

Artículo

Relación Entre el uso de Instagram y la Imagen Corporal de los Adolescentes

Paula Camacho-Vidal¹, Adoración Díaz-López² y Juan Antonio Sabariego-García¹

¹Universidad de Murcia (España)

²Universidad Internacional de la Rioja (UNIR) (España)

INFORMACIÓN

Recibido: 06/02/2023
Aceptado: 05/05/2023

Palabras clave:

Redes sociales
Instagram
Adolescencia
Supervisión parental
Imagen corporal

RESUMEN

El uso de las redes sociales entre los adolescentes está derivando en problemas relacionales, psicológicos y de salud. Varios estudios han constatado el impacto del uso de redes sociales en distintas áreas de la vida de los jóvenes. Este trabajo analiza cómo afecta el uso de la red social Instagram a la autoimagen corporal de los adolescentes con tres objetivos: (a) describir comportamientos relacionados con la autoimagen corporal de los adolescentes, (b) estudiar la influencia del sexo y la edad en la autoimagen corporal de los adolescentes y (c) establecer relaciones entre el uso problemático de redes sociales y la (auto)imagen corporal. Se usó un diseño transversal con una muestra compuesta por 95 adolescentes. Los resultados indican que el uso de redes sociales influye en la relación con el cuerpo y la autoimagen y que el número de horas diarias invertidas en redes sociales, así como la supervisión familiar, son variables que influyen en la imagen corporal de los adolescentes. Se discuten las implicaciones educativas.

Relationship Between the use of Instagram and the Body Image of Teenagers

ABSTRACT

The use of social networks among adolescents may lead to relational, psychological and health problems. Several studies have shown the impact of the use of social networks in different areas of young people's lives. Here, we analyze how the use of Instagram as social media influences adolescents' body self-image. There are three objectives: (a) to describe behaviors related to adolescents' body self-image, (b) to study the influence of sex and age on adolescents' body self-image, and (c) to establish relationships between problematic use of social networks and body (self-)image. A cross-sectional design was used with a sample composed of 95 adolescents. The results indicate that the use of social networks influences the relationship with the body and self-image and that the number of daily hours spent on social networks, as well as family supervision, are variables that influence adolescents' body image. Educational implications are discussed.

Keywords:

Social networks
Instagram
Adolescence
Parental supervision
Body image

Introducción

La llegada de internet ha traído consigo la aparición de las denominadas redes sociales, las cuales se utilizan sobre todo desde dispositivos móviles como el *Smartphone* o teléfono móvil inteligente, el cual favorece el uso intensivo de redes sociales y mensajería instantánea (García-Jiménez et al., 2020). Las redes sociales han supuesto cambios drásticos en la forma de interactuar, relacionarse y comunicarse. Sin embargo, el uso extendido de redes sociales puede entrañar ciertos riesgos, especialmente en la época de la niñez y la adolescencia, donde los jóvenes son más vulnerables, debido a la ferviente necesidad de pertenencia al grupo (Gil et al., 2015). Además, esta etapa evolutiva se caracteriza por una mayor vulnerabilidad de cara al uso problemático de redes sociales y necesitará por tanto un cierto nivel de responsabilidad, control de impulsos y de autorregulación por parte de los adolescentes (Díaz-López et al., 2021).

Las redes sociales se han ido abriendo camino entre los medios de comunicación clásicos ya existentes ante la evolución de la sociedad y el afán de inmediatez y velocidad (Del Prete y Redon-Pantoja, 2020). Además, estas han permitido la creación de contenido de los propios usuarios, pudiendo así compartir y recibir un *feed-back* del entorno social, y como consecuencia, la valoración del resto, la cual tendrá numerosas consecuencias como un efecto sobre la autoestima o la objetivación o cosificación del cuerpo, especialmente en niñas y adolescentes (Del Prete y Redon-Pantoja, 2020). Estas dotan a su vez la posibilidad de estar constantemente conectados, lo que ha provocado un uso muy acusado de las mismas (Reid-Chassiakos et al., 2016). En la actualidad, el uso de las redes sociales se ha convertido en el nuevo ocio entre los adolescentes, consumiendo según numerosos estudios un mínimo de seis horas al día, siendo Instagram la principal red social usada entre los adolescentes (Sanz-Arazuri et al., 2018).

Estudios previos ponen de relieve que las redes sociales se han convertido en la principal opción de ocio entre los jóvenes (Sanz-Arazuri et al., 2018). Sin embargo, un uso excesivo de estas puede provocar trastornos psicológicos como ansiedad, depresión, adicción a las redes sociales, así como otras consecuencias a largo plazo como el aislamiento, la conciencia del tiempo, la falta de compromiso académico y el descuido personal (Díaz-López et al., 2020; Díaz-López et al., 2021).

La adolescencia es un periodo que se caracteriza por la exploración de la identidad o la búsqueda de un sentido coherente de sí mismo (Uhls et al., 2017), la cual se realizará, en la mayoría de los casos, a través de las redes sociales, donde se producirá el siguiente proceso: el individuo publica y comparte la versión de sí mismo que considere, después, recibe un *feed-back* positivo o negativo, y finalmente, según las valoraciones que reciba de su grupo de iguales, este tendrá una visión de sí mismo y una autoestima diferentes, llegando a confiar más en su imagen corporal a través de dicha valoración. Lo que, a su vez, puede derivar en una disminución de rendimiento cognitivo como causa de dicha objetivación (Guizzo y Cadinu, 2017).

Ligada a esta búsqueda de valoración encontramos el término de objetivación, abordado por Fredrickson y Roberts (1997) en la Teoría de la Objetivación, en la que explican que la objetivación tiene lugar cuando el cuerpo de un individuo se considera una “entidad separada” de este (Feltman y Szymanski, 2018). Estos

términos están ligados por su relación de causa-efecto, en otras palabras, la valoración recibida sobre el aspecto produce la idea de que lo único que importa es el aspecto corporal (Caceres-Lembcke y Otoy-Puccio, 2021). En el presente trabajo nos vamos a centrar en la nueva relación con el cuerpo que ha ido surgiendo como consecuencia del uso de las redes sociales. Para ello se abordará el término objetivación (Fredrickson y Roberts, 1997).

La auto objetivación y el control continuo del cuerpo se han relacionado sistemáticamente con el aumento de la vergüenza corporal y la ansiedad por la apariencia, con la disminución de la conciencia del estado interno y la capacidad de alcanzar estados de motivación máximos (Feltman y Szymanski, 2018). Estos grandes síntomas abordados por Fredrickson y Roberts (1997), no afectan por igual a chicos y chicas, siendo estas últimas las más afectadas (Holland y Tiggemann, 2016). No obstante, también existen numerosos estudios que demuestran encontrar en los hombres este sentimiento de objetivación, más concretamente en la adolescencia, como resultado de la exposición en las redes sociales y en los medios de comunicación (Holland y Tiggemann, 2016; Karsay et al., 2018). Además, particularmente en las mujeres y niñas se encuentra una connotación sexual, es decir, cuando esta es considerada o vista como un objeto sexual, suceso que cada vez sucede en edades más tempranas (Karsay et al., 2018).

El objetivo de este trabajo es analizar la imagen corporal de los niños y adolescentes y su relación con el uso de redes sociales, más específicamente de Instagram. Este objetivo general se puede desglosar en los siguientes objetivos específicos: (a) describir comportamientos relacionados con la autoimagen corporal de los adolescentes, (b) estudiar la influencia del sexo y la edad en la autoimagen corporal de los adolescentes, y (c) establecer relaciones entre el uso problemático de las redes sociales y la (auto)imagen corporal.

Método

Muestra

Un muestreo por conveniencia llevó a la selección de 95 individuos de un Instituto de Educación Secundaria de la Región de Murcia (España), de los cuales, 42 eran chicos (44.2%) y 53 eran chicas (55.8%). El 37.9% de los encuestados tenía edades comprendidas entre 11 y 13 años, el 48.4% entre 14 y 16 años y el 13.7% restantes entre 17 y 19 años. La distribución está claramente sesgada hacia chicas de entre 14 y 16 años. La mayoría de los participantes cursaban 3º de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) (32.6%), seguidos del alumnado de 2º de ESO (28.4%), de 1º de ESO (25.3%) y, por último, de 1º Bachillerato (13.7%).

Diseño

El diseño es de tipo cuantitativo no experimental tipo encuesta. Se utilizó un diseño transversal, con un único momento de muestreo (Sáez-López, 2017).

Instrumento

La primera parte del cuestionario incluye los datos sociodemográficos: sexo, edad, curso escolar, frecuencia de uso de

redes Instagram, horario de acceso a internet, cantidad de contenido publicado en redes sociales diariamente, más dos preguntas sobre la supervisión online ejercida por los progenitores.

A continuación, se incluyó la versión española del cuestionario *Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS, Moya-Garófano et al., 2017). Esta escala contiene 24 ítems en los que los participantes expresan el grado en que están de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las afirmaciones en una escala de Likert de siete puntos que va de 1 (“totalmente en desacuerdo”) a 7 (“totalmente de acuerdo”) (siendo 4 “ni de acuerdo ni en desacuerdo”). La escala consta de tres subescalas con ocho elementos cada una: Vigilancia del cuerpo (por ejemplo, “A menudo me preocupo si la ropa que estoy usando me hace lucir bien” o “Me preocupa más lo que mi cuerpo puede hacer de lo que parece”), Vergüenza Corporal (por ejemplo, “Siento que debo ser una mala persona cuando no me veo tan bien como podría” o “Me siento avergonzado de mí mismo cuando no he hecho el esfuerzo de lucir lo mejor posible”) y creencias de control de apariencia (por ejemplo, “Creo que una persona puede lucir más o menos como quieren si están dispuestos a trabajar en ello” o “Realmente no creo que tenga mucho control sobre cómo luce mi cuerpo”). La escala OBCS presenta un α de .84.

Procedimiento

Atendiendo a la norma 8.2 de la APA, se hizo entrega de un documento de consentimiento informado y se solicitó autorización a cada uno de los progenitores de los participantes. A los estudiantes se les facilitó un documento de asentimiento informado sobre el anonimato y voluntariedad de participación. Ambos documentos fueron validados previamente por la Comisión de ética de la investigación de la Universidad de Murcia.

El instrumento fue aplicado en formato papel y aplicado a los alumnos individualmente en diferentes horas y aulas. El cuestionario fue cumplimentado por los estudiantes en la hora de tutoría, en presencia del profesor-tutor del grupo y de la investigadora responsable de la investigación. El tiempo de cumplimentación del cuestionario osciló entre los 10 y los 15 minutos, siempre a final de cada lección para no interrumpir el curso de las clases.

Análisis de Datos

Los datos recogidos fueron analizados con el programa *SPSS Statistics 27.0.0*. En primer lugar, se realizó un análisis descriptivo de la muestra, calculando frecuencias, porcentajes e índices de tendencia central (media y desviación estándar) para las variables género, edad, curso, horario de acceso a internet, cantidad de contenido publicado al día, supervisión familiar, número de seguidores y de horas empleadas en redes sociales. A continuación, se realizó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov (K-S), esta concluyó que la muestra no seguía una distribución normal o simétrica ($p = .05$), por lo que se aplicaron pruebas no paramétricas. Se utilizó la U de Mann-Whitney (para dos grupos) y Kruskal Wallis (para más de dos grupos).

Para establecer relaciones entre variables se emplearon tablas de contingencia y la Chi cuadrado de Pearson a fin de determinar la existencia de relaciones significativas.

Resultados

Horario de Acceso a Internet, Cantidad de Horas Empleadas en Redes Sociales y Supervisión Familiar

En cuanto al horario de acceso a internet, todos los encuestados tienen acceso a internet. El 43.2% a todas horas, el 22.1% mucho, el 28.4% con frecuencia y un 6.3% cuando es necesario. Este acceso es supervisado en un 15.8% de los casos, aunque la gran mayoría no tienen supervisión familiar (66.5%) y otra parte sostiene que depende (17.9%). Durante la conexión a Internet, la mayoría de los encuestados dedica entre tres y cuatro horas al día a la red social de Instagram (35.8%), otro 29.5% entre una y dos horas, el 17.9% invierte entre cinco y seis horas, el 12.6% las emplea menos de una hora al día y el 4.2% restante las usa más de seis horas diarias.

Imagen Corporal de los Adolescentes

Con respecto a la imagen personal, el 44.2% de los jóvenes afirma pensar muchas veces sobre su cuerpo a lo largo del día, mientras que el 30.5% se muestra indiferente y el 24.2% afirma raramente pensar en ello. Además, el 50.5% afirma darle mucha importancia a la apariencia corporal; mientras que el 29.5% se muestra indiferente y el 15.8% afirma no dársela.

En lo referente a la opinión de los encuestados con respecto a la valoración del resto, el 38.9% afirma comparar a menudo su aspecto con el de otras personas, mientras que el 27.3% se muestra indiferente y el 31.6% asegura no hacerlo. Además, al 46.3% le preocupa cómo le ven otras personas, mientras que el 24.2% se muestra indiferente y el 27.3% no muestra preocupación por la valoración del resto. Del mismo modo, el 74.7%, afirma sentirse mejor al recibir comentarios positivos sobre su aspecto, mientras que el 14.8% se muestra indiferente y solo el 9.5% niega este sentimiento.

Talla y Peso

En lo referente a la ropa, el 45.3% está de acuerdo frente a la afirmación “Pienso que es más importante que mi ropa sea cómoda, que el hecho de que me quede bien”, el 30.5% se muestra indiferente y el 22.1% en desacuerdo.

Adicionalmente, el 56.8% de los encuestados muestra preocupación sobre si la ropa les sienta bien, mientras que el 19% se muestra indiferente y el 22.1% se muestra en desacuerdo. No obstante, específicamente en lo que se refiere a la talla, el 22.2% afirman sentir vergüenza con respecto a la talla de ropa, mientras que el 22.1% se muestra indiferente y 49.5% se muestra en desacuerdo ante dicha afirmación.

En lo que se refiere al peso, el 21.1% se muestra de acuerdo ante la afirmación “Cuando no puedo controlar mi peso, siento que algo va mal en mí”, mientras que el 24.7% se muestra indiferente y 38.9% en desacuerdo. Más concretamente en lo que se refiere al peso exacto, el 26.3% afirma sentir vergüenza sobre que la gente conozca dicho número, mientras que el 18.9% se muestra indiferente y 48.4% no siente vergüenza sobre su peso.

Ante la afirmación “Incluso cuando no puedo controlar mi peso, pienso que soy una persona valiosa”, el 24.2% de los jóvenes relaciona su valía personal con el peso, mientras que el 13.7%

se muestra indiferente y el 53.7% expresa su acuerdo con dicha afirmación.

Por último, el 14.8% cree que por muchos esfuerzos que realicen por cambiar su peso, probablemente siempre va a seguir igual, mientras que el 32.7% se muestra indiferente y el 47.4% totalmente en desacuerdo ante dicho pensamiento.

Percepción del Aspecto Físico Según el Género y la Edad

El 58.8% de las chicas afirman pensar mucho en su aspecto físico, un 22.6% se muestra indiferente ante esta cuestión y un 18.6%, raramente piensa en su aspecto. Sin embargo, en el caso de los chicos, el 21.4% afirma pensar frecuentemente en ello, el 62% se muestra indiferente y un 14.3% no piensa en ello.

En segundo lugar, analizando la variable edad, del análisis de los datos se desprende que, del grupo de encuestados entre 11 y 13 años, el 38.8% piensa frecuentemente en su aspecto físico, el 38.9% se muestra indiferente y el 19.4% raramente piensa en ello. El segundo rango de edad, entre 14 y 16 años, el 39.1% piensa en ello, el 41.3% se muestra indiferente y un 1.8% raramente piensa en ello. Por último, el rango de edad de 17 y 19 años afirma en su mayoría con un 61.5% pensar frecuentemente en su aspecto físico y el 38.5% se muestra indiferente; es decir, los encuestados más mayores son los que se preocupan más por su aspecto físico.

Por último, del grupo de encuestados entre 11 y 13 años, el 16.7% se encuentra de acuerdo ante el enunciado “me siento avergonzado por mi talla”, mientras que el 25% se muestra indiferente y el 47.3% en desacuerdo. El segundo rango de edad, entre 14 y 16 años, se muestra el 19.5% de acuerdo, el 13% indiferente y el 63.1% en desacuerdo. Por último, el rango de edad de 17 y 19 años afirma con un 46.2% estar de acuerdo ante dicho enunciado, otro 46.2% se muestra indiferente y el 7.6% en desacuerdo.

Relación Entre el Número de Horas en la Red Social Instagram, Supervisión Familiar en Redes Sociales y la Imagen Corporal

En primer lugar, analizando la variable horas en Instagram, los encuestados que consumen entre cinco y seis horas, o más de seis horas de redes sociales al día, son a su vez los que más piensan en su aspecto físico. Así, se sienten avergonzados de mí mismos cuando no se esfuerzan por tener el mejor aspecto posible ($\chi^2_{(30)} = 51.63$, $p < .05$) y también se preocupan más que aquellos que consumen menos horas, por si la ropa que llevan les sienta bien ($\chi^2_{(30)} = 49.004$, $p < .05$).

Con respecto a la mediación parental, cabe destacar que, aquellos encuestados que no tienen supervisión por parte de adultos responsables, son aquellos que más piensan en su aspecto físico ($\chi^2_{(12)} = 34.63$, $p < .001$), se preocupan por más por cómo se sienten físicamente ($\chi^2_{(12)} = 27.61$, $p < .05$), son los que más se comparan con otras personas ($\chi^2_{(14)} = 27.115$, $p < .05$), no tienen mucho control sobre su apariencia ($\chi^2_{(12)} = 31.14$, $p < .05$), miden su valía por el nivel de ejercicio que practican ($\chi^2_{(12)} = 32.48$, $p < .001$), se preocupan por cómo los ven los demás ($\chi^2_{(12)} = 32.28$, $p < .001$), creen que por mucho que se esfuerzen, su peso va a ser el mismo ($\chi^2_{(12)} = 32.60$, $p < .001$) y se sienten mejor cuando reciben comentarios positivos sobre su aspecto físico en redes sociales ($\chi^2_{(14)} = 25.73$, $p < .05$).

Discusión

Con el presente manuscrito se aborda una de las principales problemáticas de carácter social y educativo de la actualidad, el uso de las redes sociales, concretamente de Instagram, y su impacto en la etapa de la adolescencia. En concreto, en la satisfacción de la imagen corporal de los menores.

En este sentido, se ha constatado que dos de cada diez jóvenes invierte entre cinco y seis horas al día en la red social Instagram, y otro 5% más de seis horas. Estos resultados evidencian que el uso de redes sociales es una de las principales actividades de ocio entre los estudiantes de Secundaria españoles, siendo las chicas las principales consumidoras de estas plataformas; estos resultados con coincidentes con los hallados en el estudio de [Sanz-Azuri et al. \(2018\)](#).

En esta tesis, las redes sociales han cobrado una gran popularidad, entre otros motivos, por el mecanismo de valoración de uno mismo y del resto del que se nutren, es decir, mediante *likes* o “me gustas”, los cuales afianzan esta vulnerabilidad y presión por gustar ([García-Jiménez et al., 2020](#)). Durante el uso de Instagram, los encuestados comparten de media entre una o dos publicaciones al día. Así, de este modo los adolescentes reciben un *feed-back* de su entorno social, como consecuencia de la valoración del resto de iguales ([Del Prete y Redon-Pantoja, 2020](#)). En esta línea, cabe destacar que, casi la mitad de los encuestados afirma comparar a menudo su aspecto con el del resto y siente preocupación acerca de cómo es visto por los demás. Además, más de la mitad afirma sentirse mejor al recibir comentarios positivos sobre su aspecto, confirmando así esta búsqueda de valoración del entorno social y ser aceptado.

Ante la búsqueda de valoración abordábamos el término de objetivación o cosificación, términos ligados por su relación de causa-efecto, en otras palabras, la valoración recibida sobre el aspecto produce la idea de que lo único que importa es el aspecto corporal. En este sentido, se constata que casi la mitad de los jóvenes piensa sobre su cuerpo a lo largo del día y asegura darle mucha importancia a su imagen corporal, y lo que resulta más llamativo, uno de cada tres mide su valía personal a través de su imagen física, estos resultados van en la línea de lo expuesto por [Karsay et al. \(2018\)](#), los cuales encontraron que los jóvenes ligan su valía a la imagen que los demás tienen sobre ellos.

Otro aspecto extremadamente delicado es el relacionado con los estándares de belleza, asociados a un canon de peso y talla ciertamente difíciles de alcanzar. De esta manera, más de la mitad de los jóvenes muestra preocupación sobre si la ropa les sienta bien, y, específicamente en lo que se refiere a la talla, más de la mitad afirma sentir vergüenza con respecto a la talla de ropa que usa. Adicionalmente, en lo que se refiere al peso, 2 de cada diez jóvenes relaciona su valía personal con el peso. Esta insatisfacción corporal encontrada resulta de la comparación diaria de la apariencia física que observan en las redes sociales ([Rosales y Gutiérrez, 2022](#)).

En cuanto a las diferencias por sexo, en este estudio se encontró que las chicas se encuentran mucho más preocupadas que los chicos por su aspecto físico e imagen corporal. Una posible explicación a este hecho podría ser que existe un número significativamente mayor de mujeres que de hombres que sufre insatisfacción corporal ante las fotos de la red social Facebook ([Holland y Tigermann, 2016](#)).

En cuanto a la edad, se aprecia un incremento de la preocupación por la imagen corporal (pensar a menudo en su aspecto físico, sentirse avergonzados cuando no tiene la talla de ropa que debería...) a medida que los jóvenes van creciendo, siendo el rango de edad más afectado el de 17 a 19 años. No obstante, resulta sorprendente que la preocupación por la apariencia física, aunque acentuada en edades más avanzadas, empieza a darse desde muy jóvenes en edades tan tempranas como los once años, sobre todo en niñas, estos resultados van en la línea de los hallazgos de Karsay et al. (2018). Concluyendo así que se comienza a internalizar este patrón de ideal estético a corta edad y se va potenciado con el tiempo a través de la exposición a las redes sociales (Vergara, 2020).

Con respecto a la asociación entre el número de horas dedicadas a Instagram y la imagen corporal de los jóvenes, así como su satisfacción con el aspecto físico, cabe destacar que los encuestados que consumen entre cinco y seis horas o más de seis horas de redes sociales al día son, a su vez, los que más piensan en su aspecto físico. Así, se sienten avergonzados de mí mismos cuando no se esfuerzan por tener el mejor aspecto posible. Estos resultados son coincidentes con los del estudio llevado a cabo por Feltman y Szymanski (2018), en el cual se halló que una mayor exposición en redes sociales se relaciona con una mayor insatisfacción con el cuerpo y el peso.

Finalmente, un hecho realmente alarmante es la figura de la mediación parental en esta dinámica, se encontró que más de la mitad de los adolescentes carecen de supervisión parental, estos resultados son coincidentes con los encontrados en el estudio de Díaz-López et al. (2020). Además, cabe alertar de que aquellos encuestados que no tienen supervisión por parte de adultos responsables, son aquellos que más piensan en su aspecto físico, se preocupan por más por cómo se sienten físicamente, son los que más se comparan con otras personas, no tienen mucho control sobre su apariencia, miden su valía por el nivel de ejercicio que practican, se preocupan por cómo los ven los demás, creen que por mucho que se esfuerzen, su peso va a ser el mismo y se sienten mejor cuando reciben comentarios positivos sobre su aspecto físico en redes sociales. Estos resultados se podrían reducir mediante una mediación activa, procurando acompañar y orientar a los adolescentes mediante el diálogo (Cebollero-Salinas et al., 2021), en lugar de una mediación restrictiva con limitaciones de tiempo y contenido que producen un efecto contrario y sitúa a los padres en una posición difícil con respecto al derecho de los adolescentes a la privacidad (López de Ayala et al., 2019).

Tras todo lo dicho, conviene recordar que el periodo de la adolescencia se caracteriza por la exploración de la identidad o la búsqueda de un sentido coherente de sí mismo (Uhls et al., 2017), el cual se va a ver estrechamente ligado con las redes sociales a la sensación de conexión con las personas (Gil et al., 2015). Por ello, es crucial continuar indagando en la problemática que ha sido estudiada en este estudio, de modo que se puedan evitar consecuencias poco o nada deseables que puedan afectar a la salud física y mental de los más jóvenes, con desórdenes asociados al uso problemático de las redes sociales tales como ansiedad, depresión (Santana-Vega et al., 2019) o trastornos de la conducta alimentaria (Aznar-Díaz et al., 2018).

Se concluye que, el uso extendido y sin supervisión de las redes sociales, concretamente de Instagram, ha derivado en una nueva relación con la valoración del cuerpo, la autoimagen y la valoración de los demás, obteniendo resultados como que los jóvenes no dejan de pensar en su aspecto físico y afirman sentirse

mejor al recibir comentarios positivos sobre su aspecto. Este hecho confirma la búsqueda de valoración del entorno social y ser aceptado. Hablamos pues de un problema que afecta a más de la mitad de los encuestados, independientemente de la edad y el sexo. Con el agravante de que un mayor número de horas en redes sociales se relaciona con el incremento de este problema: cuantas más horas, más importancia se le da a la imagen corporal y mayor es la insatisfacción personal.

Es indiscutible que existe una problemática de uso de las redes sociales, ya no solo de Instagram, la principal red social de este estudio, sino de todas ellas, así como de los medios de comunicación y la publicidad. Es por ello por lo que cabe destacar la importancia de reconocer, analizar y evitar ciertas conductas en los niños y adolescentes para evitar problemas mayores tanto a corto como a largo plazo.

Limitación y Proyección

Este estudio se ha encontrado con algunas limitaciones. En primer lugar, la muestra no es representativa, ya que el número de participantes es limitado, por lo que los resultados no pueden ser extrapolables a toda la población y han de ser interpretados con cautela. Adicionalmente, la muestra no es homogénea, interesaría tener una cantidad de chicos y chicas similar, así como abordar los diferentes rangos de edad y poder contar con un mayor número de participantes.

En segundo lugar, sería interesante analizar el motivo y los factores por los que se da un consumo acusado de las redes sociales, explorando si puede existir una asociación con variables tales como la autoestima, una sobreexposición de contenido sobre el cuerpo, o incluso por el surgimiento de los denominados *influencers* cuya fuente de ingresos principal es su belleza y perfección.

Finalmente, este estudio se plantea no solo para identificar estas conductas en los adolescentes y analizarlas, sino también para plantear soluciones y evitar, o al menos postergar, la aparición de este hecho a edades tan tempranas. El objetivo es actuar sobre la población que todavía no ha tenido contacto con las redes sociales para que cuando lo tenga, este sea adecuado y responsable. Se insta por tanto a la creación de programas de intervención primaria y secundaria para el alumnado de educación primaria acerca del uso adaptativo de las redes sociales.

Conflicto de Intereses

Los autores de este trabajo declaran que no existe conflicto de intereses.

Referencias

- Aznar-Díaz, I., Cáceres-Reche, M.P., & Romero-Rodríguez, J.M. (2018). Efecto de la metodología *mobile learning* en la enseñanza universitaria: meta-análisis de las investigaciones publicadas en WOS y Scopus. *RISTI, Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, 30, 1-16. <https://doi.org/10.17013/risti.30.1-16>
- Caceres-Lembcke, E.B., & Otoya, K.M. (2021). *Construcción de la identidad en la adolescencia a través del uso de redes sociales* [Tesis Doctoral]. Repositorio académico de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Universidad de Lima. <http://hdl.handle.net/20.500.11955/753>

- Cebollero-Salinas, A., Cano-Escoriaza, J., & Orejudo-Hernández, S. (2021). Abuso de Internet y adolescentes: gratificaciones, supervisión familiar y uso responsable. Implicaciones educativas y familiares. *Digital Education Review*, 39, 42-59. <https://doi.org/10.1344/der.2021.39.42-59>
- Del Prete, A., & Redon-Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(1), 2-3. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Díaz-López, A., Maquilón-Sánchez, J., & Mirete-Ruiz, A. (2020). Maladaptive use of ICT in adolescence: profiles, supervision and technological stress. *Comunicar*, 28(64), 29-38. <https://doi.org/10.3916/c64-2020-03>
- Díaz-López, A., Mirete-Ruiz, A.B., & Maquilón-Sánchez, J. (2021). Adolescents' perceptions of their problematic use of ICT: relationship with study time and academic performance. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6673. <https://doi.org/10.3390/ijerph18126673>
- Feltman, C.E., & Szymanski, D.M. (2018). Instagram use and self-objectification: the roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles: A Journal of Research*, 78(5), 311-324. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0796-1>
- Fredrickson, B.L., & Roberts, B. (1997). Objectification theory: Towards 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>
- García-Jiménez, A., López de Ayala, M.C., & Montes Vozmediano, M. (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 25(48), 269-286. <https://doi.org/10.1387/zer.21556>
- Gil, F., Valle, G.D., Oberst, U., & Chamarro, A. (2015). Nuevas tecnologías ¿nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out. *Aloma*, 33(2) 77-83. <https://doi.org/10.51698/aloma.2015.33.2.77-83>
- Guizzo, F., & Cadinu, M. (2017). Effects of objectifying gaze on female cognitive performance: The role of flow experience and internalization of beauty ideals. *British Journal of Social Psychology*, 56(2) 281-292. <https://doi.org/10.1111/bjso.12170>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image, International Journal of Research*, 17, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Karsay, K., Knoll, J., & Matthes, J. (2018). Sexualizing media use and self-objectification: A meta-analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 9-28. <https://doi.org/10.1177/0361684317743019>
- López-de-Ayala, M.C., Martínez-Pastor, E., & Catalina-García, B. (2019). Nuevas estrategias de mediación parental en el uso de las redes sociales por adolescentes. *El profesional de la información*, 28(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.23>
- Moya-Garófano, A., Rodríguez-Bailón, R., Megías, J.L., & Moya, M. (2017). Spanish version of the Objectified Body Consciousness Scale (OBCS). *International Journal of Social Psychology/Revista de Psicología Social*, 32(2), 377-394. <https://doi.org/10.1080/02134748.2017.1292700>
- Reid-Chassiakos, Y., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M., & Cross, C. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5), e20162593. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-2593>
- Rosales, P., & Gutiérrez, R. (2022). Impacto de las redes sociales en la percepción de cuerpo saludable en el adolescente. *CiNteB*, 1(2), 34-44.
- Sáez-López, J.M. (2017). *Investigación Educativa. Fundamentos teóricos, procesos y elementos*. UNED.
- Santana-Vega, L.E., Gómez-Muñoz, A.M., & Feliciano-García, L. (2019). Uso problemático del móvil, fobia a sentirse excluido y comunicación familiar de los adolescentes. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 27(59), 39-47. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-04>
- Sanz-Arazuri, E., Alonso, R.A., Sáenz-de-Jubera-Ocón, M.M., Ponce-de-León-Elizondo, A.M., & Valdemoros-San-Emeterio, M.A. (2018). Ocio, redes sociales y estudiantes españoles. *Educación XXI*, 21(2), 59-78. <https://doi.org/10.5944/educxx1.19538>
- Uhls, Y.T., Ellison, N.B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140, 67-70. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758E>
- Vergara, L. (2020). Imagen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en etapa de adolescencia temprana [Tesis Doctoral]. Repositorio académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/176181>