



Grado en Psicología
Trabajo de Fin de Grado
Curso 2020/2021
Convocatoria Junio



Modalidad: Revisión bibliográfica

Título: Las redes sociales y su relación con la insatisfacción corporal

Autor: Isabel María García Gómez

Tutor: Carlos Candela Agullo

Elche a 4 de junio de 2021

ÍNDICE

Resumen/Abstract	3
1. Introducción	4
2. Método	7
Criterios de selección	8
3. Resultados	9
Extracción de datos	9
Descripción de los estudios seleccionados	9
Estudios seleccionados	10
4. Conclusiones	19
5. Referencias bibliográficas	20
Figura 1: Diagrama de flujo	8
Tabla 1: Bases de datos consultadas	9
Tabla 2: Datos relevantes de los artículos	13

RESUMEN

Las redes sociales son un medio de comunicación no tradicional que se utilizan para publicar imágenes online, las cuales suelen ser parecidas a lo ideal, para así recibir buenos comentarios y una gran cantidad de me gusta del resto de usuarios. Estas son utilizadas por la mayoría de los adolescentes, cada vez con más frecuencia, y es en ese rango de edad cuando comienzan a desarrollarse aspectos preocupantes sobre la imagen corporal, por ello, probablemente una insatisfacción corporal baja provoque un mayor uso de las redes sociales o viceversa.

El objetivo de este estudio es comprobar si influye o no el uso de redes sociales en la insatisfacción corporal, y cómo lo hace.

Se lleva a cabo una revisión bibliográfica de artículos científicos en bases de datos. Se realizó una revisión de los resúmenes, para asegurar que coincidían con los criterios de inclusión y exclusión.

Se escogieron 11 artículos donde se realizan investigaciones con participantes femeninas, de los cuales se llega a la conclusión de que sí que existe una relación entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción corporal, con una gran influencia de variables externas como la comparación, la autoestima, el uso de red social, etc.

Palabras clave: satisfacción e insatisfacción corporal, redes sociales, juicio social, comparación social, imagen corporal.

ABSTRACT

Social networks are a non-traditional means of communication that are used to publish images online, which are usually like the ideal, to receive good comments and a large number of likes from other users. They are used by most adolescents, more and more frequently, and it is in this age range that worrying aspects of body image begin to develop; therefore, low body dissatisfaction probably causes greater use of social networks or Unlike.

The objective of this study is to verify whether the use of social networks influences body dissatisfaction, and how it does so.

A bibliographic review of scientific articles is carried out in databases. A review of the abstracts was carried out, to ensure that they coincided with the inclusion and exclusion criteria.

Eleven articles were chosen where research is carried out with female participants, from which it is concluded that there is a relationship between the use of social networks and body dissatisfaction, with a great influence of external variables such as comparison, self-esteem, use of social network, etc.

Keywords: body satisfaction and dissatisfaction, social networks, social judgment, social comparison, body image.

1) Introducción

Esta revisión se lleva a cabo debido a que en los últimos años ha aumentado notablemente el uso de las redes sociales, convirtiéndose en indispensable en el día a día. Se afirma que en enero de 2019 había 3.5 mil millones de individuos que utilizaban las redes sociales en todo el mundo, y va en aumento con el paso de los años (Kemp, 2019).

Un estudio muestra que la mayoría de los blogs que se utilizan para la publicación de fotografías, vídeos, comentarios, etc. son utilizados por chicas adolescentes. Las publicaciones, más concretamente en la red social de Instagram, suelen mostrar rasgos físicos de mujeres aparentemente perfectas, lo cual provoca en ellas una serie de preocupaciones y comparaciones que pueden afectar en la insatisfacción corporal y la auto-objetivación (Cohen et al., 2017; Fardouly et al., 2017b; Feltman y Szymanski, 2018; Hendrickse et al., 2017).

La imagen corporal está formada por las percepciones físicas que tiene cada persona, se han realizado varias investigaciones en las últimas décadas relacionándola con rasgos psicológicos, destacando la insatisfacción corporal. Debido a ello, la imagen corporal que tiene una persona es de vital importancia ya que presentar un alto nivel de insatisfacción corporal es una advertencia significativa de que la persona está sufriendo emocionalmente (Markey, 2010). Está comprobado que el cuerpo humano sufre cambios notables durante el periodo de adolescencia, a los cuales se le deben de hacer frente para conseguir un desarrollo y un bienestar adecuado (Markey, 2010). Por ello, es más común que la percepción corporal se altere notablemente en ese rango de edad.

Se afirma a través de las teorías socioculturales de la imagen corporal que la forma en la que las personas ven los patrones de belleza ha sido influenciada por las comunicaciones que se ofrecen en las redes sociales, el uso de dichas redes está relacionado con una diversidad de preocupaciones sobre la imagen corporal, como por ejemplo la insatisfacción corporal y la auto-objetivación (Cohen et al., 2017; Fardouly et al., 2017b; Feltman y Szymanski, 2018; Hendrickse et al., 2017). Las actividades que están relacionadas con la publicación y visualización de fotografías se han reconocido relevantes para la imagen corporal (Cohen et al., 2018; Holland y Tiggemann, 2016; Meier y Gray, 2014). Desde el enfoque sociocultural afirman que una de las principales causas de la insatisfacción corporal que se perciben es la presión sociocultural, más concretamente la que surge dentro de los medios comunicativos debido a que a menudo se muestra una imagen corporal idealizada, lo que hace que aumente la preocupación.

El proceso de comparación social también se considera una causa importante de los efectos negativos que provocan el uso de las redes sociales (Levine y Murnen, 2009; Want, 2009).

Además, queda demostrado que la comparación social está relacionada particularmente con las redes sociales (Tiggemann et al., 2018).

Una de las curiosidades que han despertado en los investigadores es si realmente impacta el uso de las redes sociales en la imagen corporal (Tiggemann y Miller, 2010; Tiggemann y Slater, 2013). Para conocer más sobre el efecto que causan las redes sociales sobre la satisfacción corporal, se realizaron dos estudios correlacionales formados por niñas adolescentes que hacían uso de las redes sociales, cuyos resultados fueron que las adolescentes se sentían insatisfechas con su cuerpo (Tiggemann y Miller, 2010; Tiggemann y Slater, 2013).

A pesar de que todavía se desconoce bastante acerca del efecto total que causan las redes sociales sobre la imagen corporal, se afirma que tras la ejecución de dos estudios correlacionales formados por niñas adolescentes que hacían uso de las redes sociales con frecuencia, estaban muy insatisfechas con sus cuerpos (Tiggemann y Miller, 2010; Tiggemann y Slater, 2013).

Las redes sociales son universalmente utilizadas por los adolescentes, siendo un 70% de europeos entre 14 y 17 años que hacen uso de ellas y un 40% superan las 2 horas diarias conectados (Tsitsika et al., 2014). La finalidad que se persigue en las redes es subir un perfil personal y presentarse a cualquier persona que lo desee ver, a través de imágenes y comentarios, que permite al resto de usuarios ver y comentar dichas presentaciones (Espinoza y Juvonen 2011; Pempek y col., 2009). Por ejemplo, en la red social 'Instagram', la mayoría de los usuarios procuran publicar las fotografías en las que consideran que su apariencia física es la mejor, tras ser hechas con la intención de salir con un alto atractivo y con la posibilidad de poder retocarlas mediante filtros o edición fotográfica (Chua y Chang, 2016; Dumas et al., 2017). El uso de filtros y edición en las imágenes ha provocado un cambio característico en la forma que tienen todas las personas de ver la belleza, debido a que puede ofrecer un tono de piel más moreno, los ojos más grandes, los labios más gruesos, las mandíbulas más marcadas, los dientes más blancos, las narices más finas, etc. Además de, poder eliminar posibles marcas en la cara pudiendo aparentar una piel suave y uniforme, recortar y sombrear.

Cabe recalcar que, no solo existe la preocupación de tu propio perfil, sino que también se observa y analiza el contenido que publica el resto de los usuarios "vigilancia social", para así crear una percepción general de lo que puede estar admitido como bien visto en la sociedad, y como resultado poder modificar sus publicaciones (Marwick, 2012).

Por ello, se afirma que en este tipo de actos la imagen corporal representa una labor fundamental (Ringrose, 2011; Siibak, 2009).

Un amplio cuerpo de investigación ha registrado que el cuerpo femenino sufre efectos perjudiciales tras la exposición a las imágenes ideales, observadas a través de medios como revistas de moda y televisión (Ferguson, 2013; Grabe et al., 2008; Groesz et al., 2002; Quire, 2009). Gracias a ello, queda acreditado que las exhibiciones a imágenes idealizadas pueden provocar insatisfacción corporal.

Se entiende como redes sociales a todas aquellas plataformas en línea, como pueden ser Facebook, Instagram y Twitter, que ofrecen a los usuarios la oportunidad de formar e intercambiar imágenes y comentarios con el resto de las personas activas (Kaplan y Haenlein, 2010). Los individuos que utilizan las redes sociales no pasan un par de minutos frente a ellas, sino que pasan varias horas al día visitando y publicando en sus perfiles (MediaKix, 2018). Una de las redes sociales más famosas en el mundo es Instagram, la usan más de mil millones usuarios (Statista, 2019a). En Estados Unidos los usuarios que se encuentran activos tienen una edad que abarca desde los 18 hasta los 29 años (Statista, 2019b).

Una de las peculiaridades que provoca que las personas sientan atracción por las redes sociales es el hecho de poder compartir publicaciones libremente y en tiempo real (Kane, Alavi, Labianca y Borgatti, 2014). En cambio, como se ha mencionado en líneas anteriores, en las redes sociales se publican imágenes idealizadas y previamente editadas (Mingoa, Hutchinson, Wilson y Gleaves, 2017), lo cual provoca que las personas que se encuentran activas observen publicaciones que no son reales y tras una comparación social con dichas publicaciones, surjan sentimientos de insatisfacción corporal (Boyd & Ellison, 2008; West, Lewis y Currie, 2009).

Hay investigaciones que confirman que las “selfies” en las redes sociales se consideran novedosas y por ello, con un uso frecuente en la juventud (Bond, 2016; Katz & Crocker, 2015). Un “selfie” se define como “autorretrato de uno mismo”, se plasma con un dispositivo que lleve cámara y enfocado a la cara o al espejo. En la adolescencia y juventud, se encuentran rodeados de autorretratos y posibles comentarios de sus pares (Chua y Chang, 2016; Mascheroni, Vincent y Jimenez, 2015; Valkenburg, Peter y Schouten, 2006)

Según la teoría psicosocial, la explicación del uso frecuente de los “selfies” es debido a que en dicha edad aflora el rastreo de la propia identidad y la percepción acerca de la imagen corporal (Arnett, 2000). La investigación cualitativa transcultural refleja que el hecho de publicar “selfies” se hace en honor al poder, la identidad y la mejora de la propia imagen (Chua y Chang, 2016; Katz y Crocker, 2015; Mascheroni et al., 2015; Tiidenberg y Cruz, 2015). Además, la teoría del sociómetro (Leary y Downs, 1995; Leary y Baumeister, 2000), confirma

que conseguir o no “me gusta” y comentarios de otros usuarios puede provocar un aumento o disminución de la autoestima.

Debido a ello, se considera que las redes sociales pueden provocar efectos más dañinos para la imagen corporal que los medios tradicionales, por causa de las comparaciones sociales.

De acuerdo con el tripartito modelo de influencia, unos estudios demuestran que los usuarios que navegan realizan una interiorización de los prototipos que observan, tras haber sido expuestos al contenido ideal (Feltman & Szymanski, 2018), además de, implicarse en comparaciones sociales (Brown y Tiggemann, 2016; Fardouly, Pinkus y Vartanian, 2017; Hogue & Mills, 2019).

Según varias exploraciones, insinúan que las comparaciones que se realizan entre pares son consideradas como el tipo de comparación social más destacado (Heinberg y Thompson, 1992; Schutz, Paxton y Wertheim, 2002). Se considera que hay una mayor probabilidad de que los usuarios realicen comparaciones con personas similares, debido a que éstas son más destacadas y probablemente faciliten una información evaluativa para conseguir el efecto esperado (Festinger, 1954).



2) Método

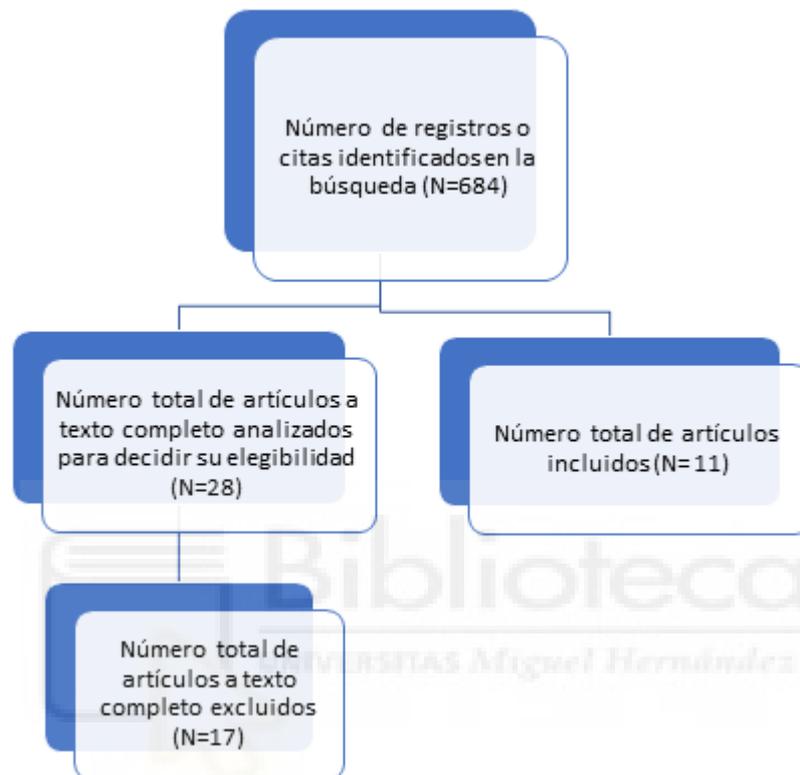
Se ha realizado una revisión bibliográfica de documentos en las siguientes bases de datos nacionales e internacionales: Scielo, Proquest, Psycinfo, Pubmed, Medline, Scopus y Google Scholar. Las palabras clave utilizadas fueron Redes sociales, Satisfacción e Insatisfacción corporal, Imagen corporal y Juicio social, además de su traducción en inglés: social media or social networks, body satisfaction, body dissatisfaction, body image and social judgment. Se hicieron combinaciones mediante “y” o “and” entre las palabras seleccionadas.

El límite de fecha para la búsqueda de artículos abarca desde el año 2006 hasta el 2021, debido a que el uso de las redes sociales, y más concretamente el uso de filtros fotográficos en las mismas, ha crecido de manera notable. Por lo que, se deduce que debido a la abundancia de retoques existentes, comparaciones sociales y dependencia hace que aumente la insatisfacción corporal en mujeres.

Se comenzó por una primera selección en base a los títulos de los artículos. Seguidamente, se leyeron los resúmenes de los artículos seleccionados, para así hacer una selección definitiva de los que cumpliesen con los criterios de inclusión.

A continuación, en la *Figura 1* se muestra un diagrama de flujo basado en el método Prisma, en el cual se plasma el proceso seguido durante la búsqueda para llegar a la elección de los artículos finales, que siguen tanto los criterios de inclusión como los de exclusión.

Figura 1: Diagrama de flujo



Criterios de selección

Los criterios de inclusión asignados son que los artículos analizaran las variables “uso de redes sociales” e “influencia en la imagen corporal del usuario”, que los participantes fueran de sexo femenino y que tengan aproximadamente una edad comprendida entre la adolescencia y juventud.

Por el contrario, los criterios de exclusión son que el artículo se mostrara en una lengua que no fuera ni lengua inglesa ni española, que el artículo no estuviera comprendido entre los años 2006 y 2021, y que las participantes no fueran influencers en redes sociales.

3) Resultados

Tras llevar a cabo la búsqueda bibliográfica, se encontraron en las diversas bases de datos cierta cantidad de artículos, que posteriormente sólo se seleccionaron aquellos que coincidían con los criterios de selección pautados inicialmente. Se puede observar en la *Tabla 1*.

Tabla 1: Bases de datos consultadas

Base de datos	Artículos encontrados	Artículos seleccionados
Google Scholar	14	1
Medline	161	2
Proquest	265	1
Psycinfo	95	2
Pubmed	15	2
Scielo	38	1
Scopus	96	2

Extracción de datos

Para recuperar información que estaba estructurada en artículos científicos se ha realizado una tabla con la información más destacada de cada uno de los artículos revisados, en la cual se plasma título, autores, año publicación, objetivo, población de estudio, variables evaluadas, lugar y resultados. Se puede observar en la *Tabla 2*.

Descripción de los estudios seleccionados

El actual trabajo incluye un total de 11 estudios, los cuales abarcan un tema en común, las redes sociales y su relación con la insatisfacción corporal, además, incluyen subtemas como por ejemplo la comparación social, la publicación y edición de imágenes, el juicio social, la percepción de la imagen corporal, etc. En todos ellos aparecen unos resultados acerca de lo que se ha investigado y a su vez, una solución futura para mejorar los estudios en el caso de que fuera necesario.

Estudios seleccionados

En primer lugar, Alyssa N. Saiphoo y Zahra Vahedi (2019) desean investigar si existe relación entre el uso de las redes sociales y la imagen corporal. Empezando por la variable edad, confirman que es un moderador significativo negativo, ya que a medida que aumenta la edad disminuye la perturbación de dicha relación. Otro moderador significativo es el tipo de uso de las redes sociales, debido a que el uso centrado en la imagen corporal y en la apariencia produce un tamaño del efecto más grande que el uso general. La dimensión de la imagen corporal también es un moderador significativo al ser cognitiva y más específica que una medida general. Se refleja que las personas con un bajo nivel de alfabetización sufren una disminución de la satisfacción corporal cuando son expuestas a imágenes idealizadas en las redes sociales. En el artículo se deduce que existe una relación significativa, pequeña y positiva entre el uso de las redes sociales y la imagen corporal, por lo que la relación puede ser más o menos fuerte según el individuo, el tipo de uso de la red social y algunos aspectos de la imagen corporal. Sin embargo, no se puede asegurar con exactitud la relación, debido a que puede existir una tercera variable que modifique la estimación, como por ejemplo la autoestima.

En segundo lugar, Dong Zheng, Xiao-li Ni y Yi-jun Luo (2018) exploran la relación que existe entre los efectos de audiencia imaginaria y auto-objetivación y publicar selfies en las redes sociales, para ello dividieron a las participantes en 3 bloques, en el primero las variables era el tiempo de uso y la edad, en el segundo la auto-objetivación y la audiencia imaginaria para comprobar las publicaciones, y en el tercero la interacción de audiencia imaginaria y auto-objetivación. Se obtuvo un mayor efecto al publicar selfies en redes sociales sobre la auto-objetivación en el grupo que presentaba un nivel más alto de audiencia imaginaria. Por lo que, se confirma que existe una relación positiva entre las personas que publican selfies con frecuencia y la auto-objetivación, y esta última, presenta una relación positiva con la audiencia imaginaria. Se verá reflejado que los adolescentes que presentan una audiencia imaginaria alta suben con frecuencia publicaciones a las redes.

A continuación, Marika Tiggemann e Isabella Anderber (2020) realizaron comparaciones en 3 condiciones diferentes para comprobar la influencia en la insatisfacción, se comprobó que la exposición a imágenes ideales condujo a una disminución de la apreciación corporal y un aumento de la insatisfacción corporal, mientras que con imágenes reales y emparejadas no se produjo un efecto significativo. Sin embargo, el cambio que se obtuvo no presentó diferencias significativas entre las 3 condiciones. Se obtiene una relación significativa en mujeres entre la comparación con imágenes y la insatisfacción y la apreciación corporales.

Seguidamente, Dian A. de Vries, Jochen Peter, Hanneke de Graaf y Peter Nikken (2016) dividieron en 2 modelos a las participantes y se dedujeron varias hipótesis, a partir de estas se confirmaron que la frecuencia del uso de redes sociales tenía una predicción positiva y significativa en la insatisfacción corporal, pero no al contrario. Además, se refleja una gran influencia de compañeros al recibir comentarios sobre la imagen corporal, pero, sin embargo, no se predice insatisfacción con la apariencia de estos.

Quynh Chau (2015) realizó entrevistas para comprobar la comparación social existente en las redes, todas las entrevistadas afirmaron usar varias redes sociales con una alta frecuencia, con una mayor influencia que cualquier medio tradicional, que se habían comparado con diferentes características de apariencia en varias redes, pero no se relaciona directamente con el número de horas que están online. Se confirma que se producía un mayor afecto negativo en las comparaciones con personas similares que con famosos, porque eran conscientes de la realidad.

Diego Corteza, Marcela Gallegos, Teresita Jiménez, Pía Martínez, Susana Saravia, Claudia Cruzat-Mandich, Fernanda Díaz-Castrillón, Rosa Beharc y Marcelo Arancibia (2016) realizan entrevistas a adolescentes para comprobar cómo afecta la influencia de las redes sociales en su imagen corporal, la mayoría de entrevistadas afirman sentirse bien con su imagen pero aparecen rasgos de disconformidad, plasman que existen estereotipos fijados para considerarse atractiva físicamente. Destacan que las redes sociales se encuentran en la primera posición a la hora de repercutir fuertemente, y que a pesar de que se publique una imagen ideal son conscientes de que hay estereotipos que no son representativos, sin embargo, sí que son significativas las comparaciones con pares. Por lo que se deduce que existe correlación entre la percepción de la imagen corporal y la influencia que tienen las redes sociales.

Naomi Coulthard y Jane Ogden (2018) evaluaron diferentes condiciones para conocer cómo impactan en la autoestima, estado de ánimo y atractivo. Acerca de la autoestima, en todas las condiciones se observa un claro deterioro. En cuanto al atractivo no se mostraron efectos significativos, pero sí se percibe en la apariencia cuando en la condición de selfies con y sin retroalimentación, aumenta la insatisfacción corporal después de la evaluación. Respecto al estado de ánimo, se ve afectado el negativo al disminuir notablemente en las participantes durante el estudio. Por lo que, existe una relación significativa entre la publicación de selfies y las variables evaluadas.

Mary Sherlock y Danielle L. Wagstaff (2019) desean explorar si existe relación entre el uso de la red social de Instagram y la imagen corporal, lo llevan a cabo mediante cuestionarios,

los resultados obtenidos son que existe una correlación negativa entre la frecuencia de uso de Instagram y la autoestima, además de, una correlación positiva entre el tiempo dedicado y ansiedad, comparación social, ansiedad por la apariencia física, síntomas depresivos e imagen corporal. El número de cuentas seguidas presenta una relación positiva con la depresión y negativa con la autoestima, y la edad se relaciona positivamente con el uso de la red y negativamente con la comparación social. Además, en las participantes expuestas a imágenes ideales se mostró una disminución significativa en la apariencia física. Por lo que, se expone que existe una relación entre el uso de la red social y las diferentes variables.

Ivanka Prichard, Eliza Kavanagh, Kate E. Mulgrew, Megan S.C. Lim y Marika Tiggemann (2020) pretenden observar mediante un experimento cómo afecta la exposición a imágenes en Instagram en la insatisfacción corporal. Se muestra que la exposición a imágenes ideales de deporte produjo un aumento del estado de ánimo negativo y de la insatisfacción corporal, en cambio, en la exposición a imágenes de viajes no hubo relación. Además, también influyó el hecho de estar en proceso de adaptación. Se deduce entonces que, existe una relación entre la exposición a publicaciones y la insatisfacción corporal.

Marika Tiggemann, Isabella Anderberg y Zoe Brown (2020) desean comprobar mediante un experimento si existe relación entre la edición de selfies antes de publicarlas y la insatisfacción corporal. Las participantes muestran un aumento del estado de ánimo negativo, de la insatisfacción corporal y facial al observar imágenes delgadas. Se confirma que tardan alrededor de 4 minutos y medio en editar una foto antes de subirla, todas las participantes desean mostrarse de la mejor manera posible, debido a ello obtienen un pequeño aumento en la insatisfacción corporal, y más notable, en la insatisfacción facial y el estado de ánimo negativo. Entonces, se deduce que existe relación entre la toma y edición de imágenes y la insatisfacción corporal en mujeres jóvenes.

Por último, Sonia Tucci y Jennifer Peters (2008) pretenden explorar la influencia que tiene observar imágenes ideales en la percepción corporal, lo llevan a cabo mediante exposición. Se muestra un aumento en la insatisfacción corporal tras observar imágenes de mujeres delgadas, sobre todo afectaba a la forma de las piernas, cintura y peso. Pero, se observa una disminución cuando visualizaban imágenes de mujeres con sobrepeso. Se muestra un efecto significativo entre el tiempo y la condición. Por lo que, existe una relación entre la exposición a imágenes y consecuencias negativas en la imagen corporal.

Tabla 2: Datos relevantes de los artículos

Título	Año	Autores	Objetivo	Población de estudio	Variables evaluadas	Lugar	Resultados
A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance.	2019	Alyssa N. Saiphoo y Zahra Vahedi	Proporcionar una revisión cuantitativa de investigación transversal para aclarar la relación entre el uso de las redes sociales y imagen corporal.	63 muestras independientes (N=36.552)	Insatisfacción corporal, edad y sexo.	Canadá.	Relación pequeña, significativa y positiva entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal.
Selfie Posting on Social Networking Sites and Female Adolescents' Self-Objectification: The Moderating Role of Imaginary Audience Ideation.	2018	Dong Zheng, Xiao-li Ni y Yi-jun Luo.	Examinar la relación que existe entre la publicación de selfies en las redes sociales y la auto-objetivación en las adolescentes chinas y comprobar si una audiencia imaginaria podría moderar esta	963 mujeres adolescentes de 12 a 16 años.	Auto-objetivación y audiencia imaginaria, sexo y edad.	China.	Existe una relación positiva entre las personas que publican con frecuencia selfies en las redes sociales con la auto-objetivación, con la variable moderadora de la audiencia imaginaria.

			relación.				
Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image.	2020	Marika Tiggemann e Isabella Anderber.	Investigar de forma experimental el efecto que tienen las imágenes publicadas en redes sociales en la imagen corporal.	305 mujeres de 18 a 30 años.	Efectos psicológicos producidos por la publicación y comparación de imágenes, sexo y edad.	Australia.	Existe una relación significativa entre la comparación con imágenes en redes sociales y la insatisfacción corporal y la disminución de la apreciación corporal.
Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model.	2016	Dian A. de Vries, Jochen Peter, Hanneke de Graaf y Peter Nikken.	Conocer si existe una relación causal entre las adolescentes que usan redes sociales y la insatisfacción corporal, sus mecanismos subyacentes y si ocurre igual en el género masculino.	604 adolescentes holandesas (de 11 a 18 años)	Insatisfacción corporal y retroalimentación, sexo y edad.	Los Países Bajos (Amsterdam)	Existe una predicción positiva y significativa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal, además de la influencia social.

The Effects of Social Comparison Through Social Media for Young Women and Adolescent Females with Eating Disordered Symptomatology.	2015	Quynh Chau.	Explorar la experiencia de los comparación en las redes sociales para mujeres adolescentes y adultas jóvenes.	5 adolescente s femeninas entre 12 y 29 años.	Comparación social, insatisfacción corporal, edad, sexo.	Estados Unidos.	Existe una relación positiva entre la comparación social en las redes sociales y la insatisfacción corporal, con una influencia clara de la baja autoestima.
Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls.	2016	Diego Corteza, Marcela Gallegos, Teresita Jiménez,Pía Martínez, Susana Saravia,	Describir y analizar cómo se perciben las mujeres adolescentes según el influjo de los aspectos socioculturales en la imagen corporal de la persona.	5 adolescente s femeninas entre 16 y 18 años.	Influencia de factores socioculturales , imagen corporal.	México	Existe una relación entre la insatisfacción sobre la imagen corporal, con sentimientos ambivalentes, y la influencia de las redes sociales digitales.

		Claudia Cruzat-Mandich, , Fernanda Díaz-Castrillón, Rosa Beharc y Marcelo Arancibia.					
The impact of posting selfies and gaining feedback ('likes') on the psychological wellbeing of 16-25 years old: an experimental study.	2018	Naomi Coulthard y Jane Ogden.	Explorar el impacto que tiene publicar selfies y recibir comentarios ("me gusta") en una red social sobre aspectos del bienestar psicológico en jóvenes, según 3 condiciones.	59 participante s de 16 a 25 años.	Autoestima e insatisfacción corporal.	Reino Unido.	Existe una relación entre la publicación de selfies y su retroalimentación, y su influencia en la insatisfacción corporal.

Exploring the Relationship Between Frequency of Instagram Use, Exposure to Idealized Images, and Psychological Well-Being in women.	2019	Mary Sherlock y Danielle L. Wagstaff	Conocer la relación existente entre la frecuencia de uso de Instagram y algunas variables psicológicas.	129 mujeres de entre 18 y 35 años.	Síntomas depresivos, ansiedad, insatisfacción corporal y autoestima.	América.	Existe una correlación entre la frecuencia del uso de redes sociales (Instagram) y efectos psicológicos negativos, con influencia de la comparación social.
The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour.	2020	Ivanka Prichard, Eliza Kavanagh, Kate E. Mulgrew, Megan S.C. Lim y Marika Tiggemann.	Examinar cómo afecta ver imágenes de una red social, Instagram, en la insatisfacción corporal y bienestar psicológico.	108 mujeres entre 17 y 25 años.	Estado de ánimo, insatisfacción corporal y conducta de realizar ejercicio después del estudio.	Australia.	Relación significativa entre la exposición de imágenes, con diferentes condiciones, y la insatisfacción corporal y el estado de ánimo negativo.
Uploading your best self: Selfie	2020	Marika Tiggemann,	Explorar si existe relación entre la	130 mujeres entre 18 y	Estado de ánimo e	Australia.	Aparece una relación positiva entre editar las publicaciones de imágenes propias antes de

editing and body dissatisfaction.		Isabella Anderberg y Zoe Brown.	edición de selfies en las redes sociales y la insatisfacción corporal.	30 años.	insatisfacción corporal.		subirlas a redes sociales, y un aumento en la insatisfacción corporal y en el estado de ánimo negativo.
Media influences on body satisfaction in female students.	2008	Sonia Tucci y Jennifer Peters.	Examinar cómo influye la exposición a imágenes publicitarias a la imagen corporal.	42 estudiantes femeninas.	Satisfacción corporal, deseo de ser delgada y sintomatología de posibles trastornos alimentarios.	Liverpool.	Se muestra una relación entre la observación de imágenes ideales y la insatisfacción corporal.

4) Conclusiones

En esta revisión bibliográfica se deseaba comprobar si existe una relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal, se ha reflejado que existen varias investigaciones que confirman que se genera un vínculo entre el uso de las redes sociales y la preocupación por la imagen corporal, más concretamente, provocando insatisfacción corporal en la persona implicada. Por lo tanto, se puede decir que coincide con el objetivo propuesto en el presente trabajo.

Se muestra que el rango de edad predominante del uso de redes y de sentir insatisfacción corporal es en la juventud, además en el género femenino. La mayoría de las mujeres que se encuentran en este rango suelen hacer uso de redes sociales en las que prevalece la publicación de fotografías y feedback, focalizando así el interés en la parte visible de las personas, la superficie. Antes de publicar imágenes en este tipo de redes realizan retoques en las fotografías para subir su mejor versión, esto es debido a que existe un estereotipo ideal de la belleza y observan constantemente imágenes que lo recalcan, entonces intentan alcanzarlo y así poder obtener gran cantidad de “me gusta” y comentarios positivos del resto de usuarios. El hecho de presenciar las imágenes de personas con un alto atractivo provoca una disminución del atractivo en la persona expuesta (Haferkamp & Kramer, 2011).

El impacto que esto provoca es que cuando se siente que no se han alcanzado las expectativas esperadas, no sólo con respecto a conseguir retroalimentación positiva, sino que también en relación con la comparación social con similares, se produce una insatisfacción al creer que su cuerpo no es similar al ideal.

Todo ello, puede afectar a la población en que no se quieran nunca tal y como son, ya que siempre va a haber algo que no se parezca al estereotipo fijado y publicado en las redes, por lo que es recomendable que todas las mujeres jóvenes conozcan las posibles consecuencias negativas que producen dichas demostraciones, a su vez, intentar que consigan disminuir la implicación excesiva en las redes sociales y en la mejora de imágenes. Todo ello se podría lograr creando una adecuada relación con el círculo cercano y aumentar la habilidad para poder interpretar estados mentales y emocionales propios, para así disminuir el egocentrismo y la ideación de una audiencia imaginaria (Bester 2011; Galanaki 2012).

A pesar de confirmar esta relación, existen diversas variables que pueden aumentar o disminuir la correlación, como por ejemplo el nivel de autoestima, el tipo de uso y el tiempo que se le da a las redes sociales, etc. Pero, se recalca que es necesario realizar más investigaciones en diferentes grupos y países, para conseguir una evaluación más específica

de cuáles son las acciones de las redes sociales que producen un impacto mayor en la imagen corporal, y también para averiguar en qué posturas y con qué uso es más fuerte la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal.

5) Referencias bibliográficas

- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., Arancibia, M. (2016). Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls. *ScienceDirect*.
- Coulthard, N., & Ogden, J. (2018). The impact of posting selfies and gaining feedback ('likes') on the psychological wellbeing of 16-25 years old: An experimental study. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 12(2), Article 4.
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M., & Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body image*, 33, 1–6.
- Q. Chau. (2012). The Effects of Social Comparison Through Social Media for Young Women and Adolescent Females with Eating Disordered Symptomatology. *UMI Dissertation Publishing*.
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *ScienceDirect*.
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482–490.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183–2199.
- Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020,). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *ScienceDirect*.

- Tucci, S., & Peters, J. (2008). Media influences on body satisfaction in female students. *Psicothema*, 20(4), 521–524.
- Urrútia, G., y Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis [PRISMA declaration: a proposal to improve the publication of systematic reviews and meta-analyses]. *Medicina clínica*, 135(11), 507–511.
- Vries, D.A., Peter, J., de Graaf, H. *et al.* (2016) Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *J Youth Adolescence* 45, 211–224.
- Zheng, D., Ni, Xi. & Luo, Yj (2019). Selfie Posting on Social Networking Sites and Female Adolescents' Self-Objectification: The Moderating Role of Imaginary Audience Ideation. *Sex Roles* 80, 325–331.

