



Imagen Corporal y Redes Sociales en la Adolescencia y la Juventud

María García Otero

Directora: Elena Gallegos de las Heras

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Pontificia Comillas

Máster en Psicología General Sanitaria

24 de mayo de 2022

Resumen

Atendiendo al creciente uso de las redes sociales y a la vulnerabilidad que caracteriza la etapa de la adolescencia y la juventud, el objetivo de la presente revisión sistemática fue estudiar la relación entre el uso de redes sociales y la imagen corporal en dicha población. Se llevó a cabo a partir del análisis y la integración de siete estudios de carácter cualitativo. Los hallazgos mostraron la existencia de una relación entre el uso de redes sociales y la imagen corporal, que se materializa en una insatisfacción de los jóvenes con su cuerpo, concretamente en mujeres. La red social que tiene un mayor impacto en el desarrollo de una imagen corporal negativa es *Instagram*. Aunque existe cierta consciencia, en los jóvenes, acerca de la influencia que las redes sociales tienen sobre la imagen corporal, el daño sigue siendo evidente.

Palabras clave: revisión sistemática, redes sociales, imagen corporal, adolescencia.

Abstract

Social media usage is constantly increasing among teenagers and young adults. Given the psychological vulnerability that characterises this stage of life, it is important to address any impact social media might have on body image perception among these users. Thus, a systematic review was carried out to investigate the link between social media and body image in the young population. The review consisted of analysing and integrating seven qualitative studies. The results obtained proved the existence of a relation between the usage of social media and body image, materialized in a dissatisfaction of young people with their body, being women the most affected gender. Furthermore, results showed *Instagram* is the social media with the greatest influence on developing a negative body image. Even though there is certain awareness amongst the young population that this issue exists, the damage is still evident.

Keywords: systematic review, social media, body image, teenage years.

Índice

Resumen/Abstract.....	2
Índice.....	3
Introducción.....	4
Método.....	15
Resultados.....	18
Discusión.....	29
Referencias.....	39

Imagen Corporal y Redes Sociales en la Adolescencia y la Juventud

Grogan (2017) define la *imagen corporal* como “las percepciones, pensamientos y sentimientos de una persona sobre su cuerpo” (p. 3). En ella, engloba las actitudes o la percepción -tanto positivas como negativas- que guarda la persona con respecto a su cuerpo.

Más concretamente, este constructo comprende distintos elementos: percepción, evaluación, satisfacción, preocupación por el cuerpo o aceptación de este, el peso, la apariencia, el tamaño, etc. (Grogan, 2017).

De la Serna (2004) distingue varios factores dentro de la imagen corporal: el perceptual (percepción del cuerpo), el cognitivo (evaluaciones del cuerpo), el afectivo (sentimientos o actitudes sobre el cuerpo) y el conductual (conductas que se llevan a cabo en función de cómo la persona percibe su cuerpo). Grogan (2017), por su parte, expone que el factor que se corresponde con lo perceptual, concretamente, puede medirse calculando la diferencia entre el tamaño corporal que la persona percibe de sí misma y el tamaño corporal real.

Una *imagen corporal positiva* o *satisfacción corporal* radica en la aceptación, apreciación e incluso admiración del propio cuerpo tal y como es, haciendo un mayor hincapié en sus puntos fuertes frente a los débiles (atendiendo a un ideal de cuerpo como referencia); que tiene como consecuencia una comodidad, una seguridad y una tranquilidad corporal, además de un deseo de protección del propio cuerpo (Wood-Barcalow et al., 2010). Es importante entender que una imagen corporal positiva no es sinónimo de una imagen corporal “ideal” o utópica en términos de apariencia, con la que encontrarse completamente satisfecho (Tylka & Wood-Barcalow, 2015).

Una *imagen corporal negativa* o *insatisfacción corporal* se entiende como la evaluación negativa, en base a creencias y sentimientos, que hace la persona en referencia a su cuerpo

(Grogan, 2017). En este sentido, cabe destacar que la imagen corporal de cada uno no tiene por qué estar relacionada con la realidad, sino más bien con la evaluación que la persona hace de sí misma (Sepúlveda et al., 2004).

En el plano comportamental, que suele ser el más manifiesto, pueden observarse distintas señales de insatisfacción corporal, que se clasifican en función del sexo. En mujeres son: la dieta, el ejercicio, la cirugía estética, el culturismo, el uso de esteroides anabólicos y la interiorización de la construcción social del cuerpo femenino (muy delgado). En hombres destacan: la dieta y las pastillas que favorecen a esta, el ejercicio, el culturismo, los procedimientos cosméticos, el uso de esteroides anabólicos y la interiorización de la construcción social del cuerpo masculino (delgado y musculado) (Grogan, 2017).

Thompson, en su *teoría de la norma sociocultural*, defiende que el medio social y cultural -más concretamente los medios de comunicación- influyen en las actitudes que guardan las personas hacia su cuerpo. Habitualmente, se crea un ideal que, aunque resulta inalcanzable, se persigue, desembocando inevitablemente en una insatisfacción corporal (Thompson et al., 1999). Esta insatisfacción nace de la comparación de la apariencia de uno mismo con la apariencia de los demás, en la que a estos últimos se los percibe por encima, afectando negativamente a la evaluación de uno mismo (Tantleff-Dunn & Gokee, 2002; citado en Myers & Crowther, 2009).

El *modelo de influencia tripartita* propuesto por Thompson et al. (1999) se basa en tres factores que influyen, entre otros, en la imagen corporal de la persona: los medios de comunicación, la familia y los pares. En dicho modelo, se propone una secuencia en la que la persona busca información acerca de su aspecto físico, recurriendo a una comparación de sí misma con los otros, que puede tener un *feedback* positivo o negativo. En el caso de recibir un

feedback negativo, fruto de esta comparación, se origina una insatisfacción de la persona con su propio cuerpo.

En concordancia con las teorías y modelos mencionados, cabe destacar el momento en el que el cuerpo entra en contacto con la sociedad y la cultura, dejando de ser una construcción biológica para ser una construcción social, en la que el papel de los significados es de suma importancia (Salinas, 1994).

Si bien, esta influencia social que recibe el ser humano es notoria, cabe esperar que la adolescencia, por la etapa vital que representa, sea un periodo de mayor vulnerabilidad a esta influencia y, por ende, de mayor vulnerabilidad a manifestar dificultades en la imagen corporal (McKinley, 1998). Esta mayor vulnerabilidad se relaciona, por un lado, con un contacto cada vez mayor con las imágenes de los medios; y por otro, con la tendencia a compararse corporalmente a nivel social -como parte del proceso de formación de la identidad, que radica en la consolidación de la personalidad, y atendiendo a los cambios que sufren sus cuerpos- (Arab y Díaz, 2015; Smolak & Levine, 1996).

Aunque el uso excesivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) está presente de manera universal (Pedrero-Pérez et al., 2018), los adolescentes constituyen un colectivo de mayor vulnerabilidad, por el elevado consumo que hacen de estas (Méndez-Gago y González-Robledo, 2018).

Además, en la etapa de la adolescencia, los pares adquieren especial importancia en el proceso de identidad y consolidación de la personalidad, siendo común que la persona se oriente en función de aquello que es validado por los demás, alejándose así de lo que es rechazado (Arab y Díaz, 2015). Rodríguez Sacristán (1995) defiende que la disfuncionalidad que prima en las familias, donde los padres no cumplen la función de guía en el comportamiento de sus hijos, es

la causa de que estos últimos tengan que recurrir a los medios y a sus pares para poder guiar su conducta. En consonancia con esto, Giones-Valls y Serrat-Brustenga (2010) describen la identidad como un concepto que se construye a partir de la idea que uno tiene sobre quién cree que es, cómo quiere que el resto le perciba y cómo realmente le perciben. Esta construcción de la identidad -y de la personalidad- se encuentra muy ligada a la opinión y la búsqueda de aceptación por parte del otro (Chou & Edge 2012; Lozano Sánchez, 2012). De hecho, la comparación social constituye uno de los factores que incita a las personas a hacer un uso sostenido de las redes sociales, con el fin de consolidar su personalidad (Manago et al., 2008).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) establece la etapa de la adolescencia entre los 10 y los 19 años, y la de la juventud entre los 15 y los 24 años (Serapio Costa, 2006). Si bien, la adolescencia se entendía, anteriormente, como un momento vital transitorio entre la niñez y la adultez (Varela, 2017); es cada vez más complicado enmarcar dicha etapa dentro de unas fronteras, pues parece haberse alargado, de tal manera que, hoy en día, comienza antes y finaliza después. Se puede hablar, entonces, de una etapa de mayor vulnerabilidad -adolescencia y juventud- entre la niñez y la adultez (Serapio Costa, 2006). Por ello, son esperables algunos resultados como los que Martínez-González et al. (2003) exponen, defendiendo una relación directa entre la utilización de los medios de comunicación y el desarrollo de un Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA) en niñas que se encuentran en la etapa adolescente y de juventud; o los de Saiphoo y Vahedi (2019), quienes afirman que la imagen que cada uno tiene de sí mismo, especialmente la de los jóvenes, se ve perjudicada por el uso de las redes sociales.

Por otro lado, distintos autores defienden que, en cierto modo, la figura de la mujer está más expuesta a estas influencias que la figura del hombre y, por tanto, resultan más dañinas y severas, llegando a causar una mayor insatisfacción corporal (Acosta García y Gómez

Peresmitré, 2003; Feingold & Mazzella, 1998; Fredrickson & Roberts, 1997). Esto puede deberse, también, a que el cuerpo de la “mujer ideal” está más definido socialmente que el cuerpo del “hombre ideal” (Dittmar et al., 2000). De hecho, son las mujeres adolescentes las que, manifestando una intranquilidad a nivel emocional, hacen un uso desmesurado de sus teléfonos móviles para conectarse con los otros a través de aplicaciones destinadas para ello (Méndez-Gago y González-Robledo, 2018).

Por un lado, Spitzer et al. (1999) ponen de manifiesto que la prevalencia de la insatisfacción corporal en mujeres universitarias es del 80% (mayoritariamente occidentales). En este sentido, Montero et al. (2004), desvelan que, dentro de los hombres, el 52,3% se percibe correctamente, el 29,2% se percibe más delgado y el 18,5% se percibe más gordo; y dentro de las mujeres, el 38,7% se percibe correctamente, el 8,6% se percibe más delgada y el 41,1% se percibe más gorda. Por otro lado, Ricciardelli y McCabe (2001) enuncian que el 76,8% de las adolescentes revelan su deseo de una mayor delgadez. Aun así, la insatisfacción corporal o imagen corporal negativa es también frecuente en hombres (Bergeron & Tylka, 2007; Halliwell & Harvey, 2006).

Cabe pensar, entonces, que el hincapié realmente se haga en la mejora del aspecto y no de la salud, llegando incluso a jugar en contra de esta, como en el caso de los TCA (Rysst, 2010). De hecho, la importancia que se le atañe al aspecto físico es cada vez mayor. Como se ha mencionado anteriormente, es posible que esta esté relacionada con el auge de las imágenes y vídeos en los medios de comunicación; en lo que, además, se moviliza una economía importante en torno al aspecto físico (De la Serna, 2004). Detrás de los medios de comunicación se encuentran negocios que promueven un prototipo basado, esencialmente, en la apariencia física, induciendo en la población una inquietud por la delgadez y generando una insatisfacción

corporal, que, en muchos casos, llevan a la persona a poner en práctica restricciones alimenticias (Lozano Sánchez, 2012). De hecho, uno de los problemas que desencadena este “culto al cuerpo” es el aumento de los TCA (Rysst, 2010). Para aquellas personas con un trastorno de este tipo, la imagen corporal y la autoimagen se encuentran íntimamente unidas: si se tiene una imagen negativa sobre el propio cuerpo, es muy posible que también se tenga sobre uno mismo (Lozano Sánchez, 2012).

Una vez vista la relación que guarda la insatisfacción corporal y los medios de comunicación, se cree conveniente hacer hincapié en estos últimos, en términos de redes sociales.

Orihuela (2008) define las *redes sociales* como servicios que posibilitan “...relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto” (p. 45).

En 2009, el 51% de los adolescentes hacían uso de las redes sociales. En 2011, el porcentaje se incrementó en un 75%, lo que ofrece información acerca de la importancia y del crecimiento, cada vez mayor, de las redes sociales en esta población. Más concretamente, España es el tercer país -después de Italia y Brasil- que mayor uso hace de las redes sociales (Ureña, 2011). En el informe anual que realiza Ditrendia (2021) se expone que, a nivel mundial, un 53,6% de la población cuenta con redes sociales. Estas personas emplean una media diaria de 2 horas y 25 minutos en una media de 8,4 redes sociales distintas. Dentro de las 4 horas y 10 minutos que se dedican diariamente al uso del móvil en el mundo, un 44% de este tiempo se destina a las aplicaciones sociales y de comunicación. En la generación Z, el motivo primordial para el uso de redes sociales es “llenar el tiempo libre”. En los *Millennials*, generación X y *Baby Boomers* es “estar al día de las novedades”. En España, el tiempo dedicado a las redes sociales crece anualmente: la generación Z emplea 1 hora y 45 minutos al día. Sin embargo, es la

generación *Millennial* la que más utiliza las redes sociales. Además, en la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares del INE (2021) se pone de manifiesto que son las mujeres fundamentalmente jóvenes las que resultan más participativas en redes sociales. Ditrendia (2021) refiere que las redes sociales más utilizadas a nivel mundial son *Facebook, Youtube, Whatsapp, FB Messenger, Instagram, Weixin* y *TikTok*, entre otras. Esta última ha tenido un incremento notable en el último año, coincidente con la pandemia de Covid-19. En España, la generación Z y los *Millennials* emplean mayoritariamente las siguientes redes sociales, expuestas en orden decreciente: *Instagram, Youtube, Facebook, TikTok* y *Twitter*. Méndez-Gago y González-Robledo (2018) exponen algunas distinciones en cuanto al sexo, siendo las chicas, frente a los chicos, las que más utilizan *Whastapp* (96% contra 92%) e *Instagram* (87% contra 74%).

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta ahora acerca de la influencia que lo social tiene sobre el cuerpo del ser humano y el papel de los medios de comunicación, se cree pertinente valorar que las redes sociales puedan influir directamente en la imagen corporal. Actualmente, la gran mayoría -fundamentalmente adolescentes y jóvenes- se encuentra inmersa en el mundo de la tecnología e Internet, que “toca de cerca” su forma de comunicarse y de vincularse (Guan & Subrahmanyam, 2009). La persona es, está, actúa y se relaciona con los otros en las redes sociales también (Ruiz-Corbella y Juanas-Oliva, 2013). De alguna manera, este mundo constituye un contexto que permite, al adolescente concretamente, indagar y poner de manifiesto su identidad (Valkenburg & Peter, 2011). Lozano Sánchez (2012) propone que, este proceso de conformación de la identidad en las redes sociales, está influido por el juicio que la “lista de amigos” con la que se cuenta en este tipo de redes emite sobre esta manifestación identitaria, moldeándola hacia lo que se considera como más aceptable. Harman et al. (2005) exponen que

los adolescentes que manifiestan un concepto de sí mismos negativo (entre otros aspectos estudiados) son los mismos que adulteran una mayor cantidad de la información que envían por Internet. McLean et al. (2015) muestran que, aquellas personas que manipulaban las fotografías a través de herramientas destinadas para ello, manifestaban una insatisfacción corporal superior, dando una importancia mayor al aspecto físico.

Méndez Álvarez (1995) pone de manifiesto la existencia de un tipo de contenido en las redes sociales relacionado con la consecución de un peso asombrosamente bajo, a través de conductas alimentarias nocivas y autolesivas, llegando incluso a crear grupos (vividos como grupos de pertenencia) que alientan los trastornos de alimentación (Méndez Álvarez, 1995; citado en Lozano Sánchez, 2012). Bordo (2003) denuncia que las imágenes transmiten a las mujeres jóvenes un ideal de belleza que predomina en la sociedad y la cultura y que resulta poco accesible, instándoles a alcanzarlo y dándoles herramientas para ello (Bordo, 2003; citado en Rysst, 2010).

En consonancia con esto, Lozano Sánchez (2012) afirma que las redes sociales influyen en el aumento de los Trastornos de la Conducta Alimentaria, como la Anorexia o la Bulimia, en la población adolescente. De hecho, expone una relación directa entre el tiempo de uso de las redes sociales y el riesgo de desarrollar una imagen corporal negativa y/o un TCA (Anorexia o Bulimia) en niñas adolescentes. Tiggeman y Slater (2013) evidencian la relación, en niñas adolescentes, entre el tiempo que pasan navegando y la interiorización de un ideal delgado, la atención y la observación corporal constante y una tendencia hacia la delgadez. Además, hubo una diferencia significativa entre las adolescentes que hacían uso de redes sociales y aquellas que no. Meier y Gray (2014) ponen de manifiesto la relación existente entre una alta actividad de la persona en *Facebook* -relacionada con la publicación de imágenes- y una baja satisfacción

corporal, el interés por adelgazar y la asimilación de uno como alguien que ha de exponerse. Por su parte, Chou y Edge (2012) y Matook et al. (2015) consideran el sentimiento de soledad como un factor clave en la utilización desmesurada de redes sociales, que afectaría a la salud mental.

Existe una creencia, cada vez más extendida -que tiñe la juventud y los medios de comunicación-, que defiende el aspecto físico como un elemento central y casi exclusivo en la vida del ser humano, muy ligado al logro personal y social (Lozano Sánchez, 2012).

Dentro de los factores de riesgo de la adicción a las redes sociales en adolescentes, cabe destacar, como factor personal, una baja autoestima y una insatisfacción corporal (Estévez et al., 2009). Por ende, como factor de protección a nivel personal se encuentra una autoestima adecuada, que hace alusión a distintos aspectos entre los que se encuentra el atractivo físico (Odrizola, 2012). Así, como Lozano Sánchez (2012) propone y ha sido mencionado anteriormente, el uso excesivo de las redes sociales en la población adolescente y joven se relaciona de forma directa con una insatisfacción a nivel corporal.

Teniendo en cuenta toda la literatura hasta ahora consultada, se cree de vital importancia prestar atención a esta problemática, apelando, entre otras cuestiones, a los diversos estudios que demuestran que, niños cada vez más pequeños, experimentan una insatisfacción corporal y síntomas compatibles con Trastornos de la Conducta Alimentaria (Vander Wal & Thelen, 2000). Así, se ha de hacer hincapié en la necesidad de llevar a cabo un plan de prevención o, en su defecto, un plan de intervención que resulte efectivo (Vaquero-Cristóbal et al., 2013), considerando la función que tiene la comparación social en las redes sociales, que puede desembocar en una imagen corporal negativa de uno mismo o, aún peor, en algún trastorno alimenticio.

Atendiendo, entonces, al creciente uso de las redes sociales en la actualidad a nivel mundial y, más concretamente, en adolescentes y jóvenes; la cada vez más común insatisfacción corporal que “gobierna” la vida de muchas personas, caracterizada por el deseo de obtener un cuerpo físico que cumpla con los rígidos estándares impuestos por la sociedad y por un desgaste extremadamente alto -tanto a nivel físico como mental-, consecuencia de dicha rigidez; y la delicada etapa que constituye la adolescencia, en la que la persona se encuentra en pleno desarrollo de su identidad, acompañada especialmente por los pares, quienes cobran mucha importancia en este momento vital; se pretende en el presente estudio realizar una revisión sistemática, que “de luz” a la influencia que pueda tener el uso de las redes sociales en la satisfacción-insatisfacción corporal de los adolescentes y los jóvenes.

El objetivo que se quiere alcanzar con este estudio está relacionado con la posibilidad de aportar cada vez más información sobre una cuestión que puede considerarse actual y, por tanto, no tan estudiada como otras que cuentan con una trayectoria más larga; y que está presente en nuestra sociedad y en la vida de los más jóvenes, pudiendo llegar a afectar negativamente a su desarrollo y a su salud mental, entre otros aspectos. De esta manera, se contribuirá a un mayor conocimiento de dicha problemática por parte de los profesionales; y la capacidad de detección, intervención y prevención será cada vez más rica y ajustada a la realidad. El fin último radica en otorgar, a las personas, la posibilidad de alcanzar un bienestar que les permita desarrollarse y “moverse” por el mundo de una manera lo más sana y adaptativa posible.

Para responder a dicho objetivo, se ha optado por basarse en estudios de tipo cualitativo, que permiten comprender el funcionamiento de un fenómeno en un contexto particular, capturar y contener la complejidad de la experiencia vivida, explorar una gran variedad de dimensiones del mundo social, y buscar sentido y significado a la acción y la experiencia humanas, entre

otros. Es un tipo de investigación que permite abordar temas humanos que nos importan, de maneras que nos importan.

Se plantean las siguientes hipótesis:

- Se espera que exista una relación entre el uso de redes sociales y la imagen que las personas tienen de su cuerpo.
- Se espera que el uso de redes sociales constituya un factor de riesgo para el desarrollo de una insatisfacción corporal en población adolescente y joven (entre los 10 y los 25 años aproximadamente), atendiendo a la vulnerabilidad que caracteriza a estas etapas.
- Se espera una correlación positiva entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal, con una alta probabilidad asociada de desencadenar un TCA.
- Se espera que el uso de redes sociales influya en la imagen corporal de distinta manera en función del sexo, siendo mayor la insatisfacción en mujeres (sin descartar que esta la sufran también los hombres).
- Se espera que haya una mayor correlación entre una imagen corporal negativa y la red social *Instagram*, por el tipo de red social que constituye, más focalizada en imágenes y vídeos.

Método

Estrategia de búsqueda

Para la realización de este estudio, se ha llevado a cabo una revisión sistemática que abarca la literatura científica publicada hasta el momento sobre el tema en cuestión. Las búsquedas realizadas, centradas en estudios de carácter cualitativo y con el fin de encontrar artículos elegibles, se han efectuado, a 3 de enero de 2022, consultando tres bases de datos: PsycINFO, PubMed y Psychology and Behavioral Sciences Collection (PBSC). Los términos clave escogidos para la elaboración de dicha revisión fueron: “Imagen Corporal”, “Redes Sociales” y “Estudios Cualitativos”. Cada uno de ellos ha sido adecuado al lenguaje documental y libre correspondiente a cada base de datos, obteniendo una ecuación de búsqueda válida para cada una de ellas:

- PsycINFO: (DE "Qualitative Methods" OR “qualitative”) AND (DE "Body Image" OR "Body Image" OR "Body Dissatisfaction") AND (DE "Social Media" OR “social media” OR "Instagram" OR "Facebook"). Se obtuvieron 26 resultados.
- PubMed: ("Qualitative Research"[Mesh] OR "qualitative") AND ("Body Dissatisfaction"[Mesh] OR "Body Dissatisfaction" OR "Body Image"[Mesh] OR "Body Image") AND ("Social Media"[Mesh] OR "Social Media" OR “Instagram” OR “Facebook”). Se obtuvieron 33 resultados.
- PBSC: (DE "QUALITATIVE research" OR "QUALITATIVE research") AND (DE "BODY image" OR "BODY image" OR "Body Dissatisfaction" OR "Body Perception") AND (DE "SOCIAL networks" OR "SOCIAL networks" OR DE "ONLINE social networks" OR "ONLINE social networks" OR DE "SOCIAL media"

OR "SOCIAL media" OR "Social Networking" OR "Instagram" OR "Facebook"). Se obtuvieron 3 resultados.

Los criterios de elegibilidad, a partir de los que se han incluido y excluido los estudios encontrados en un primer momento son:

- Investigaciones de metodología cualitativa;
- Relacionadas con el objeto de estudio (imagen corporal y redes sociales);
- Centradas en la etapa de la adolescencia y la juventud;
- Con una muestra no clínica;
- Sin excluir por sexo, cultura, país del que procede la muestra del estudio, red social específica o fecha de publicación; y
- En inglés o en español.

Variables

Se cree conveniente hacer alusión a algunas variables de los estudios elegidos que resultan relevantes en la presente investigación, con el fin matizar los resultados y enriquecer la discusión.

Con respecto a las variables metodológicas de los artículos finales, se han tenido en cuenta (a) el método de recogida de información; (b) el rigor con el que la investigación y el análisis de datos obtenido se ha llevado a cabo y (c) el tamaño de la muestra.

Las variables de la muestra en las que se ha hecho mayor hincapié son (a) el sexo de la muestra y la proporción y distribución de este, por su posible relevancia en la imagen corporal; (b) la edad de los participantes -dentro de las etapas de la adolescencia y la juventud-, pues puede influir en el uso de redes sociales, en la percepción de la imagen corporal y en el nivel de desarrollo y conocimiento; (c) el nivel socioeconómico y (d) la cultura en la que los sujetos se

encuentran inmersos, si fuese necesario, por su capacidad de reducir la posibilidad de generalización de los resultados encontrados.

En referencia a las variables de resultados, se han analizado y agrupado las dimensiones a las que llega cada estudio, que se encuentran separadas por temáticas, con el fin de facilitar su síntesis y entendimiento. En términos generales, se han obtenido resultados que tienen que ver con (a) la experiencia de la imagen corporal; (b) los factores protectores y/o de riesgo para la imagen corporal en el uso de redes sociales; (c) la comparación de uno mismo con los otros y (d) la preocupación por la apariencia. Estas dimensiones se han concretado, con mayor profundidad, en el apartado de resultados, con la intención de poder matizar la información obtenida.

Análisis de datos

Teniendo en cuenta el objetivo de la presente revisión, que radica en la indagación de la relación que pueda existir entre el uso de las redes sociales y la imagen corporal, se ha llevado a cabo el análisis y la integración de la información obtenida en los siete estudios finales recuperados a texto completo. Dicho análisis e integración, que permite responder al objetivo en cuestión, se ha realizado a mano, con los artículos finales en papel y atendiendo, especialmente, a la metodología empleada y a los resultados obtenidos en cada uno de ellos. De esta manera, las variables correspondientes a la metodología y a la muestra se han expuesto en función de cada artículo seleccionado; y las variables de resultados se han presentado agrupadas en dimensiones. Considerando que, algunos de los estudios abarcan otros constructos, otras franjas de edad u otro tipo de investigación que no se engloba dentro del marco cualitativo, se cree pertinente recalcar que la información “rescatada” ha sido aquella que resulta de interés para la presente investigación, obviando la que no aporta datos de utilidad o abarca temáticas que no se ajustan a la pregunta de la presente investigación.

Resultados

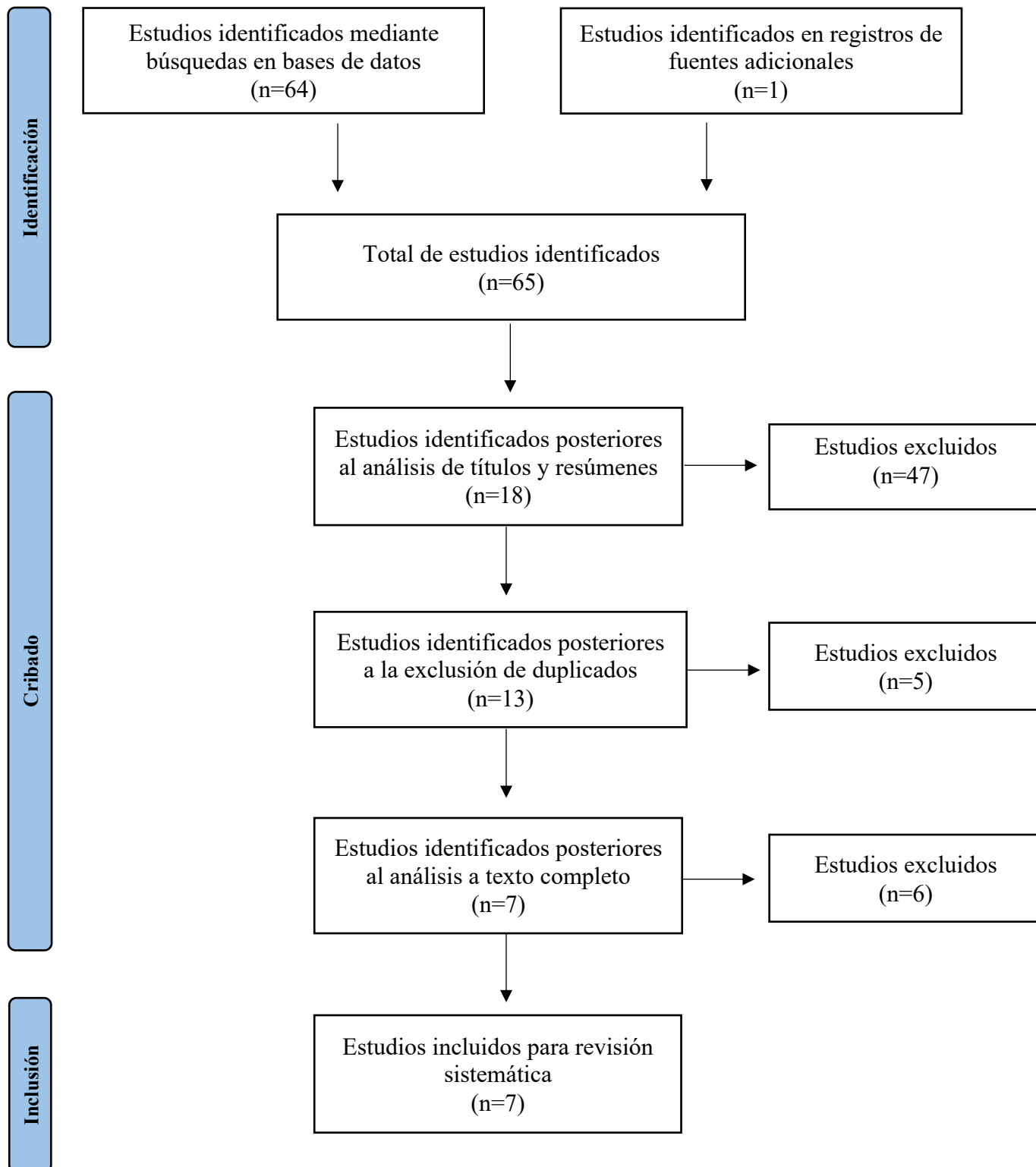
Resultados de búsqueda

Como se refleja en la Figura 1, se identificaron, a partir de indagación en las bases de datos anteriormente mencionadas, 64 estudios como resultados de búsqueda. De esos 64 estudios, se han eliminado 12 al filtrar en las bases de datos PsycINFO y PBSC por publicación académica, facilitando la aplicación de los criterios de elegibilidad y quedándose en 52 estudios.

Posteriormente, se ha cribado por título y resumen, teniendo en cuenta los criterios de elegibilidad escogidos, por lo que se han excluido un total de 35 estudios, quedándose con 17 artículos seleccionados como válidos. Sobre esos 17 estudios, se han eliminado los duplicados, excluyendo cinco y quedando, por ende, 12 artículos. Por último, se ha llevado a cabo la criba por texto completo, eliminando seis artículos y considerando los seis restantes como apropiados para su inclusión. Además, se ha estimado oportuno añadir un estudio proveniente de una fuente adicional (*Google Scholar*) que cumple con los criterios establecidos, por lo que, finalmente, se han tenido en cuenta siete artículos para llevar a cabo la revisión sistemática. Para la realización de la criba, se ha hecho uso del programa “Zotero”, que ha facilitado la obtención de los datos identificativos de cada estudio (título, autor/es, resumen, doi, etc.) y la eliminación por duplicados.

Figura 1

Diagrama de flujo PRISMA



Análisis de variables

Con respecto a las variables metodológicas y de la muestra, la mayoría de los estudios comprendidos en la presente investigación han utilizado, para la recogida de información, grupos focales. Algunos de ellos lo han complementado con entrevistas individuales y, sólo en un caso, se han utilizado, exclusivamente, entrevistas en profundidad. En todos los estudios se han puesto en marcha distintas estrategias que garantizan el rigor de la investigación, en su mayoría, en lo que a credibilidad, confiabilidad y auditabilidad se refiere. Las muestras han abarcado un tamaño de entre 5 y 49 sujetos, con edades comprendidas entre los 12 y los 25 años. Más de la mitad de los estudios han contado con una muestra exclusivamente femenina y, en aquellos en los que esta es mixta, el porcentaje de mujeres siempre es mayor. El nivel socioeconómico de la muestra, en términos generales, ha sido medio-alto; y la cultura diversa (tabla 1).

Tabla 1*Variables Metodológicas y de la Muestra*

Estudio	Método de recogida de información	Rigor de la investigación	Tamaño de la muestra	Sexo de la muestra	Edad de los participantes	Nivel socioeconómico de los participantes	Cultura de los participantes
Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. G. (2019).	6 grupos focales.	- Credibilidad. - Confiabilidad. - Auditabilidad. Discusión y acuerdo entre investigadores.	27.	Femenino.	18-22.	Clase media-alta.	Nueva Inglaterra.
Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017).	6 grupos focales (separados por curso).	- Formación de investigadores. - Credibilidad. - Confiabilidad. - Auditabilidad. Discusión y acuerdo entre investigadores.	38.	Femenino.	12-14.	Clase media-alta.	Virginia.
Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., Díaz-Castrillón, F., Behar, R. & Arancibia, M. (2016).	Entrevistas en profundidad (individuales).	- Credibilidad. - Confiabilidad. “Bola de nieve” y triangulación.	5.	Femenino.	16-18.	Clase media-alta.	Santiago de Chile.

Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., & Dennison, L. (2018).	- 4 grupos focales. - 6 entrevistas individuales (para los que no pudieron participar en los grupos focales).	- Experiencia previa de investigadores. - Saturación de la información. - Credibilidad. - Auditabilidad.	20.	- 14 mujeres. - 6 hombres.	18-25.		
Kanako, A., Giorgianni, F. E., Danthinne, E. S., & Rodgers, R. F. (2021).	- Grupos focales. - 1 entrevista individual.	- Experiencia previa y formación de investigadores. - Credibilidad. - Confiabilidad. - Auditabilidad. Discusión y acuerdo entre investigadores.	29.	Femenino.	18-25.		Japón.
Lambert, M., Chivers, P., & Farrington, F. (2018).	8 grupos focales (separados por sexo).	- Experiencia previa del investigador. - Saturación de la información. - Credibilidad. - Confiabilidad. Discusión y acuerdo entre investigadores.	49.	- 31 mujeres. - 18 hombres.	18-25.		Australia.
Mahon, C., & Hevey, D. (2021).	4 grupos focales (separados por sexo).	- Credibilidad. - Confiabilidad. Evaluador externo y discusión y acuerdo entre investigadores.	29.	- 23 chicas. - 6 chicos.	15-16.		Irlanda.

Asimismo, se han integrado y sintetizado las variables de resultado de los siete estudios incluidos, formando dimensiones que facilitan su entendimiento. Estas dimensiones son: la experiencia de la imagen corporal en redes sociales, los factores protectores y/o de riesgo para la imagen corporal, la comparación de uno mismo con los otros y la preocupación por la apariencia.

La experiencia de la imagen corporal en redes sociales

Esencialmente, se describe una insatisfacción de los jóvenes con su cuerpo en el contexto de las redes sociales. En las chicas, parece darse con más fuerza, quienes reconocen de manera explícita que las redes sociales influyen de manera negativa en su imagen corporal (Burnette et al., 2017; Cortez et al., 2016; Mahon, 2021). Estas manifiestan experimentar más presión, insatisfacción y autocrítica en relación con su cuerpo que los chicos (Mahon et al., 2021). Las emociones negativas surgen a partir de valorar en exceso la apariencia física, mencionando las partes de su cuerpo que, idílicamente, cambiarían y atribuyendo especial importancia al juicio desfavorable del otro sobre su imagen corporal (Cortez et al., 2016). *Instagram* es una de las redes sociales que más desencadena estos sentimientos negativos con respecto a la apariencia. Los “me gusta” tienen un papel fundamental en las emociones de aquellas jóvenes que la utilizan. Cuando la cantidad que reciben es valorada como suficiente, refieren sentirse bien, confiadas y satisfechas con su cuerpo. Por el contrario, cuando esta cantidad se considera insuficiente, surgen emociones negativas que se basan en la creencia de “ser feas” (Baker et al., 2019). El movimiento *Fitspiration*, que se comparte a través de las redes sociales, es calificado como “poco realista”, lo que genera frustración, decepción y presión en las personas que lo siguen, por la fijación de objetivos inalcanzables. Además, surge culpa cuando el estilo de vida propio difiere del propuesto en redes sociales. De hecho, varios participantes refieren verse más afectados por el contenido de *Fitspiration* cuando se encuentran en una etapa vital de mucha

angustia (Easton et al., 2018). Lambert et al. (2018) ponen de manifiesto la insatisfacción corporal en hombres y mujeres en relación con el contenido nutricional que se expone en redes sociales. Concretamente, las imágenes que se publican de mujeres delgadas y hombres con músculos, acompañadas de mensajes que defienden un estilo de vida saludable y feliz, provocan envidia y el deseo de alcanzar un cuerpo parecido, aun admitiendo que dicho contenido parece poco realista. En este sentido, esencialmente las mujeres, expresan el anhelo de una difusión de imágenes en redes sociales que refleje una visión realista del cuerpo, haciendo hincapié en la diversidad corporal. En el estudio de Kanako et al. (2021), en el que la muestra son chicas jóvenes de Japón, la insatisfacción corporal surge por no sentirse libres para expresarse de la manera en la que les gustaría, debido a la falta de promoción en la cultura japonesa de la diversidad corporal. El peso está castigado. Sin embargo, varios participantes admitieron un avance en la sociedad en la aceptación de diversos cuerpos. En las redes sociales, la moda, los mensajes positivos sobre el cuerpo y la aceptación de la diversidad corporal, en cuanto a tamaño y etnia, se asocian con una mayor confianza y libertad de expresión; lo que permitiría tener una experiencia más positiva con respecto a la imagen corporal.

Factores protectores y/o de riesgo para la imagen corporal

Dos factores protectores para la imagen corporal que tienen que ver con la educación son el la escuela y la familia. Un ámbito escolar en el que se promueve la conciencia y la aceptación de uno mismo contribuye al desarrollo de una forma más saludable de actuar en las redes sociales. Los padres, por su parte, son una importante fuente de modelado para sus hijos. Si los primeros no hacen uso de redes sociales o lo llevan a cabo de manera cautelosa, es probable que los segundos se comporten de forma parecida. Las restricciones de algunos padres con respecto al uso de las redes sociales de sus hijos median en el comportamiento de estos en las propias redes

(Burnette et al., 2017). Además, el hecho de que estos jóvenes vivan con sus padres influye en la concienciación de un estilo de vida basado en la salud, que promueve una alimentación equilibrada, el deporte o un peso apropiado (Cortez et al., 2016). Aun así, la familia puede constituir una fuente de presión para alcanzar una imagen corporal determinada (Kanako et al., 2021). Sin embargo, son los pares quienes tienen especial relevancia en la percepción que las chicas adolescentes guardan sobre sus cuerpos, contribuyendo a confirmarla o a cambiarla (Cortez et al., 2016; Kanako et al., 2021). Asimismo, un factor de riesgo para la imagen corporal es ser mujer. Parece que, aunque el afán por verse bien está presente en la mayoría de los jóvenes, sin hacer distinción por sexo, las chicas manifiestan una gran tendencia a controlar el peso, con el fin de lucir un cuerpo delgado, presentado en sociedad como el ideal (Lambert et al., 2018). De hecho, se hace hincapié en la consecución de un “cuerpo ideal” con el fin de resultar atractiva para los hombres (Kanako et al., 2021). El movimiento *Fitspiration*, por su parte, parece crear contenido que afecta negativamente a la imagen corporal. Las chicas manifiestan sentirse más vulnerables a este tipo de contenido, aunque se contempla la posibilidad de que los chicos no se sintiesen cómodos expresando este tipo de emociones dentro de los grupos y, por ende, no quedase registrado cómo les afecta. Sin embargo, algunos jóvenes rescatan la motivación que les surge para llevar una alimentación saludable y hacer ejercicio a partir de este tipo de contenido. La edad es otro factor influyente en la imagen corporal, siendo la madurez un elemento protector para esta (Easton et al., 2018). Además, parece que la etapa de la pubertad favorece la incomodidad de la persona con su cuerpo, generalmente en chicas (Burnette et al., 2017). El estado de ánimo media en la relación que los jóvenes mantienen con el contenido *Fitspiration*. Si se encuentran “de buen humor”, dicho contenido parece favorecer la motivación hacia comportamientos saludables. Por el contrario, si se encuentran “de mal humor”, ver

contenido de este tipo suele intensificar su malestar (Easton et al., 2018). La cultura japonesa parece constituir un factor de riesgo, en comparación con la cultura occidental, para desarrollar una imagen corporal negativa. Las jóvenes la describen como una cultura rígida que atenta contra su libertad (por ejemplo, con la prohibición del maquillaje). En este sentido, contemplan las redes sociales como un medio que les permite expresarse libremente y conocer la diversidad que existe en el mundo, sobre todo en relación al cuerpo. La alfabetización mediática constituye uno de los factores protectores más importantes para la imagen corporal (Kanakano et al., 2021). De esta manera, los jóvenes tienen la posibilidad de poner en marcha distintas estrategias que les permiten protegerse de los efectos negativos de las redes sociales, aunque manifiestan seguir siendo afectados por estos, por la dificultad que existe para distanciarse (Burnette et al., 2017; Easton et al., 2018). En este sentido, el factor adictivo juega un papel importante. Pese a conocer los efectos negativos que las redes sociales tienen, los jóvenes expresan su dificultad para dejar de utilizarlas de forma regular (Easton et al., 2018). De hecho, los chicos parecen tener mayor facilidad para llevarlas a cabo que las chicas (Mahon & Hevey, 2021). Entre estas estrategias, se encuentra la evaluación crítica del contenido que ven, la consciencia de la manipulación y de la falta de realismo en las imágenes y vídeos, y la posibilidad de elegir el contenido que quieren ver y el que no (Easton et al., 2018). Otras maniobras utilizadas para protegerse tienen que ver con estrategias de evitación puestas en marcha a la hora de comparar la propia apariencia con la de otros; con la selección de contenido positivo o de aplicaciones alternativas a *Instagram*, consideradas como menos dañinas (por ejemplo, *VSCO*); con esfuerzos por destacar lo bueno de la propia apariencia en vez de lo malo, relacionado con la autocompasión; y con intentos por entender las diferencias percibidas de uno mismo con los otros como aspectos positivos del sí mismo (Mahon & Hevey, 2021).

Comparación de uno mismo con los otros

Entre los jóvenes, es frecuente la comparación social, pese a conocer las consecuencias que tiene (entre las que se encuentran los sentimientos negativos con respecto al propio cuerpo, que desencadenan en una insatisfacción corporal) (Burnette et al., 2017; Easton et al., 2018; Mahon et al., 2021). Los jóvenes utilizan la comparación de sus propias fotos con las de otros, con el fin de seleccionar la mejor foto de uno mismo, en términos de semejanza al ideal establecido socialmente. Estas comparaciones se suelen hacer con personas que tienen una gran cantidad de “me gusta” y comentarios en sus publicaciones de *Instagram*, además de seguidores (Baker et al., 2019). Parece que las redes sociales resultan más dañinas en esta tendencia a compararse, pues no sólo las frecuentan las celebridades, sino también la “gente común”, por lo que la comparación se vive como más realista y coherente (Baker et al., 2019; Burnette et al., 2017). De hecho, parece bastante habitual la comparación de uno mismo con sus iguales. Las chicas hablan de un cuerpo femenino sobreestimado socialmente que, aunque resulta poco realista, es dañino. Además, las jóvenes manifiestan ser conscientes del daño que causan las publicaciones de modelos muy delgadas y *fitness* en marcas de ropa, transmitiendo el mensaje implícito de que, sólo si eres delgada, puedes llevar esa ropa (Cortez et al., 2016). Aquellos jóvenes seguidores del contenido *Fitspiration* admiten compararse con los demás y sentirse culpables cuando sus hábitos no coinciden con los publicados en redes sociales, lo que les incita a estar más enfocados en su apariencia y la aprobación de otros que en su salud (Easton et al., 2018). Pese a que la mayoría de los jóvenes explicita esta tendencia a compararse, cabe destacar la existencia de una minoría que niega el interés por la opinión ajena en virtud de la propia, guiada por sus deseos e intereses individuales (Kanakano et al., 2021).

Preocupación por la apariencia

La preocupación por la propia apariencia se refleja, sobretodo, en redes sociales (Baker et al., 2019; Burnette et al., 2017). Esta se pone manifiesto a través de la búsqueda de opinión y de la edición estética de las imágenes publicadas en *Instagram*, cuyo trasfondo está relacionado con asemejarse a los ideales de belleza que se presentan en las redes sociales (tener un cuerpo delgado, un buen estado físico y, en el caso de las chicas, los ojos claros, el cabello rubio), buscando la aprobación del resto. La opinión de los demás cobra especial relevancia cuando las imágenes que se publican son, esencialmente, del propio cuerpo. De hecho, algunos jóvenes atribuyen una importancia mayor a su apariencia en *Instagram* que en la vida real (Baker et al., 2019; Cortez et al., 2016). Además, estos ideales llevan a los jóvenes a poner especial atención en los alimentos que ingieren; con el fin de ganar músculo, en el caso de los chicos, y de perder peso, en el caso de las chicas (Lambert et al., 2018). Estas últimas, concretamente, intentan asemejar su apariencia a aquella que resulta atractiva para los hombres (Cortez et al., 2016). El alcance de estos ideales se asocia, normalmente, con salud (Lambert et al., 2018). Sin embargo, algunos jóvenes reconocen que el contenido que se publica en redes sociales tiene efectos negativos, como un comportamiento obsesivo sobre la ingesta de calorías o el desarrollo de un TCA, resultado de la fijación de objetivos poco realistas (Easton et al., 2018). En la cultura japonesa, destacan iniciativas estéticas que buscan acercar la propia imagen a la ideal, en este caso la occidental -vista sobretodo en redes sociales-, como blanquearse la piel o someterse a una cirugía plástica. Las jóvenes destacan los efectos positivos que tienen las publicaciones en redes sociales sobre la salud, acerca de la dieta o el ejercicio físico, cuyo trasfondo es promover la confianza en uno mismo. Sólo lo consideran como negativo si se lleva a cabo de forma extrema o poco realista (Kanako et al., 2021).

Discusión

A la luz de los resultados obtenidos y en concordancia con la literatura revisada, se puede afirmar la existencia de una relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de los adolescentes y los jóvenes con su cuerpo. En su gran mayoría, esta relación se materializa a través de una influencia negativa de las redes sociales en la imagen corporal (Burnette et al., 2017; Cortez et al, 2016; Mahon, 2021). El ideal social que existe sobre el cuerpo de la mujer, que tiene que ser excesivamente delgado; y sobre el cuerpo del hombre, que tiene que ser delgado y estar musculado, parece ser la base de esta insatisfacción corporal (Grogan, 2017; Lambert et al., 2018).

De acuerdo con la *teoría de la norma sociocultural*, propuesta por Thompson, que expone la influencia del medio social y cultural en las actitudes de las personas hacia su cuerpo y destaca, concretamente, la insatisfacción corporal que surge por la persecución de un ideal que resulta inaccesible (Thompson et al., 1999); es esperable que el uso de redes sociales genere emociones y sentimientos negativos. Así, el movimiento *Fitspiration*, que se considera poco realista -y por lo tanto, inaccesible- causa sentimientos de frustración, culpa, decepción y presión en las personas que lo siguen (Easton et al., 2018). Las imágenes que contienen el cuerpo de la mujer o del hombre ideal, y que van acompañadas de mensajes positivos relacionados con la felicidad, suscitan envidia en los jóvenes que las ven. Por su parte, *Instagram*, que constituye una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial (Ditrendia, 2021) y cuyo funcionamiento está basado en compartir contenido visual y reaccionar ante él, tiene la capacidad de generar emociones agradables o desagradables en función de la cantidad de “me gusta” que se obtengan en una publicación (Baker et al., 2019). Es decir, tiene el suficiente poder como para influir, e incluso cambiar, el estado de ánimo de las personas que lo utilizan.

Aunque la insatisfacción con el propio cuerpo se evidencia en ambos sexos, parece que son las mujeres las que más la sufren (Acosta García y Gómez Peresmitré, 2003; Feingold & Mazzella, 1998; Fredrickson & Roberts, 1997). Los resultados que se obtienen en la presente investigación confirman esta distinción, en los que las chicas adolescentes y jóvenes son las que, en su gran mayoría, experimentan emociones desagradables con respecto a su cuerpo (en términos de insatisfacción y autocrítica), suscitadas frecuentemente a través del uso de redes sociales (Burnette et al., 2017; Cortez et al., 2016; Mahon et al., 2021). Odriozola (2012) presenta la percepción del atractivo físico como un factor protector. Ciertamente, los resultados arrojan información sobre el intento de las chicas jóvenes por resultar atractivas para los hombres, basándose en su apariencia (Cortez et al., 2016). Esto puede explicarse por lo que Dittmar et al. (2000) plantean sobre el cuerpo de la mujer en sociedad, que se encuentra más establecido en términos ideales. Arruabarrena (2009) saca a la luz los mensajes sociales que bombardean continuamente a la figura de la mujer, a través de medios como revistas o películas, y que hacen hincapié, fundamentalmente, en la belleza como puerta de acceso a la vida. Estos mensajes, por un lado, condicionan la percepción que estas tienen en relación a *cómo ser* en la mayoría de los ámbitos (personal, familiar, social y laboral); y por otro, configuran lo que el resto, como sociedad, cabe esperar. Este hecho demuestra su alta influencia y predice la repercusión negativa en su autoestima.

Sin embargo, es pertinente mencionar que, de los siete estudios revisados en la presente investigación, sólo tres cuentan con una muestra mixta (en la que, aun así, el porcentaje de mujeres es mayor), en el resto de ellos es exclusivamente femenina. Por lo tanto, los resultados pueden contar con cierto sesgo a raíz de ser una muestra poco equitativa. Ahora bien, el hecho de

que exista un mayor número de estudios en esta dirección puede estar relacionado con la existencia de una insatisfacción corporal notablemente superior en mujeres.

La literatura existente revela una serie de estrategias que las personas ponen en marcha con el fin de mitigar la insatisfacción con el propio cuerpo, como son la dieta; el ejercicio físico; las operaciones estéticas; el culturismo y la ingesta de pastillas o de esteroides anabólicos (Grogan, 2017). En los resultados de la presente investigación, la dieta, en muchas ocasiones, consiste en la restricción de la ingesta de alimentos (Lambert et al., 2018; Lozano Sánchez, 2012), que tiene el riesgo de desembocar en el desarrollo de un TCA (Rysst, 2010). Estas estrategias tienen que ver, también, con la manipulación estética de las fotos que se comparten en redes sociales (McLean et al., 2015). De hecho, parece que, para los jóvenes, es más importante que su apariencia se asemeje a la ideal en las redes sociales -*Instagram* concretamente- que en la vida real (Baker et al., 2019; Cortez et al., 2016).

En este sentido, parece que las emociones que se relacionan con la insatisfacción corporal son tan intensas y resultan tan dañinas para las personas que las sufren, que surge en ellas la necesidad de recurrir al engaño o a acciones que deterioran su salud, con el fin de mitigar dichas emociones. Un claro ejemplo de que existe consciencia social sobre el daño que causan las redes sociales es la continua petición de los jóvenes de crear contenido más realista en relación con el cuerpo humano (Easton et al., 2018; Lambert et al., 2018), lo que constituye una petición de ayuda frente a una situación que causa dolor.

En contraste con lo mencionado hasta ahora, uno de los estudios revisados en la presente investigación, en el que la muestra está constituida por chicas jóvenes de Japón, pone de manifiesto que la información que se comparte en las redes sociales relacionada con mensajes positivos sobre el cuerpo y su diversidad, con la moda y con la promoción de la salud a través de

la dieta y el ejercicio físico permiten que las personas se sientan más confiadas y libres para expresarse y que desarrollen una imagen corporal positiva (Kanako et al., 2021). Estos resultados pueden relacionarse con lo que Rysst (2010) propone sobre el peligro de hacer hincapié en el aspecto físico sobre la salud, llegando incluso a confundir ambos conceptos. Así, la cultura se posiciona como un posible factor clave en la imagen corporal. De hecho, en el estudio de Kanako et al. (2021), la muestra de adolescentes japonesas sitúa la cultura japonesa como un factor de riesgo para el desarrollo de una insatisfacción corporal, por una excesiva rigidez que coarta su libertad. Así, la ubica como dañina y anhela el contacto con una cultura más occidental, identificada como menos rígida. Brokhoff et al. (2012) llevan a cabo un estudio en el que pretenden dar luz a la posible influencia de los valores culturales en la insatisfacción corporal de población adolescente procedente de Japón. Por un lado, las chicas inmersas en una cultura japonesa tradicional revelan una insatisfacción corporal menor que aquellas que lo están en una cultura más moderna o pro-occidental. Por otro lado, tanto las chicas como los chicos sumergidos en una cultura moderna y occidental, revelan una mayor insatisfacción corporal. Los resultados encontrados en dicho estudio resultan relativamente contradictorios con los que se ponen de manifiesto en la presente investigación, ya que identifican los ideales occidentales como posibles generadores de una imagen corporal negativa.

Continuando con aquellos factores protectores o de riesgo que pueden influir en la imagen corporal de los jóvenes, además de la cultura y el sexo anteriormente mencionados, los resultados revelan como especialmente importantes: los padres (Burnette et al., 2017); los pares (Cortez et al., 2016; Kanako et al., 2021); el ámbito escolar (Burnette et al., 2017); la edad (Easton et al., 2018); la alfabetización mediática (Kanako et al., 2021); y el estado de ánimo (Easton et al., 2018). El *modelo de influencia tripartita* que plantean Thompson et al. (1999),

quienes mencionan, entre otros factores, a la familia y a los pares, respalda parte de los resultados obtenidos. Rodríguez Sacristán (1995), por su parte, achaca la necesidad que tienen los adolescentes y los jóvenes de recurrir a los medios y a sus pares -planteando ambas opciones como nocivas- a la falta de orientación por parte de sus padres. Sin embargo, Arab y Díaz (2015) defienden la idea de que los pares constituyen un pilar indispensable en la etapa de la adolescencia, por lo que se prevé que influyan, el margen de la familia, en la propia imagen corporal.

Con respecto a la edad, en el estudio de Easton et al. (2018) se destaca la madurez como factor protector para la imagen corporal. Tres de los siete estudios seleccionados en la presente investigación, que tienen la muestra con mayor edad (entre 18 y 25), son aquellos cuyos participantes -aunque constituyen una minoría-, manifiestan señales de una imagen corporal positiva, como la evaluación crítica del contenido que ven, basada en el realismo (Easton et al., 2018); el poco interés por la opinión de los otros a favor de la propia (Kanao et al., 2021); o el hincapié en la diversidad corporal (Lambert et al., 2018).

Aunque algunos de los factores presentados median en la imagen que los adolescentes elaboran sobre su cuerpo, protegiéndoles en el desarrollo de una insatisfacción corporal -como la alfabetización mediática o la madurez-; parece que, en numerosas ocasiones, no son suficiente para impedirlo, en el mejor de los casos consiguen minimizar el impacto (Easton et al., 2018). Este hecho puede explicarse a través de la *teoría de la comparación social* de Festinger (1954), que afirma la existencia de una tendencia innata en el ser humano a la evaluación del sí mismo, a través de la comparación con un otro considerado como semejante, con el fin de recibir información que le permita definirse. Para ello, este autor propone dos tipos de comparación: ascendente y descendente. La primera de ellas radica en comparar al sí mismo con un otro al que

se concibe como superior, cuyo fin es alcanzar una mejora. La segunda de ellas consiste en comparar al sí mismo con un otro percibido como inferior, con el propósito de aumentar la valoración positiva de uno mismo. En base a esta teoría, es esperable que los adolescentes, que además se encuentran en una etapa de desarrollo de la identidad, se comparen con otros (Arab y Díaz, 2015; Smolak & Levine, 1996). Dado que la gran mayoría de ellos utiliza redes sociales (Ditrendia, 2021), en las que abundan fotos y vídeos que buscan y enseñan el ideal corporal estético, es probable que esta comparación termine siendo ascendente, lo que pone en peligro la imagen que los adolescentes tienen de su cuerpo y les predispone a alcanzar dicho ideal, donde el intento radica en lograr una mejora de sí mismos.

De hecho, los resultados muestran una tendencia, por parte de los adolescentes y jóvenes, a compararse en redes sociales con los otros. Esta comparación, aunque es admitida como dañina, suele hacerse en términos ascendentes -siguiendo lo propuesto por la *teoría de la comparación social* de Festinger (1954)-, tanto con celebridades como con sus iguales (Baker et al., 2019; Burnette et al., 2017; Cortez et al., 2016). En esta línea de la comparación social, y partiendo de la idea que Manago et al. (2008) proponen, en la que esta comparación inevitable que busca la consolidación de la personalidad es uno de los factores que contribuyen al uso de redes sociales, existe la posibilidad de que el conflicto real venga más del ideal corporal que existe en la sociedad, que resulta poco realista y representativo. Las redes sociales, por ende, constituirían el altavoz que se encarga de difundirlo con mucha fuerza. Como Valkenburg y Peter (2011) mencionan, las redes sociales constituyen “un mundo” que permite descubrir y desvelar la identidad de uno mismo. Si este mundo ensalza el aspecto físico como una característica del ser humano ligada al éxito, es esperable que haya elementos en la identidad de uno mismo que se configuren en términos de insatisfacción corporal (Lozano Sánchez, 2012). Como propone Rodin

(1993), la existencia de un ideal corporal ha acompañado al ser humano durante toda su historia, variando a lo largo del tiempo y en función de la cultura. Así, la propia existencia de un ideal es motivo suficiente para constituir una fuente de información con la que las personas puedan compararse y, por ende, definirse. En la actualidad, este ideal se focaliza en la delgadez que, muchas veces, resulta extrema. En definitiva, parece que, esta insatisfacción corporal es cada vez más problemática por el ideal que hay detrás y por la rápida expansión de este, a manos de la tecnología y, en concreto, de las redes sociales. En el estudio de Tiggeman y Slater (2013) se pone en juego el papel de las redes sociales, al evidenciar una diferencia significativa entre aquellas chicas que usaban redes sociales y aquellas que no en lo que a insatisfacción corporal se refiere.

Aplicabilidad y relevancia de las conclusiones para la práctica de la psicología clínica

Se cree conveniente poner de relieve las consecuencias prácticas, en el contexto clínico, que se derivan de los resultados obtenidos y la literatura existente hasta ahora. Atendiendo a la etapa de especial vulnerabilidad que constituye la adolescencia -y, cada vez más, la juventud-; el creciente uso de las redes sociales, concretamente en esta población; y el ideal corporal que gobierna actualmente en la sociedad; resulta urgente prestar atención a la insatisfacción corporal que surge, en parte, derivada de estos aspectos. Las emociones que acompañan a una imagen corporal negativa son potencialmente dañinas y aumentan el riesgo de desarrollar un TCA. Por ello, es de vital importancia atender a las señales que puedan surgir de dicha insatisfacción y abordarlas con la mayor premura posible, con el propósito de evitar una evolución negativa que dañe la salud de las personas que lo sufren. Además, con motivo de la tendencia que tiene el ser humano a la comparación social y de los factores protectores y de riesgo mencionados a lo largo de la investigación; es fundamental poner énfasis en la prevención de la insatisfacción corporal y

sus posibles consecuencias. Así, una psicoeducación basada en las emociones y en el funcionamiento de las redes sociales, acompañada de una promoción de los factores protectores, como lo es la educación proveniente de la familia o la escuela; pueden disminuir el malestar asociado a una imagen corporal negativa.

Limitaciones de la propia investigación y sugerencias para futuras investigaciones

Como limitaciones de la investigación, que pueden ser de utilidad para futuras, cabe destacar la muestra de los estudios incluidos, cuyo tamaño es más bien pequeño y la proporción en cuanto al sexo es mayoritariamente femenina. Así, los resultados obtenidos pueden estar ciertamente condicionados por ambos aspectos. Asimismo, se ha de tener en cuenta el posible sesgo por parte de los investigadores que, pese a las estrategias que se han llevado a cabo para garantizar el rigor científico, pueden haber influido de una manera más indirecta (por ejemplo, por la propia cultura o valores). Por último, existe la posibilidad de que el testimonio de los participantes no refleje la verdad absoluta acerca de cómo viven la experiencia y cómo se sienten, ya que los grupos focales (utilizados en la mayoría de los estudios) están compuestos por varios miembros y puede existir cierto reparo a la hora de compartir algunas vivencias. En aquellos estudios en los que los grupos focales se conformaron en función del sexo o del nivel de desarrollo de los adolescentes, es probable que el reparo a compartir experiencias consideradas como íntimas fuese menor y, por lo tanto, el sesgo producido también lo sea.

Dada la escasa literatura existente sobre los efectos que tienen las redes sociales en las personas que hacen uso de ellas, concretamente en lo que a imagen corporal se refiere, se considera de gran utilidad la investigación en este campo. Para futuras investigaciones, el estudio sobre los factores clave en el desarrollo de una imagen corporal negativa es de suma importancia para prevenir o revertir la insatisfacción corporal. A priori, puede ser útil arrojar información

sobre la influencia del ideal corporal que existe a nivel social, el papel que ocupa la educación que reciben los niños desde pequeños a través de la familia y el ámbito escolar y el que desempeñan las redes sociales en la insatisfacción de las personas con su cuerpo. Conocer más acerca de la manera en la que la cultura influye en el desarrollo de la imagen corporal de las personas sería interesante. De esta manera, podrá abarcarse la complejidad de la experiencia y comprender, entonces, cómo se desarrolla más concretamente dicha insatisfacción y cuál es el o los elementos clave sobre los que actuar en virtud de un cambio.

Conclusiones

- Resulta evidente la existencia de una relación entre el uso de redes sociales y la imagen corporal, que se materializa en una insatisfacción de las personas con su cuerpo. De esta manera, una gran parte de aquellos que utilizan redes sociales, informan de una imagen corporal negativa. Sin embargo, existe cierta consciencia sobre el daño que estas provocan -ligado a emociones desagradables y conductas como la restricción extrema de los alimentos que ingieren, que frecuentemente desencadena un TCA-, lo que impulsa a poner en marcha distintas estrategias con el fin de reducir el malestar provocado.
- La población adolescente y joven, cuya etapa se caracteriza por una especial vulnerabilidad (en relación a la formación de la identidad), es aquella que hace un mayor uso de las redes sociales; por lo que, el riesgo de desarrollar una imagen corporal negativa es mayor.
- La red social que más se utiliza en esta etapa es *Instagram*, centrada en compartir imágenes y vídeos que, mayoritariamente, son de uno mismo. Así, constituye una de las redes sociales que más influyen negativamente en la insatisfacción corporal.

- El sexo parece ser un factor clave en el desarrollo de la imagen corporal. Aunque la insatisfacción corporal, en relación con las redes sociales, surge tanto en hombres como en mujeres; son estas últimas las que manifiestan, especialmente, una imagen corporal negativa. El ideal social que existe en torno al cuerpo de la mujer parece ser de especial importancia en esta insatisfacción.

Referencias

- Acosta García, M. V., y Gómez Peresmitré, G. (2003). Insatisfacción corporal y seguimiento de dieta. Una comparación transcultural entre adolescentes de España y México. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*, 3(1), 9-21.
- Arab, E., y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Arruabarrena, A. (2009). *Re/construyendo a la nueva mujer presión estética sobre el cuerpo femenino en la actualidad. Un análisis filmico* (pp. 45-68). Universidad de Sevilla.
- Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. G. (2019). A qualitative study exploring female college students' instagram use and body image. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 22(4), 277-282. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0420>
- Bergeron, D., & Tylka, T. L. (2007). Support for the uniqueness of body dissatisfaction from drive for muscularity among men. *Body Image*, 4(3), 288–295.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.05.002>
- Brokhoff, M., Mussap, A. J., Mellor, D., Skouteris, H., Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P. y Fuller-Tyszkiewicz, M. (2012). Cultural influences on body dissatisfaction, body change behaviours, and disordered eating of Japanese adolescents. *Asian Journal of Social Psychology*, 15(4), 238-248.
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23, 114-125. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>

Chou, H. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>

Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., Díaz-Castrillón, F., Behar, R. & Arancibia, M. (2016). Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7, 116-124. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmta.2016.05.001>

De la Sema, I. (2004). Introducción: alteraciones de la imagen corporal. *Monografías de Psiquiatría*, 16(2), 1-2.

Ditrendia (2021). Informe Ditrendia: Mobile en España y en el Mundo. Obtenido de ditrendia.es: <https://mktefa.ditrendia.es/informe-mobile-2021>

Dittmar, H., Lloyd, B., Dugan, S. Halliwell, E., Jacobs, N., & Cramer, H. (2000). The “body beautiful”: English adolescents’ images of ideal bodies. *Sex Roles*, 42(9-10), 887–915. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1007050517432>

Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., & Dennison, L. (2018). Young people's experiences of viewing the fitspiration social media trend: qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), 1-11. <https://doi.org/10.2196/jmir.9156>

Estévez, L., Bayón, C., De la Cruz, J., y Fernández-Liria, A. (2009). Uso y abuso de Internet en adolescentes. En E. Echeburúa, F. J. Labrador y E. Becoña (Eds.), *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes* (pp. 101-128). Pirámide.

Feingold, A., & Mazzella, R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9(3), 190–195. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00036>

- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140. <https://doi.org/10.1177%2F001872675400700202>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Giones-Valls, A., y Serrat-Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, (24), 1-15.
- Grogan, S. (2017). *Body Image. Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315681528>
- Guan, S. A., & Subrahmanyam, K. (2009). Youth Internet use: risks and opportunities. *Current Opinion in Psychiatry*, 22(4), 351–356. <https://doi.org/10.1097/ycp.0b013e32832bd7e0>
- Halliwel, E., & Harvey, M. (2006). Examination of a sociocultural model of disordered eating among male and female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 11(2), 235–248. <https://doi.org/10.1348/135910705x39214>
- Harman, J. P., Hansen, C. E., Cochran, M. E., & Lindsey, C. R. (2005). Liar, liar: Internet daking but not frequency of use affects social skills, self-esteem, social anxiety, and aggression. *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.1>
- Instituto Nacional de Estadística (2021). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares. *Notas de prensa*, 1-20.
- Kanako, A., Giorgianni, F. E., Danthinne, E. S., & Rodgers, R. F. (2021). Beauty ideals, social media, and body positivity: A qualitative investigation of influences on body image among young women in Japan. *Body Image*, 38, 358-369. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.05.001>

Lambert, M., Chivers, P., & Farrington, F. (2018). In their own words: A qualitative study exploring influences on the food choices of university students. *Health Promotion Journal of Australia*, 30(1), 1-10. <https://doi.org/10.1002/hpja.180>

Lozano Sánchez, Z. B. (2012). La familia y las redes sociales en los trastornos alimenticios en adolescentes de la época contemporánea. *Revista Científica In Crescendo*, 3(2), 299-311. <https://doi.org/10.21895/incres.2012.v3n2.11>

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, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626763>

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salikman, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Development Psychology*, 29, 446-458. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>

Martinez-Gonzalez, M. A., Gual, P., Lahortiga, F., Alonso, Y., Irala-Estevez, J. y Cervera, S. (2003). Parental factors, mass media influences, and the onset of eating disorders in a prospective population-based cohort. *Pediatrics*, 111(2), 315–320. <https://doi.org/10.1542/peds.111.2.315>

Matook, S., Cummings, J., & Bala, H. (2015). Are you feeling lonely? The impact of relationship characteristics and online social network features on loneliness. *Journal of Management Information Systems*, 31(4), 278–310. <https://doi.org/10.1080/07421222.2014.1001282>

McKinley, N. M. (1998). Gender differences in undergraduates' body esteem: The mediating effect of objectified body consciousness and actual/ideal weight discrepancy. *Sex Roles: A Journal of Research*, 39(1-2), 113–123. <https://doi.org/10.1023/A:1018834001203>

McLean, S. S., Patxon, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 48*(8), 1132-1140.

<https://doi.org/10.1002/eat.22449>

Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17*(4), 199-206. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>

Méndez-Gago, S., y González-Robledo, L. (2018). Uso y abuso de las tecnologías de la información y la comunicación por adolescentes. *Universidad Camilo José Cela, Madrid Salud, 1*-69.

Montero, P., Morales, E. M., y Carbajal, A. (2004). Valoración de la percepción de la imagen corporal mediante modelos anatómicos. *Antropo, 8*, 107-116.

Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology, 118*(4), 683-698. <https://doi.org/10.1037/a0016763>

Odriozola, E. E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias, 37*(4), 435-447.

Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte, (119)*, 57-62.

Pedrero-Pérez, E. J., Ruiz-Sánchez de León, J. M., Rojo-Mota, G., Llanero-Luque, M., Pedrero-Aguilar, J., Morales-Alonso, S., y Puerta-García, C. (2018). Tecnologías de la información y la comunicación (TIC): uso problemático de Internet, videojuegos, teléfonos

móviles, mensajería instantánea y redes sociales mediante el MULTICAGE-TIC. *Adicciones*, 30(1), 19-32.

Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2001). Dietary restraint and negative affect as mediators of body dissatisfaction and bulimic behavior in adolescent girls and boys. *Behaviour Research and Therapy*, 39(11), 1317–1328. [https://doi.org/10.1016/s0005-7967\(00\)00097-8](https://doi.org/10.1016/s0005-7967(00)00097-8)

Rodin, J. (1993). Cultural and psychosocial determinants of weight concerns. *Annals of Internal Medicine*, 119(7), 643-645 https://doi.org/10.7326/0003-4819-119-7_part_2-199310011-00003

Rodríguez Sacristán, J. (1995). *Psicopatología del niño y del adolescente*. Universidad de Sevilla.

Ruiz-Corbella, M., & Juanas-Oliva, A. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre Educación*, 25, 95-113.

Rysst, M. (2010). “Healthism” and looking good: Body ideals and body practices in Norway. *Scandinavian Journal of Public Health*, 38(5), 71-80. <https://doi.org/10.1177/1403494810376561>

Saiphoo, A. N. y Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in human behavior*, 101, 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>

Salinas, L. (1994). La construcción del cuerpo. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (68), 85-96.

Sepúlveda, A. R., Gandarillas, A., y Carrobes, J. A. (2004). Prevalencia de trastornos del comportamiento alimentario en la población universitaria. *5º Congreso Virtual de Psiquiatría, Interpsiquis*.

Serapio Costa, A. (2006). Realidad psicosocial: la adolescencia actual y su temprano comienzo. *Revista de Estudios de Juventud*, (73), 11-23.

Smolak, L., & Levine, M. P. (1996). Adolescent transitions and the development of eating problems. En L. Smolak, M. P. Levine, & R. Striegel-Moore (Ed.). *The Developmental Psychopathology of Eating Disorders: Implications for research, prevention, and treatment* (pp. 207–233). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Spitzer, B. L., Henderson, K. A., & Zivian, M. T. (1999). Gender differences in population versus media body sizes: A comparison over four decades. *Sex Roles*, 40(7-8), 545–565.
<https://doi.org/10.1023/A:1018836029738>

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>

Tiggeman, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The internet, facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633.
<https://doi.org/10.1002/eat.22141>

Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118-129.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>

Urueña, A. (2011). Desk research: las redes sociales en Internet. Conceptos e investigación de las fuentes de datos existentes. En A. Ureña (Coord.), *Las redes sociales en Internet* (pp. 9-73). Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health, 48*(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>

Vander Wal, J. S., & Thelen, M. H. (2000). Predictors of body image dissatisfaction in elementary-age school girls. *Eating Behaviors, 1*(2), 105–122. [https://doi.org/10.1016/s1471-0153\(00\)00011-8](https://doi.org/10.1016/s1471-0153(00)00011-8)

Vaquero-Cristóbal, R., Alacid, F., Muyor, J. M., & López-Miñarro, P. A. (2013). Imagen corporal; revisión bibliográfica. *Nutrición hospitalaria, 28*(1), 27-35. <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6016>

Varela, J. V. (2017). Prolongaciones de la adolescencia: la presentación del síntoma en jóvenes universitarios. *Anuario Temas en Psicología, 2*, 33-54.

Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). “But I like my body”: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image, 7*, 106–116. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001>