la conducta placentera (o por la droga) en cuestión.

Por lo que respecta a la dependencia, como se ha comentado, engloba la tolerancia y el síndrome de abstinencia. La tolerancia consiste en la reducción de la sensibilidad a los efectos de una droga o conducta placentera, como consecuencia de su consumo o ejecución continuados. Como resultado de esto, el individuo necesita incrementar la dosis de dicha droga o, en su caso, aumentar la frecuencia con que realiza la actividad, para conseguir los efectos que obtenía inicialmente. Los síntomas de abstinencia son principalmente los efectos opuestos a los producidos por la droga o conducta en cuestión, y aparecen con su interrupción (Carlson, 2014).

Algunos autores consideran que es un error patologizar toda conducta problemática, pues hablar de adicción es algo muy serio (i.e. Frances y Widiger, 2012 en Patova y Carbonell, 2018; Kardefelt-Winther et al., 2017). En cualquier caso, todo comportamiento que resulte dañino merece ser tenido en cuenta de cara a mejorar la calidad de vida de los afectados. Actualmente, existen bastantes estudios sobre adicciones conductuales que han orientado sus investigaciones al uso patológico de Internet y las nuevas tecnologías, y más concretamente al abuso de las redes sociales y la mensajería instantánea.

Las redes sociales son espacios virtuales en los que los usuarios pueden comunicarse, compartir gustos y opiniones, experiencias, emociones, etc. Si bien hay registrados usuarios de todas las edades, incluso un grupo reducido de personas de la tercera edad que han apostado por la alfabetización digital, estos espacios virtuales principalmente han tenido éxito entre los adolescentes, cubriendo necesidades psicológicas básicas tales como ser vistos,

reafirmar su identidad delante del grupo, estar en contacto con sus amistades o divertirse. Compartir información en sus perfiles contribuye a la formación de sus respectivas identidades. Además, la necesidad de pertenecer a un grupo influye en el comportamiento online, creándose una dinámica de publicar imágenes, vídeos, reflexiones y otros comentarios que tienen cierta relación con las de los iguales (Echeburúa y Requesens, 2012).

La población más vulnerable de cara a tener conductas de riesgo online son los adolescentes. Esta etapa del ciclo vital se caracteriza por una dificultad para medir los riesgos, una falsa sensación de invulnerabilidad y una alta necesidad de intimidad y autonomía (Salmerón, 2015). Por otro lado, el internet se puede ver como una oportunidad para ligar, mantener relaciones a distancia o afianzar las del día a día, así como para buscar apoyo social ante dificultades propias de la adolescencia. Además, es un recurso que permite desarrollar habilidades y explorar la propia identidad (Arab y Díaz, 2014).

Según la Organización Mundial de la Salud (2018), la adolescencia constituye la etapa vital entre los 10 y 19 años de edad, mientras que la juventud abarca el período entre los 19 y 25 años. Para la Sociedad Americana de Salud y Medicina de la Adolescencia, esta se comprende entre los 10-21 años, pudiéndose diferenciar tres fases: adolescencia inicial (10-14 años), media (15-17 años) y tardía (18-21 años) (Güemes-Hidalgo, Ceñal e Hidalgo, 2017).

La adolescencia es una etapa del desarrollo evolutivo llena de importantes cambios a nivel biológico, social y psicológico acompañados de crisis y conflictos eminentemente positivos. Coincidiendo su origen con la pubertad, se trata del momento en el que se produce la maduración sexual. También es relevante el paso que los jóvenes inician hacia una mayor independencia psicológica y social, participando de forma más activa en su entorno social, cultural y económico (Pineda y Aliño, 1999). En la adolescencia, las dinámicas familiares también experimentan grandes cambios, generalmente facilitadores del proceso de individuación, al producirse un mayor distanciamiento entre padres e hijos y un acercamiento al grupo de pares. A nivel psicológico, se desarrollan la identidad, la autonomía, la intimidad y la autoestima, así como habilidades cognitivas y sociales, entre otros (Papalia, Olds y Feldman, 2005; Awuapara y Valdivieso, 2013).

Por lo que respecta a la juventud, coincide con la etapa post-puberal. Pineda y Aliño (1999) señalan que los procesos de interacción social, el desarrollo de la identidad y la toma de responsabilidades toman más fuerza. Sin embargo, la condición de juventud no se

considera un proceso uniforme para todas las personas, sino que varía en función del grupo social al que se pertenece. También puede pasar que algunos individuos prolonguen su adolescencia durante más tiempo, mientras que otros lleguen rápidamente a la adultez por sus circunstancias vitales y la cultura en la que se ven inmersos.

Laverne Antrobus (Wallis, 2013; Arnone, 2014) defiende que, en los países globalizados, en los que los jóvenes tienden a estar sobreprotegidos por sus padres, la adolescencia dura hasta los 25 años. La psicóloga infantil plantea que la madurez emocional, el desarrollo cognitivo y hormonal, en muchos casos, no culmina hasta los 25 o 30 años. Furedi (2018) añade que los *millennials* han sido criados en una cultura infantilizada. Un claro ejemplo sería la reforma universitaria del Plan Bolonia.

Uno de los aspectos que comienza a cobrar importancia entre los adolescentes y jóvenes es la imagen corporal (Peris, Maganto y Kortabarría, 2013). La presión social y la industria publicitaria enfatizan aún más la necesidad de prestar atención a la imagen física. El constante bombardeo de imágenes de modelos que rozan la perfección y la promoción de productos dietéticos y de belleza que prometen la aparición de un cuerpo escultural, están presentes en la vida cotidiana de la juventud de hoy en día (Nieves, 2009; Correa, Guzmán y Aguaded, 2000; García-Ochoa, 2010). Se genera así una enorme preocupación por el aspecto físico entre muchos chicos y chicas, siendo el sexo femenino el que ha mostrado una imagen corporal más negativa (Grabe, Ward y Hyde, 2008; Maganto, 2011).

El concepto de imagen corporal ha sido ampliamente investigado y descrito por muchos autores. Schilder la define en 1950 como “la figura de nuestro propio cuerpo que formamos en nuestra mente, es decir, la forma en la cual nuestro cuerpo se nos representa a nosotros mismos”. Se trata de una “representación mental amplia de la figura corporal, su forma y tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo” (Slade, 1994, pp. 502). Según Raich (2000) abarca no sólo la percepción del cuerpo en su conjunto y de cada una de sus partes aisladas, sino también su capacidad de movimiento, la experiencia subjetiva de actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones del individuo y el comportamiento derivado de dicha experiencia subjetiva.

La imagen corporal se considera un constructo complejo conformado por cuatro dimensiones: un componente perceptivo, que se refiere a la percepción del cuerpo; un componente cognitivo, constituido por pensamientos, creencias y actitudes sobre el propio

cuerpo; un componente emocional, conformado por los sentimientos derivados del grado de satisfacción con la figura y con las experiencias que el cuerpo ofrece a la persona (Pruzinsky y Cash, 1990; Baile, 2003); y un componente conductual, es decir, los comportamientos relacionados con la consideración del propio cuerpo y el grado de satisfacción con el mismo (Thompson, 1990).

Otro constructo psicológico que experimenta cambios considerables en la adolescencia es la autoestima (Liu y Xin, 2014). Rosenberg (1989) se refiere a ella como la actitud positiva o negativa que la persona presenta hacia sí misma. Se trata de los juicios emitidos sobre la valía personal, incluyendo sentimientos de competencia y autoaceptación (Rosenberg, 1965). Según Rodríguez (s/f) es producto de la autoevaluación y el autoconocimiento, así como de la aceptación y el respeto hacia uno mismo o una misma (como es citado en Pineda y López, 2001).

El desarrollo de la autoestima se da principalmente en la niñez, ocupando también un lugar importante en la adolescencia. No obstante, también está presente en la adultez y la vejez, de manera que esta puede ser reconstruida y reforzada a lo largo de toda la vida o, por el contrario, desestabilizarse (Pineda y López, 2001). La autoestima se ha asociado con la psicopatología en general y, de modo más específico, con la depresión y los trastornos alimentarios, así como con la inseguridad en las relaciones interpersonales, entre otros (Vázquez, Jiménez y Vázquez, 2004).

Al menos el 25% de la autoestima se basa en la percepción de la imagen corporal (Ramos, Pérez de Eulate, Liberal y Latorre, 2003). De hecho, los trastornos de la conducta alimentaria también se asocian con una alta insatisfacción corporal (Rodríguez y Beato, 2002; del Río, Borda, Torres y Lozano, 2002). Ello explica la relación positiva entre la satisfacción con la imagen corporal y la autoestima, encontrada en estudios con adolescentes y jóvenes (Orr et al., 2009; Sánchez y Ruiz, 2015).

Por otro lado, se ha demostrado que el grado de autoestima predice significativamente el nivel de satisfacción vital en los jóvenes (San Martín, 2013). Además, existen estudios realizados en jóvenes españoles que encuentran la existencia de una mayor insatisfacción corporal y vital en chicas que en chicos (Fraguela, Varela y Sanz, 2016).

La satisfacción vital consiste en un proceso de juicio sobre la propia vida en base a estándares y criterios subjetivos del individuo (Diener, 2000). Dichos juicios de satisfacción

pueden ser sobre la vida en general o, dada la subjetividad del individuo, sobre dominios específicos como las relaciones personales y el éxito académico/laboral (Diener, Oishi y Lucas, 2003; Suldo, Huebner, Friedrich y Gilman, 2009).

La mayoría de los adolescentes evalúan positivamente sus vidas (Castellá et al., 2012). No obstante, en ocasiones se percibe un descenso de la satisfacción vital a medida que avanza la adolescencia (Casas et al, 2007; Coenders, Casas, Figuer y González, 2005; Goldbeck, Schmitz, Besier, Herschbach y Henrich, 2007), sobre todo en mujeres (Reina, Oliva y Parra, 2010). Otros estudios desmienten estos hallazgos, señalando una estabilidad en la variable satisfacción vital durante la etapa adolescente (Suldo y Huebner, 2004). Salmela-Aro y Touminem-Soini (2010) añaden que la edad no influye en estas variaciones.

En un estudio llevado a cabo en jóvenes españoles (Fraguela, Varela y Sanz, 2016), se comprobó que el ocio electrónico, en el que podrían incluirse perfectamente las redes sociales, se vincula con una mayor insatisfacción vital en comparación con otros tipos de ocio, como por ejemplo, el deportivo. En estudios internacionales (Cao, Sun, Wan, Hao y Tao, 2011) se han encontrado evidencias similares que relacionan negativamente el uso problemático de internet con la satisfacción vital, también en población adolescente y juvenil. Además se conoce que el riesgo de adicción a redes sociales es mayor en personas con baja autoestima (Chalco, Rodríguez y Jaimes, 2016; Meral, 2019).

Las redes sociales son empleadas por muchos jóvenes y adolescentes para encontrar reconocimiento y popularidad al publicar fotografías, vídeos y comentarios (Peris, Maganto y Kortabarria, 2013). El número de *likes*, comentarios, contactos y visitas al perfil, resulta altamente gratificante para aquellos que están muy implicados en las redes, compartiendo diariamente la parte más atractiva de sus vidas.

Sin embargo, no todo lo que se publica en Internet es real. En ocasiones se crean identidades virtuales brillantes que requieren ser mantenidas por los usuarios que hay detrás, con la presión y autoexigencia que ello conlleva. Además, estos perfiles crean falsas expectativas en sus seguidores que no se corresponden con la realidad. A esto se suma la envidia que supone desear tener la vida o el cuerpo de dichas personas. Un estudio realizado con mujeres que tenían blogs y hacían uso de redes sociales, descubrió la relación existente entre la envidia, la baja autoestima y la insatisfacción con la vida (Cretti, 2015). Otros estudios han demostrado que el uso de redes sociales facilita la comparación con otras

personas, contribuyendo a la percepción negativa de uno mismo (Vogel, Rose, Roberts, y Eckles, 2014; Vogel, Rose, Okdie, Eckles, y Franz, 2015; de Vries y Kühne, 2015).

Las comparaciones con otros usuarios parecen inevitables. A esta conclusión también llega una investigación en la que las participantes que observaron fotografías de modelos presentaron mayores índices de insatisfacción corporal y baja autoestima que el grupo control, al que no se le mostró ninguna de estas imágenes (Clay, 2005). Otro estudio añade que el uso de redes sociales es una variable de riesgo de TCA (Ferguson, Muñoz, Garza y Galindo, 2014).

A todo esto se puede añadir que las respuestas procedentes de los *followers* no son siempre positivas. La valoración negativa por parte del grupo de iguales también está presente, siendo uno de los factores que más influye en la aparición de insatisfacción corporal y ocasionando problemas emocionales en los administradores de las cuentas (Storvoll, Strandbu y Wichstrom, 2005; Wiseman, Sunday y Becker, 2005).

Tras todo lo expuesto, se considera pertinente llevar a cabo un estudio en jóvenes españoles que utilicen las redes sociales con frecuencia para valorar si un mayor o menor uso tiene relación con la percepción de la imagen corporal, la autoestima y la satisfacción vital. Con el presente estudio se pretende aportar nuevos datos que verifiquen la relación existente entre dichos constructos, contribuyendo de este modo a la investigación sobre el abuso de las redes sociales en población juvenil. Los resultados encontrados también pueden ser de utilidad de cara a intervenir tanto en problemas de adicción a Internet, como en trastornos de alimentación, baja autoestima y otras dificultades asociadas.

En concreto, los objetivos del estudio son los siguientes:

1. Conocer la relación existente entre el nivel de abuso de las redes sociales y el grado de insatisfacción con la imagen corporal.
2. Identificar la posible relación entre el nivel de abuso de las redes sociales y el grado de autoestima.
3. Descubrir la relación existente entre el nivel de abuso de redes sociales y la satisfacción vital.
4. Comprobar si hay una relación entre el nivel de insatisfacción corporal y el grado de autoestima.
5. Analizar la relación entre las variables “insatisfacción corporal” e “satisfacción vital”.

6. Conocer la relación que existe entre la autoestima y la satisfacción vital.

Asimismo, se busca comprobar si la variable sociodemográfica “sexo” tiene algún tipo de relación con las variables objeto del estudio.

En cuanto a las hipótesis de investigación, se plantean los siguientes postulados:

1. Existe una correlación positiva entre el uso excesivo de las redes sociales y la insatisfacción corporal.
2. Existe una correlación negativa entre el nivel de abuso de las redes sociales y el grado de autoestima.
3. Existe una correlación negativa entre el abuso de las redes sociales y la satisfacción vital.
4. Existe una correlación negativa entre las variables “insatisfacción corporal” y “grado de autoestima”.
5. Existe una correlación negativa entre la insatisfacción con la imagen corporal y la satisfacción vital.
6. Existe una correlación positiva entre el grado de autoestima y el nivel de satisfacción vital.

En definitiva, se pretende demostrar que el abuso de redes sociales entre los participantes tiene relación con una percepción negativa de su imagen corporal, una baja autoestima y la insatisfacción vital, siendo las chicas las más afectadas.

Método

Participantes

La muestra de participantes estuvo compuesta por un total de 101 sujetos (N=101), 60 mujeres (59.41%) y 41 varones (40.59%), con edades comprendidas entre los 18 y 25 años y procedentes de distintas comunidades españolas. El nivel educativo de los participantes fue variado, predominando aquellos con estudios universitarios (véase Figura 1).

Todos los sujetos refirieron hacer un uso frecuente de una o varias redes sociales, siendo las más nombradas Instagram (65.7%), Twitter (19.6%) y Facebook (9.8%). Los usuarios además indicaron el número de horas diarias que dedicaban a las redes (véase Figura 2).

Se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Criterios de Inclusión

- Participar en alguna red social.
- Tener entre 18 y 25 años de edad.
- Ser de nacionalidad española.
- Residir en territorio español.
- Aceptar el consentimiento informado, en el momento previo a la cumplimentación de los cuestionarios.

Criterios de Exclusión

- No utilizar de redes sociales.
- Ser menor de edad o tener más de 25 años.
- No ser de nacionalidad española.
- No residir en territorio español.
- Rechazar el consentimiento informado.

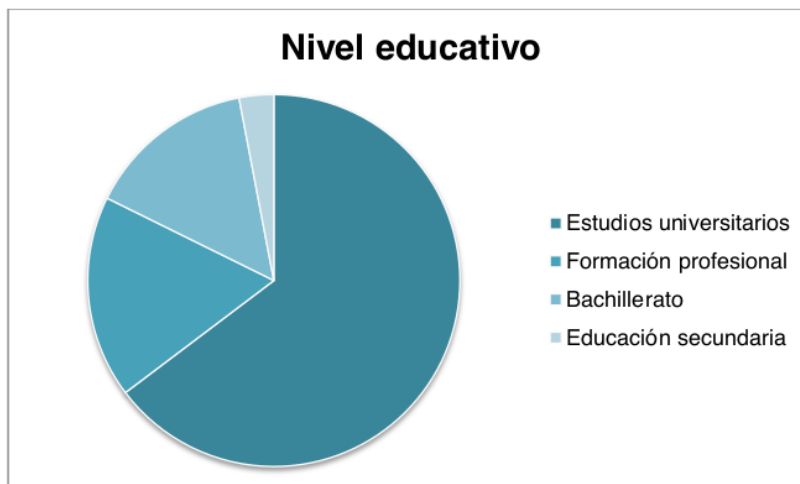


Figura 1. Nivel educativo. Respuestas de los participantes al preguntarles por su nivel de estudios.

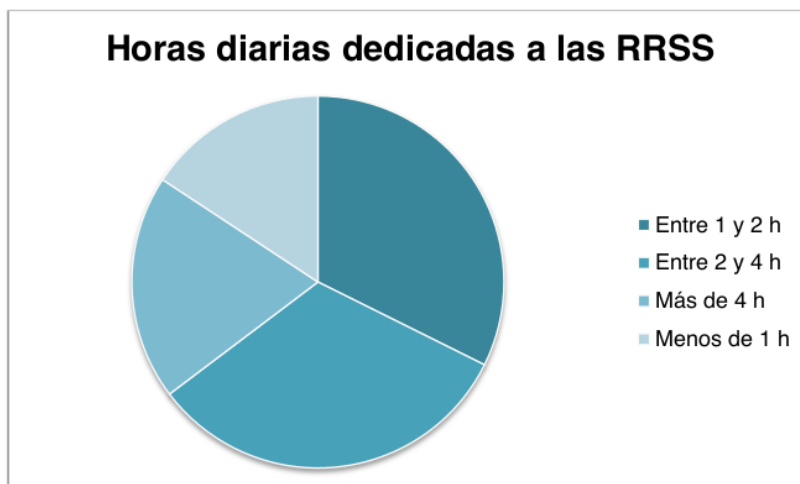


Figura 2. Horas diarias dedicadas a las RRSS. Respuestas de los participantes a la pregunta: ¿Cuántas horas dedicas al día a las redes sociales?

Instrumentos

La recogida de datos y evaluación de la muestra se llevó a cabo mediante cinco escalas auto-administradas que se describen a continuación:

Breve Cuestionario de Datos Demográficos e Información Relativa al Uso de Redes Sociales

Este instrumento fue elaborado *ad-hoc* por la autora principal del estudio, Clara Ponce, con el objetivo de conocer el perfil de los participantes. Por un lado, se valoraron el sexo y la edad; por otro, aspectos como el número de horas diarias que dedicaban al uso de redes y la red social más utilizada, entre otras cosas. Consiste en un cuestionario compuesto principalmente por preguntas cerradas, dicotómicas o de opción múltiple. Si bien, en la mayoría de las preguntas, sólo se podía elegir una respuesta, en algunos casos se podían seleccionar varias opciones de respuesta, como fue el caso de las redes sociales utilizadas por los usuarios.

Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS)

El TARS fue elaborado por Basteiro, Robles-Fernández, Juarros-Basterretxea y Pedrosa (2013). Es un instrumento de evaluación de la dependencia de las redes sociales, aplicable a población española, basado en los ocho criterios que indican si se produce un uso abusivo, según Young (1998):

1. Privarse de sueño para conectarse a las redes.
2. Descuidar áreas vitales relevantes (salud, familia, estudios, amigos...).
3. Recibir quejas de alguien cercano relacionadas con el uso excesivo de las redes.
4. Pensar constantemente en las redes sociales e irritarse excesivamente al producirse fallos en la conexión.
5. Perder la noción del tiempo, incluso cuando se tiene la intención de invertir menos tiempo en las redes.
6. Mentir sobre el tiempo dedicado a las redes sociales.
7. Aislarse, irritarse y reducir el rendimiento en los estudios.
8. Sentir euforia al conectarse.

Tabla 1
Tipificación del Test de Adicción a las Redes sociales.

Puntuaciones directas	Decatipos
0	1
1	2
2	3
3-4	4
5-6	5
7-9	6
10-12	7
13-15	8
16-19	9
20-36	10

Nota. Recuperado de “Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida”, por J. Basteiro, A. Robles-Fernández, J. Juarros-Basterretxea y I. Pedrosa, 2013, *Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia*, 3, p. 5.

Este cuestionario consta de 36 ítems con respuesta dicotómica, verdadero/falso. La recogida de las puntuaciones se lleva a cabo sumando exclusivamente los ítems que el usuario responde con la opción “verdadero”, excepto el ítem 24, que es inverso y por tanto se puntúa cuando la respuesta ha sido “falso”. Una vez sumados dichos ítems se obtiene una puntuación directa que se puede transformar en decatipos, mediante un baremo establecido por los autores (véase Tabla 1). A través de los decatipos se pueden interpretar los resultados obtenidos por cada sujeto, de manera que según el grado de abuso se puede hablar de mayor o menor dependencia de las redes sociales.

Cuestionario Forma Corporal o Body Shape Questionare (BSQ-14)

El BSQ, diseñado por Cooper, Taylor, Cooper y Fairburn (1987), sirvió para evaluar el nivel de satisfacción con la imagen corporal de los participantes. Se utilizó una versión reducida y adaptada a población española (Dowson y Henderson, 2001), BSQ-14.

El instrumento consiste en una escala tipo likert con seis opciones de respuesta (de 1 - “nunca” a 6 - “siempre”) que consta de 14 ítems. Con la suma de las puntuaciones directas se obtienen un mínimo de 14 puntos y un máximo de 84 puntos, pudiendo clasificar a los participantes en cuatro categorías: no hay insatisfacción corporal (menos de 33 puntos), leve

insatisfacción corporal (entre 33 y 45 puntos), moderada insatisfacción corporal (entre 46 y 58 puntos) y extrema insatisfacción corporal (más de 58 puntos).

Escala de Autoestima de Rosenberg (1965)

Mediante la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965) se obtuvieron las puntuaciones correspondientes al nivel de autoestima. Se empleó una adaptación válida para población española, realizada por Atienza, Balaguer y Moreno (2000).

La escala está constituida por 10 ítems con un escalado de respuesta tipo Likert (de 1 – “muy de acuerdo” a 4 – “muy en desacuerdo”). Cada respuesta suma, por tanto, entre 1 y 4 puntos, si bien hay que tener en cuenta que los ítems del 6 al 10 son inversos. En función de la puntuación obtenida, que oscila entre 10 y 40, la autoestima puede ser clasificada como elevada (de 30 a 40 puntos), moderada (de 26 a 29 puntos) o baja (menos de 25 puntos).

Cuestionario de Satisfacción con la Vida de Diener, Emmons, Larsen y Griffin (1985) (SWLS)

El Cuestionario de Satisfacción con la Vida de Diener et al. (1985) fue elegida para evaluar el grado de satisfacción vital de los participantes. Se empleó una versión reducida y validada al castellano por Atienza, Pons, Balaguer y García-Mérita (2000).

El cuestionario consta de 5 ítems con opción de respuesta tipo Likert (de 1 - “muy en desacuerdo” a 5 - “muy de acuerdo”). La puntuación final oscila entre 5 y 25 puntos, mostrándose el participante en cuestión insatisfecho con su vida (entre 5 y 9 puntos), ligeramente insatisfecho (entre 10 y 14 puntos), neutral (entre 15 y 19 puntos), ligeramente satisfecho (20 puntos) o satisfecho (entre 21 y 25 puntos).

Procedimiento

La presente investigación consistió en un estudio correlacional *ex post facto* de corte transversal. Para la selección de la muestra, se llevó a cabo un muestreo por bola de nieve, solicitándose la participación voluntaria de los jóvenes a través de distintas redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter...) y aplicaciones de mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram...). De esta forma, se publicó y envió un enlace que les facilitó el acceso a los cuestionarios online.

Antes de colaborar en la investigación, los participantes fueron informados del objetivo del estudio en términos generales, así como del tratamiento confidencial de sus datos y de su libertad para abandonar la investigación si lo consideraran oportuno. Recibieron unas breves pautas que deberían tener en cuenta a la hora de completar los cuestionarios satisfactoriamente (participar una sola vez, responder a todas las preguntas, contestar con sinceridad, etc.). Del mismo modo, se les comunicó los requisitos que necesitaban cumplir para participar en la investigación (criterios de inclusión y de exclusión).

Los instrumentos estuvieron disponibles a través de la aplicación Google Forms, siendo autoadministrados por los mismos participantes. Se estimó que los usuarios tardarían entre 15 y 20 minutos aproximadamente en completar toda la batería de tests. Una vez que la persona en cuestión cumplimentaba todos los cuestionarios, sus respuestas eran enviadas de forma anónima y automática a una cuenta de correo electrónico.

La recogida de datos finalizó un mes después de la publicación de los instrumentos en las redes sociales. Entonces, todas las respuestas fueron descargadas en formato .csv (Microsoft Office Excel) desde la cuenta de correo electrónico. A continuación, el archivo se abrió en el paquete IBM SPSS Statistics 20 y se procedió a realizar el análisis estadístico de los datos trabajando con valores continuos.

Análisis de datos

Tras llevar a cabo un análisis descriptivo de las variables “abuso de las redes sociales”, “insatisfacción corporal”, “grado de autoestima” y “satisfacción vital”, se procedió al análisis de las correlaciones existentes entre dichas variables. Para ello, en primer lugar, se comprobaron los supuestos de normalidad mediante la prueba *Kolmogorov-Smirnov*. Al observarse que no se cumplían ($p < .05$), se aplicó la *correlación de Spearman* y su correspondiente tamaño de efecto, *R cuadrado* (R^2).

Asimismo, se evaluó la posible correlación entre cada una de estas variables y el sexo de los participantes. En el caso de la variable “satisfacción vital”, una vez confirmados los supuestos de normalidad ($p > .05$), se llevó a cabo una *t de Student* para muestras independientes. Las tres correlaciones restantes fueron medidas mediante la *U de Mann-Whitney*, al no cumplirse los supuestos de normalidad en estos casos ($p < .05$). Se evaluó el tamaño de efecto mediante *eta cuadrado* (η^2).

Resultados

A continuación se presenta un análisis descriptivo de las variables “abuso de las redes sociales”, “insatisfacción corporal”, “grado de autoestima” y “satisfacción vital” (véase Tabla 2). Teniendo en cuenta la interpretación de cada instrumento, merece la pena destacar que el usuario medio tiene un nivel 7 de uso abusivo de las redes sociales ($\bar{x} = 11.72$, $DT = 7.27$), una leve insatisfacción corporal ($\bar{x} = 44.04$, $DT = 18.94$), una baja autoestima ($\bar{x} = 25.52$, $DT = 2.38$) y un nivel neutral de satisfacción vital ($\bar{x} = 17.48$, $DT = 4.58$).

Tabla 2

Estadísticos descriptivos de las principales variables objeto de estudio.

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Asimetría	Curtosis
Abuso de las RRSS	0	32	11.72	7.27	.79	.05
Insatisfacción corporal	14	84	44.04	18.94	.21	-.99
Autoestima	19	32	25.52	2.38	-.12	.06
Satisfacción vital	5	25	17.48	4.58	-.31	-.67

Nota. N=101

Con respecto a las pruebas *Rho de Spearman* (véase Tabla 3), se encontraron las siguientes correlaciones significativas:

En primer lugar, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de abuso de las redes sociales e insatisfacción corporal. Con un tamaño de efecto pequeño ($R^2 = .12$), se pudo confirmar la existencia de una correlación positiva entre ambas variables ($r = .34$, $p < .05$). De este modo, a mayor abuso de las redes sociales, los participantes presentaron una mayor insatisfacción corporal.

En segundo lugar, se halló una correlación negativa entre los grados de abuso de las redes y de satisfacción vital ($r = -.24$, $p < .05$). Las diferencias encontradas entre las respuestas obtenidas en el TARS y el SWLS indicaron que a mayor uso abusivo de las redes

sociales, los participantes mostraron una menor satisfacción vital, y viceversa. Estas diferencias fueron significativas pero con un tamaño de efecto nulo ($R^2 = .055$).

En tercer lugar, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de autoestima y de insatisfacción corporal, de manera que a mayor nivel de autoestima se encontraron menores índices de insatisfacción con la imagen corporal, y viceversa. De esta manera, la correlación entre dichas variables fue negativa ($r = -.20$, $p < .05$), observándose también un tamaño de efecto nulo ($R^2 = .05$).

En cuarto lugar, se observaron diferencias con suficiente significación estadística entre los niveles de satisfacción vital y autoestima. Se encontró la existencia de una correlación positiva entre dichas variables ($r = .30$, $p < .05$), con un tamaño de efecto nulo ($R^2 = .092$). Por tanto, a mayor satisfacción vital, los usuarios tienen un mayor nivel de autoestima y viceversa.

Tabla 3
Análisis de correlaciones entre las principales variables objeto de estudio mediante la prueba Rho de Spearman.

		Abuso de las RRSS	Insatisfacción corporal	Autoestima
Insatisfacción corporal	r	.34		
	P	.001		
Autoestima	r	-.14	-.20	
	P	.161	.041	
Satisfacción vital	r	-.24	-.20	.30
	P	.018	.051	.002

Nota. N = 101

En lo que se refiere a las diferencias en función del sexo, se encontraron resultados estadísticamente significativos en el análisis que implicaba a la variable “insatisfacción corporal” ($U = 630$, $p < .05$). Con un tamaño de efecto pequeño ($\eta^2 = .173$), se pudo comprobar que el grado de satisfacción corporal fue diferente entre hombres y mujeres, siendo ellas las que mostraron experimentar una mayor insatisfacción con su propio cuerpo (véanse Tablas 4 y 5). Por otro lado, no se encontraron diferencias significativas en las otras tres variables estudiadas. Luego, las variaciones existentes en las puntuaciones recogidas de

abuso de las redes, autoestima y satisfacción con la vida, no dependieron del sexo de los participantes.

Tabla 4

Análisis de la correlación entre la insatisfacción corporal y el sexo mediante la prueba U de Mann-Whitney.

	Insatisfacción corporal
U de Mann-Whitney	630
<i>P</i>	.000

Tabla 5

Diferencias entre hombres y mujeres en la variable “insatisfacción corporal”.

	Sexo	N	Rango promedio
Insatisfacción corporal	Mujer	60	61.01
	Hombre	41	36.35
	Total	101	

Discusión

En vista de los resultados obtenidos, se ha demostrado que el uso excesivo de las redes sociales está relacionado con la insatisfacción corporal y vital de los jóvenes. Lo mismo sucede con la variable “autoestima”, que se relaciona con la insatisfacción corporal y vital. Además, se sabe que las mujeres muestran mayor insatisfacción corporal que los varones.

A continuación se revisan cada uno de los objetivos e hipótesis planteados previamente:

En primer lugar, tal y como se ha comentado, se responde al objetivo 1 al comprobarse la existencia de una correlación entre el abuso de las redes sociales y la insatisfacción corporal de los participantes. Se confirma también la primera hipótesis de investigación al observarse que esta correlación es positiva: los jóvenes que más emplean las redes sociales presentan mayor insatisfacción con su imagen corporal que aquellos que hacen un uso más limitado de las mismas. Estos resultados coinciden con los de otros estudios anteriormente comentados (Cao et al., 2011).

En segundo lugar, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas al analizar la posible correlación entre el uso abusivo de las redes y el grado de autoestima. La mayoría de los participantes presentaron una autoestima baja, independientemente del uso que hacían de las redes. Estos hallazgos desmienten los encontrados en investigaciones recientes (Challco et al., 2016; Meral, 2019) que incluso defienden la existencia de un mayor riesgo de desarrollar una adicción, o uso problemático, de las redes sociales en personas con baja autoestima. A pesar del preocupante número de casos de baja autoestima, es bueno saber que al menos no todos se exceden con las redes sociales.

En tercer lugar, se halló una correlación negativa entre el uso abusivo de las redes sociales y la satisfacción vital, tal y como defiende el estudio de Cao et al. (2011). A raíz de esto, se podría pensar que, por lo general, la insatisfacción con la vida lleva a los jóvenes a implicarse en exceso en las redes, crear mundos paralelos, o simplemente pasar largos períodos de tiempo en contacto con otros. En cambio, aquellos jóvenes que manifiestan tener una vida más plena no llegan a estos extremos.

En cuarto lugar, se comprueba que hay una correlación negativa entre el nivel de insatisfacción corporal y el grado de autoestima de los participantes, es decir, a mayor grado de autoestima, los jóvenes presentan menor insatisfacción con la imagen corporal, y

viceversa. Este descubrimiento encaja con los hallazgos de Orr et al. (2009) y Sánchez y Ruíz (2015), estudios realizados con población adolescente y juvenil respectivamente.

Se responde también al objetivo 5, no encontrándose una relación entre las variables “insatisfacción corporal” y “satisfacción vital” y refutándose por tanto la quinta hipótesis, en la que se planteaba la existencia de una correlación negativa entre dichas variables. Por tanto, que los individuos estén insatisfechos con su cuerpo, no implica que estén insatisfechos con su vida. Es posible que dicha correlación se dé en población clínica como, por ejemplo, pacientes con TCA.

Los resultados también demuestran la existencia de una correlación entre el grado de autoestima y la satisfacción vital. Se responde así al sexto objetivo y se confirma la hipótesis correspondiente, afirmando que esta relación es positiva: a mayor autoestima, mayor es la satisfacción con la vida de los jóvenes, y viceversa. Este hallazgo se asemeja al de otra investigación previa (San Martín, 2013).

Por último, los resultados indican que sólo existen diferencias en función del sexo en lo que se refiere a la variable “insatisfacción corporal”, estando las mujeres ligeramente más insatisfechas que los hombres. Otros estudios previos coinciden en que las mujeres están más insatisfechas con su cuerpo (Grave et al., 2008; Maganto, 2011). En cambio, no hay diferencias entre el sexo masculino y femenino en el uso que se hace de las redes sociales, el grado de autoestima y el nivel de satisfacción vital. Estos hallazgos chocan con los de otros autores que encuentran diferencias entre chicos y chicas no sólo en lo que a la insatisfacción corporal se refiere, sino también en la insatisfacción vital (Reina et al., 2010; Varela y Sanz, 2016), siendo las chicas las más afectadas en ambos casos.

Como se puede apreciar, existe un consenso con otros autores respecto a las correlaciones identificadas en el presente estudio. Ello proporciona un mayor afianzamiento de lo que se conoce hasta ahora acerca del uso excesivo de las redes sociales en relación con la imagen corporal y la satisfacción vital respectivamente. Lo mismo sucede con las correlaciones existentes entre la variable “autoestima” y la insatisfacción con la imagen corporal y con la vida. No obstante, conviene señalar que el tamaño de efecto encontrado en todos estos casos fue pequeño o nulo. Ello significa que las correlaciones que existen entre estas variables no son tan acusadas.

Dada la conexión entre las variables recién mencionadas es de extrañar que no se haya encontrado una correlación entre el nivel de autoestima y el uso que se hace de las redes. Tendría cierto sentido pensar que una persona con baja autoestima se compara constantemente con otros usuarios de las redes sociales y/o compensa su inseguridad compartiendo contenidos que le hagan parecer más atractivo, extrovertido, inteligente, etc., por poner algunos ejemplos. Por otro lado, estas formas de compensación podrían llevarse a cabo a través de cualquier otro recurso que permita a la persona a aumentar la sensación de seguridad en sí misma o, por el contrario, criticarse y/o compararse con los demás.

Con respecto a las limitaciones metodológicas del estudio, lo primero que convendría revisar es el tipo de muestreo y el tamaño muestral. Un muestreo por bola de nieve agiliza el proceso de recogida de datos, pero no garantiza la representatividad de la población objeto de estudio. El tamaño de la muestra (N = 101) también se considera poco representativo de la población juvenil.

En lo que se refiere a la calidad de los cuestionarios, a pesar de estar lo suficientemente validados y estandarizados (excepto el cuestionario *ad-hoc*), siempre se contemplan posibles sesgos de evaluación, como por ejemplo, los de deseabilidad social. Además, el hecho de no poder controlar las circunstancias de los sujetos previas a la evaluación y el orden en que se distribuyeron los cuestionarios pudo afectar a las respuestas de los participantes.

Otra limitación a tener en cuenta fue la falta de consenso entre los participantes sobre qué se considera red social. En este sentido, algunos consideraban la aplicación Whatsapp como red social, introduciéndola en el apartado “otros” al preguntárseles por las redes que utilizaban, cuando en realidad es una aplicación de mensajería instantánea. Este malentendido se podría haber previsto informando a los usuarios previamente acerca de lo que es una red social.

En relación con los objetivos de la investigación, también se contempla la falta de control de otras variables extrañas como el tiempo libre de los participantes y su ocupación actual. La cantidad de tiempo libre podría ser una variable importante a tener en cuenta en estudios posteriores, tal vez influyendo de forma muy acusada en el uso que se hace de las redes sociales. Tampoco se tuvo en cuenta que el uso de las redes sociales podría ser mayor en personas que tienen un contacto constante con dispositivos electrónicos, ya sea por estudios o por trabajo. Las investigaciones podrían ir en esta línea.

Las investigaciones futuras podrían ir encaminadas a conocer mejor la población con riesgo de hacer un uso problemático de las RRSS, así como aquellos con baja autoestima e insatisfacción corporal y vital. De esta forma, se podrían identificar no sólo variables sociodemográficas como el sexo y la edad sino aspectos socioculturales como los intereses personales y las ocupaciones de los jóvenes españoles. En esta línea, es necesario seguir investigando la relación entre las variables objeto de estudio y otras posibles variables asociadas.

Asimismo sería interesante orientar los estudios al uso de aplicaciones de mensajería instantánea (i.e. Whatsapp) y las conductas problemáticas asociadas, dado su uso generalizado en personas de cualquier edad. Dado que este tipo de comunicación telemática ha llegado para quedarse, podrían llevarse a cabo estudios longitudinales para conocer los efectos que tiene su uso prolongado.

Otra posible línea de investigación sería la relacionada con el uso de TICs en población clínica. En este sentido, se podría hablar no sólo del uso excesivo de Internet sino también de conductas problemáticas, tanto en pacientes clínicos como en la población general.

Como se puede apreciar, existen muchos caminos abiertos que merece la pena explorar de cara a mejorar la calidad de vida de los usuarios y prevenir posibles complicaciones psicológicas, contribuyendo así a favorecer un uso responsable de las TICs. También es necesario tener en cuenta las dificultades ya presentes en los usuarios, tomando consciencia del problema que supone y buscando soluciones.

Los resultados del presente escrito aportan información que puede ser de utilidad de cara a la detección y prevención de casos de uso problemático de las redes sociales en población juvenil. También puede resultar útil para conocer mejor a esta población, lo cual es un aspecto clave para identificar casos de otras problemáticas que afectan en mayor medida a los jóvenes, como por ejemplo, los trastornos de la alimentación o la vigorexia. En estos casos, el papel de la autoestima y la satisfacción con la imagen corporal, e incluso con la vida, podrían cumplir un papel relevante en el diagnóstico y el tratamiento.

En definitiva, las conclusiones a las que se llegan a partir de lo expuesto son fundamentalmente las siguientes:

Existe cierta relación entre el uso problemático de las redes sociales y las variables “insatisfacción corporal” e “satisfacción vital”, de manera que los jóvenes que más se exceden en el uso de las RRSS, presentan mayores niveles de insatisfacción con la imagen corporal y con la vida. De la misma manera, el nivel de autoestima se relaciona con estas dos variables, de modo que si los niveles de autoestima son bajos, la insatisfacción con la imagen corporal y con la vida son altas respectivamente.

Las mujeres presentan mayor preocupación por su cuerpo que los hombres, no habiendo diferencias entre el sexo masculino y femenino en lo que se refiere a la autoestima, la satisfacción vital y el uso de las redes sociales. En términos generales, gran parte de la población juvenil mayor de edad presenta bajos niveles de autoestima. La situación resulta preocupante y supone un reto para los psicólogos. Se requiere conocer más sobre el uso de TICs en esta población por el uso continuado que se hace de las mismas.

Referencias

- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5ta ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.
- Arab, E., y Díaz, A. (2014). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. doi: 10.1016/j.rmcl.2014.12.001
- Arnone, J. M. (2014). Adolescents May Be Older Than We Think: Today 25 Is the New 18, or Is It? *International Journal of Celiac Disease*, 2(2), 47-48. doi: 10.12691/ijcd-2-2-4
- Atienza, F. L., Balaguer, I., y Moreno, Y. (2000). Análisis de la dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes valencianos. *Revista de Psicología. Universitas Tarraconensis*, 22, 29-42. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2833593>
- Atienza, F. L., Pons, D., Balaguer, I., y García-Mérita, M. L. (2000). Propiedades psicométricas de la Escala de Satisfacción con la Vida en adolescentes. *Psicothema*, 12(2), 331-336. Recuperado de <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=296>
- Awuapara, S., y Valdivieso, M. (2013). Características bio-psicosociales del adolescente. *Odontología Pediatría*, 12(2), 119-128. Recuperado de <http://repebis.upch.edu.pe/articulos/op/v12n2/a3.pdf>
- Baile, J. I. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Cuadernos del Marqués de San Adrián: revista de humanidades*, 2, 53-70. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28112716_Que_es_la_imagen_corporal
- Basteiro, J., Robles-Fernández, A., Juarros-Basterretxea, J., y Pedrosa, I. (2013). Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida. *Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia*, 3(1), 2-8. Recuperado de <http://www.ridpsiclo.ull.es/index.php/ridpsiclo/article/view/35/26>
- Casas, F., Figuer, C., González, M., Malo, S., Alsinet, C., y Subarroca, S. (2007). The well-being of 12 to 16 years old adolescents and their parents: Results from 1999 to 2003

- Spanish samples. *Social Indicators Research*, 83(1), 87-115. doi: 10.1007/s11205-006-9059-1
- Cao, H., Sun, Y., Wan, Y., Hao, J., y Tao, F. (2011). Problematic Internet use in Chinese adolescents and its relation to psychosomatic symptoms and life satisfaction. *BMC Public Health*, 11(802), 1-8. doi: 10.1186/1471-2458-11-802
- Carlson, N.R. (2014). *Fisiología de la conducta* (11a Ed.) (Gea Consultoría Editorial S. L., Trad.). Madrid, España: Pearson.
- Castellá, J., Saforcada, E., Tonon, G., De La Vega, L., Mozobancyk, S., y Bedin, L. (2012). Bienestar subjetivo de los adolescentes: Un estudio comparativo entre Argentina y Brasil. *Psychosocial Intervention*, 21(3), 273-280. doi: 10.5093/in2012a24
- Challco, K. P., Rodríguez, S., y Jaimes, J. (2019). Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 9(1). doi: 10.17162/rccs.v9i1.169
- Clay, D. H. (2005). Body Image and Self-Esteem Among Adolescent Girls: Testing the Influence of Sociocultural Factors. *Journal Of Research On Adolescence*, 15(4), 451-477. doi: 10.1111/j.1532-7795.2005.00107.x
- Coenders, G., Casas, F., Figuer, C., y González, M. (2005). Relationships between parents' and children's salient values for future and children's overall satisfaction. A comparison across countries. *Social Indicators Research*, 73, 141-177. doi: 10.1007/s11205-004-3233-0
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., y Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6, 485-494. doi: 10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O
- Correa, R. I., Guzmán, M. D., y Aguaded, I. (2000). *La mujer invisible. Una lectura disidente de los mensajes publicitarios*. Huelva: Grupo Comunicar.
- Cretti, C. (2015). The relationship between envy, life-satisfaction, and self-esteem for female readers of women's online personal lifestyle blogs. Dissertation Abstracts International, 76. Recuperado de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20559411/>

- Del Río, C., Borda, M., Torres, I., y Lozano, J. F. (2002). Conductas de riesgo para el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria en preadolescentes y adolescentes. *Revista de Psiquiatría y Psicología del Niño y Adolescente*, 1(2), 1-10.
- De Vries, D. A., y Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on facebook. *Personality And Individual Differences*, 86, 217-221. doi:10.1016/j.paid.2015.05.029.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43. doi: 10.1037/0003-066X.55.1.34
- Diener, E., Emmons, R., Larsen, R. J., y Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75. doi: 10.1207/s15327752jpa4901_13
- Diener, E., Oishi, S., y Lucas, R. (2003). Personality, culture and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual Review of Psychology*, 54, 404-425. doi: 10.1146/annurev.psych.54.101601.145056
- Dowson, J., y Henderson, L. (2001). The validity of a short version of the Body Shape Questionnaire. *Psychiatry Research*, 102(3), 263-271. doi : 10.1016/s0165-1781(01)00254-2
- Echeburúa, E. y Corral, P. (2009). Las adicciones con o sin droga: una patología de la libertad. En E. Echeburúa, F.J. Labrador y E. Becoña (eds.). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes* (pp. 29-44). Madrid: Pirámide.
- Echeburúa, E., y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educadores*. Madrid: Pirámide.
- Echeburúa, E., Salaberría, K., y Cruz-Sáez, M. (2014). Aportaciones y limitaciones del DSM-5 desde la Psicología Clínica. *Terapia psicológica*, 32, 65-74. doi: 10.4067/S0718-48082014000100007
- Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A., y Galindo, M. (2014). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *Journal Of Youth And Adolescence*, 43(1), 1-14. doi:10.1007/s10964-012-9898-9.

- Fraguela, R., Varela, L., y Sanz, E. (2016). Ocio deportivo, imagen corporal y satisfacción vital en jóvenes españoles. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(2), 33-38. Recuperado de https://www.rpd-online.com/article/view/v25-n4-fraguela-vale-varela-et al/Fraguela_Vale_Varelaetal
- Fundación Mapfre (2014). Tecnoadicción. Más de 70.000 adolescentes son tecnoadictos. *Seguridad y Medio ambiente*, 1, 66-69. Recuperado de https://app.mapfre.com/fundacion/html/revistas/seguridad/nEspecial2014/docs/cap_5_1.pdf
- Furedi, F. (2018). *Qué le está pasando a la Universidad. Un análisis sociológico de su infantilización*. Madrid: Narcea Ediciones.
- García-Ochoa, Y. C. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Revista Icono14*, 8(3), 223-243. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3733419>
- Giddens, A., y Cifuentes, P. (2000). *Un mundo desbocado, los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Goldbeck, L., Schmitz, T., Besier, T., Herschbach, P., y Henrich, G. (2007). Life satisfaction decreases during adolescence. *Quality of Life Research*, 16(6), 969-979. doi: 10.1007/s11136-007-9205-5
- Grabe, S., Ward, L., y Hyde, J. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476. doi: 10.1037/0033-2909.134.3.460
- Guan, S.S. A., y Subrahmanyam, K. (2009). Youth Internet use: risks and opportunities. *Current Opinion in Psychiatry*, 22(4), 351-6. doi: 10.1097/YCO.0b013e32832bd7e0.
- Güemes-Hidalgo, M., Ceñal, M. J., e Hidalgo, M. I. (2017). Pubertad y adolescencia. *Adolescere*, 5(1), 7-22. Recuperado de <https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol5num1-2017/07-22%20Pubertad%20y%20adolescencia.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística (2019). Encuesta sobre equipamiento y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares. Recuperado el 17 de noviembre de 2019 de https://www.ine.es/prensa/tich_2019.pdf
- Kardefelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti, A., van Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., Edman, J., Blaszczynski, A., Khazaal, Y., y Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours? *Society for the Study of Addiction, 112*(10), 1709-1715. doi:10.1111/add.13763
- Leiva-Gutiérrez, J., y Urzúa, A. (2018). Craving en adicciones conductuales: propuesta de un modelo teórico explicativo en la adicción a Facebook y mensajería instantánea. *Terapia psicológica, 36*(1), 5-11. doi: 10.4067/s0718-48082017000300001
- Lemos, S. (2000). Las conductas de adicción. En Lemos, S. (Eds). *Psicopatología general* (pp. 303-318). Madrid: Síntesis.
- Liu, D. y Xin, Z. (2014). Birth Cohort and Age Changes in the Self-Esteem of Chinese Adolescents: A Cross-Temporal Meta-Analysis, 1996–2009. *Journal of Research of Adolescence, 25*(2), 366–376. doi: 10.1111/jora.12134
- Maganto, C. (2011). Trastornos de conducta alimentaria en niños y adolescentes. En M^a T. González (Coord.) *Psicología clínica de la infancia y adolescencia* (pp. 105-147). Madrid: Pirámide.
- Meral, S. A. (2019). A Model Proposal Regarding the Effect of Adolescents' Psychological Endurance on Internet Addiction and Intermediary Role of Self-Esteem among Related Variables. *Turkish Online Journal of Educational Technology, 18*(1), 1-14. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/330087692_A_Model_Proposal_Regarding_the_Effect_of_Adolescents'_Psychological_Endurance_on_Internet_Addiction_and_Intermediary_Role_of_Self-Esteem_among_Related_Variables
- Nieves, I. R. (2009). La Imagen corporal: Hacia una construcción social para la psicología industrial organizacional. *Poiésis, 9*(18), 1-6. doi: 10.21501/16920945.131
- Organización Mundial de la Salud (13 de diciembre de 2018). Adolescentes: riesgos para la salud y soluciones. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescents-health-risks-and-solutions>

- Orr, E.S., Siscic, M., Ross, C., Simmering, M.G., Arseneault, J.M., y Orr, R.R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology and Behavior*, 12, 337-340. doi: 10.1089/cpb.2008.0214
- Papalia, D., Olds, S., y Feldman, R. (2005). *Psicología del desarrollo: de la infancia a la adolescencia*. (9na ed.). México: Mc Graw Hill.
- Panova, T., y Carbonell, X. (2018). Is smartphone addiction really an addiction? *Journal of Behavioral Addictions*, 7(2), 252-259. doi: 10.1556/2006.7.2018.49
- Peris, M., Maganto, C., y Kortabarría, L. (2013). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 3(2), 171-180. doi: 10.1989/ejihpe.v3i2.34
- Pineda, S., y Aliño, M. (1999). El concepto de adolescencia. En Ministerio de Salud Pública. República de Cuba (Eds.), *Manual de prácticas clínicas para la atención... en la adolescencia* (pp.15-23). Ciudad de la Habana: Ministerio de Salud Pública. República de Cuba.
- Pineda, A. E. L., y López, E. (2001). Inventario de autoestima para adultos Alpel, forma AD. *Revista de Investigación en Psicología*, 4(1), 67-83. doi: 10.15381/rinvp.v4i1.5010
- Pruzinsky, T., y Cash, T. F. (1990). Integrative themes in body-image development, deviance and change. En *Body Images. Development, Deviance and Change* (pp. 337-349). N. York: The Guilford Press.
- Raich, R. M. (2000). *Imagen corporal. Conocer y valorar el propio cuerpo*. Madrid: Pirámide.
- Ramos, P., Pérez de Eulate, L., Liberal, S., y Latorre, M. (2003). La imagen corporal en relación con los TCA en adolescentes vascos de 12 a 18 años. *Revista de Psicodidáctica*, 15(16), 65-73. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/175/17515081002.pdf>
- Reina, M., Oliva, A., y Parra, A. (2010). Percepciones de autoevaluación: Autoestima, autoeficacia y satisfacción vital en la adolescencia. *Psychology, Society, & Education*, 2, 55-69. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/242701179_Percepcion_de_autoevaluacion_Autoestima_autoeficacia_y_satisfaccion_vital_en_la_adolescencia

Rodríguez, T., y Beato, L. (2002). Factores relacionados con la imagen corporal. Un estudio longitudinal. *Psiquiatría.com/Interpsiquis.2002*. Recuperado de <http://www.psiquiatria.com>.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. (Rev.ed.). Princeton, NJ: Princeton University Press.

Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*. (Rev.ed.). Middeltown, CT: Wesleyan University Press.

Salmela-Aro, K., y Tuominen-Soini, H. (2010). Adolescents' life satisfaction during the transition to post-comprehensive education: antecedents and consequences. *Journal of Happiness Studies*, 11(6), 111-129. doi: 10.1007/s10902-009-9156-3

Salmerón, M. A. (2015). Grupo de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia. *Adolescere*, 3(1), 3-6. Recuperado de <http://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/adolescere-vol3-n1-03-06-Editorial.pdf>

Sánchez, J. J., y Ruiz, A. O. (2015). Relationship between self-esteem and body image in children with obesity. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6(1), 38-44. doi: 10.1016/j.rmta.2015.05.006

San Martín, J. L. (2013). Autoestima, apoyo social y satisfacción vital en jóvenes. *Terapia psicológica*, 31(3), 287-291. doi: 10.4067/S0718-48082013000300003

Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body*. N. York: International Universities Press.

Sicilia, Á., y González-Cutre, D. (2011). Dependence and physical exercise: Spanish validation of the Exercise Dependence Scale-Revised (EDS-R). *The Spanish Journal of Psychology*, 14(1), 421-431. doi:10.5209/rev_SJOP.2011.v14.n1.38

Slade, P. D. (1994). What is body image?. *Behaviour Research and Therapy*, 32, 497-502. doi: 10.1016/0005-7967(94)90136-8

- Storvoll, E. E., Strandbu, A., y Wichstrom, L. (2005). A cross-sectional study of changes in Norwegian adolescents' body image from 1992 to 2002. *Body Image*, 2(1), 5-18. doi: 10.1016/j.bodyim.2005.01.001
- Suldo, M., y Huebner, S. (2004). Does life satisfaction moderate the effects of stressful life events on psychopathological behavior during adolescence?. *School Psychology Quarterly*, 19(2), 93-105. doi :10.1521/scpq.19.2.93.33313
- Suldo, E., Huebner, S., Friedrich, A., y Gilman, R. (2009). Life Satisfaction. En R. Gilman, S. Huebner, y M. Furlong (Eds.). *Handbook of Positive Psychology in Schools* (pp. 27-35). New York: Routledge.
- Thompson, J. K. (1990). *Body image disturbances: assessment and treatment*. New York: Pergamon Press.
- Vázquez, A. J., Jiménez, R., y Vázquez, R. (2004). Escala de autoestima de Rosenberg: fiabilidad y validez en población clínica española. *Apuntes de Psicología*, 22(2), 247-255. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28098338_Escala_de_autoestima_de_Rosenberg_Fiabilidad_y_validez_en_poblacion_clinica_espanola/link/53dfb3350cf2a768e49bcc13/download
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., y Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality And Individual Differences*, 86, 249-256. doi:10.1016/j.paid.2015.06.026
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., y Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology Of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. doi:10.1037/ppm0000047
- Wallis, L. (25 de septiembre de 2013). ¿Y si la adolescencia se prolonga hasta los 25 años? *BBC* [noticia de revista electrónica]. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/09/130925_salud_25_frontera_madurez_adolescentes_ap

Wiseman, C. V., Sunday, S. R., y Becker, A. E. (2005). Impact of the media on adolescent body image. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 14(3), 453-471. doi: 10.1016/j.chc.2005.02.008

Young, K. (1998). Internet Addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behavior*, 1, 237-24. doi: 10.1089/cpb.1998.1.237