



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

Maestría en Psicología Clínica

**Incidencia de las redes sociales en la imagen corporal y la
autoestima de mujeres adolescentes**

Autora

Viviana Carlota García Romero

Docente

Carlos Burneo Garcés, PhD.

Resumen

La adolescencia es una etapa de transición en la vida de un individuo donde la autoestima y la imagen corporal desempeñan un papel crucial. Durante este periodo, los jóvenes experimentan cambios físicos y emocionales significativos que pueden afectar su percepción de sí mismos. La presión social, los estándares de belleza y los ideales irreales pueden influir en su autoestima y en cómo se ven a sí mismos, asimismo el gran interés por alcanzar el ideal de belleza en la sociedad se ve potenciada significativamente por el uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales, que constituyen un medio rápido para la difusión de estereotipos y la normalización de ciertos estándares. Es así, que, el objetivo general de esta investigación es estudiar la influencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de adolescentes mujeres ecuatorianas, con un planteamiento en los efectos del contenido idealizado en plataformas digitales en la percepción de sí mismas. A través de un enfoque cuantitativo descriptivo correlacional, se analizarán las relaciones entre redes sociales, imagen corporal y autoestima, recopilando datos sin manipulación con el fin de comprender a profundidad sus resultados y su impacto en las jóvenes. Los resultados preliminares sugieren que las redes sociales ejercen una fuerte influencia en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes, exponiéndolas a estándares estéticos perjudiciales y presiones sociales. Esta situación conlleva a la generación de inseguridades y vulnerabilidades emocionales en las mujeres adolescentes, subrayando la importancia de abordar integralmente esta problemática con educación digital y habilidades socioemocionales para fomentar una relación sana con las redes sociales y reforzar una autoimagen positiva. Por tanto, se plantea una propuesta de intervención psicológica para promover una imagen corporal saludable y una autoestima positiva en esta población estudiada, considerando el notable impacto de las redes sociales en su autopercepción. En este sentido, es crucial destacar en la discusión la relevancia de concienciar sobre los riesgos asociados al uso de las redes sociales en el desarrollo de aspectos esenciales que contribuyen a la seguridad y el bienestar en el desarrollo personal.

Palabras clave: madurez emocional, autopercepción, idealización, interacción social, nuevas tecnologías.

Abstract

Adolescence is a transitional stage in an individual's life where self-esteem and body image play a crucial role. During this period, young people experience significant physical and emotional changes that can affect their perception of themselves. Social pressure, beauty standards and unrealistic ideals can influence their self-esteem and how they see themselves, likewise the great interest in achieving the ideal of beauty in society is significantly enhanced by the use of technological tools such as social networks, which constitute a rapid means for the dissemination of stereotypes and the normalization of certain standards. Thus, the general objective of this research is to study the influence of social networks on the body image and self-esteem of Ecuadorian female adolescents, with an approach to the effects of idealized content on digital platforms on their self-perception. Through a quantitative descriptive correlational approach, the relationships between social networks, body image and self-esteem will be analyzed, collecting data without manipulation in order to deeply understand its results and its impact on young women. Preliminary results suggest that social networks exert a strong influence on the perception of body image and self-esteem of adolescent girls, exposing them to harmful aesthetic standards and social pressures. This situation leads to the generation of insecurities and emotional vulnerabilities in adolescent women, underlining the importance of comprehensively addressing this problem with digital education and socio-emotional skills to foster a healthy relationship with social networks and reinforce a positive self-image. Therefore, a psychological intervention proposal is proposed to promote a healthy body image and positive self-esteem in this population studied, considering the notable impact of social networks on their self-perception. In this sense, it is crucial to highlight in the discussion the relevance of raising awareness about the risks associated with the use of social networks in the development of essential aspects that contribute to security and well-being in personal development.

Keywords: emotional maturity, self-perception, idealization, social interaction, new technologies.



Índice de contenidos

1. Introducción	6
1.1. Planteamiento del problema	8
1.2. Revisión de la literatura	8
2. Justificación y relevancia del tema	9
3. Pregunta de investigación	9
4. Objetivos	9
5. Marco teórico	10
6. Marco metodológico	16
6.1. Diseño del estudio	16
6.2. Contexto	16
6.3. Participantes y muestreo	16
6.4. Instrumentos	17
6.5. Procedimiento	18
6.6. Análisis de datos	19
6.7. Planificación de actividades	19
6.8. Reflexividad del investigador	20
6.9. Consideraciones éticas	21
6.10. Viabilidad	22
7. Resultados esperados	22
8. Propuesta de intervención	23
8.1. Nivel de intervención	23
8.2. Fundamentación	24
8.3. Descripción de la propuesta	26
8.4. Objetivos de la intervención	26
8.5. Población objetivo	26
8.6. Actividades de intervención	27
8.7. Recursos necesarios para implementar la intervención	27
8.8. Plan de evaluación de la intervención	28
8.9. Viabilidad	28
9. Discusión, conclusiones y recomendaciones	29
9.1. Implicaciones de los resultados esperados para la investigación y la práctica clínica	30
9.2. Limitaciones y fortalezas de la propuesta de investigación y de la propuesta	30
9.3. Conclusiones generales tras desarrollar la propuesta de investigación y la propuesta	31
9.4. Recomendaciones-Conclusiones	32
10. Referencias	34



Índice de tablas

Tabla 1. Planificación de actividades de la investigación	20
Tabla 2. Actividades de intervención	27



1. Introducción

La adolescencia es una etapa crucial en la vida de las personas, que marca la transición entre la infancia y la adultez. Este período que se da entre los 10 a 19 años, se caracteriza por profundos cambios físicos, emocionales, cognitivos y sociales, dando lugar a una búsqueda de identidad y autonomía (APA, 2020). Durante la adolescencia, los jóvenes experimentan una intensa exploración de su entorno, relaciones interpersonales y valores personales, con el fin de establecer su propio sentido de individualidad y pertenencia en el mundo; También es un momento en el que se enfrentan a mayores desafíos y responsabilidades, como la toma de decisiones importantes de su educación, carrera profesional y relaciones personales (Loevinger, 2019). La búsqueda de independencia y la necesidad de ser aceptado por sus pares puede generar conflictos con figuras de autoridad, como padres y maestros. A pesar de los desafíos que conlleva, la adolescencia es una etapa enriquecedora que brinda la oportunidad de explorar y descubrir quiénes somos realmente y cómo lo valoramos, escenario donde la autoestima juega un papel protagónico.

La autoestima es un concepto fundamental en el ámbito psicológico, que se refiere a la valoración que una persona tiene de sí misma, su percepción de su propio valor y su capacidad para enfrentar los desafíos de la vida de manera positiva (Cordero, 2018). La autoestima saludable puede entenderse como la habilidad para reconocerse, valorarse adecuadamente, aceptarse y confiar en uno mismo (Branden, 1994). Esta habilidad se construye a lo largo de la vida, a partir de experiencias, interacciones sociales, logros personales y la manera en que nos percibimos. Además, la autoestima influye en la toma de decisiones, en la forma en que nos relacionamos con los demás y en nuestra capacidad para manejar el estrés y la adversidad (Fernández, 2018). Una autoestima baja puede manifestarse en sentimientos de inseguridad, ansiedad, depresión y dificultades para establecer límites saludables en las relaciones interpersonales; Por otro lado, una autoestima elevada está vinculada a una mayor satisfacción personal, rendimiento académico y laboral, así como relaciones interpersonales más satisfactorias (Bandura, 1997). En este punto, la imagen corporal, al igual que otros factores o aspectos del físico y la personalidad del individuo, pueden incidir de modo significativo en la construcción de una autoestima equilibrada y realista, basada en el autoconocimiento, el autocuidado y el reconocimiento de logros, virtudes y limitaciones.

La imagen corporal se refiere a la percepción subjetiva que una persona tiene de su propio cuerpo, incluyendo sus dimensiones, forma, peso y apariencia física en general



(Fernández, 2013). Esta percepción no siempre coincide con la realidad física, ya que puede influenciarse por factores psicológicos, sociales, culturales y emocionales. La imagen corporal se forma a lo largo de la vida a partir de experiencias personales, interacciones sociales, mensajes mediáticos y normas culturales sobre la belleza y el ideal de cuerpo (Pruzinsky, 2024). Una imagen corporal positiva se caracteriza por una aceptación y apreciación de uno mismo, independientemente de las expectativas externas o los estándares de belleza impuestos por la sociedad (Llerena, 2018). Por otro lado, una imagen corporal negativa puede manifestarse en sentimientos de insatisfacción, vergüenza, ansiedad y trastornos alimenticios (Lozada, 2016). La promoción de una imagen corporal saludable implica la aceptación y la celebración de la diversidad de formas y tamaños de cuerpos, así como el fomento de una relación positiva con la alimentación, el ejercicio y el autocuidado (Guzmán, 2022). Es fundamental reconocer la importancia de cultivar una imagen corporal basada en el respeto, la autoaceptación y el amor propio, de esta forma lograremos precautelar una buena salud mental al momento de revisar contenido en redes sociales.

Las redes sociales han transformado radicalmente la forma en que las personas interactúan, se comunican y construyen su identidad en la sociedad actual, teniendo un impacto significativo en el desarrollo de la personalidad (Granovetter, 2016). A través de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok, las personas pueden crear y mantener conexiones con otros, compartir aspectos de sus vidas, expresar sus opiniones y buscar validación social. Sin embargo, el uso excesivo de las redes sociales y la exposición constante a la comparación con los demás pueden influir negativamente en la autoestima, la percepción de uno mismo y la salud mental (Wellman, 2019). La presión por mostrar una imagen idealizada en línea puede generar ansiedad, inseguridad y sentimientos de insuficiencia en los usuarios; Además, la dependencia de la validación externa a través de likes y comentarios puede afectar la autoestima y la autoimagen de las personas, creando una búsqueda constante de aprobación y aceptación en el mundo digital (González, 2018). Es importante fomentar un uso consciente y saludable de las redes sociales para promover un desarrollo de la personalidad positivo y equilibrado, basado en la autenticidad, la autoaceptación y el cuidado de la salud mental (Castell, 2021).

Actualmente, Internet y las redes sociales ocupan más protagonismo en la vida de los adolescentes, son un recurso necesario para que los adolescentes puedan relacionarse con sus iguales y ayudan al desarrollo de su identidad. Por ello, desconectarse de ellas puede resultar complicado, observándose un aumento de la participación de las jóvenes a las redes sociales y



el tiempo diario que le dedican (Goodyear, 2020). En varios estudios realizados han mostrado la participación de los jóvenes en las redes sociales, donde (Cipolletta et al., 2021) señalaron que 13 a 17 años, el 94 % tienen redes sociales; y (Shah et al., 2022) concluyeron que el 93 % de los adolescentes usan las redes sociales, de los cuales el 96 % se conectan a las redes sociales a diario.

1.1 Planteamiento del problema

Si bien se conoce el impacto negativo de un sin número de factores de riesgo del desarrollo de la personalidad y de modo específico de la autoestima, entre los que sobresalen las redes sociales, no se ha estudiado esta relación en población adolescente femenina ecuatoriana.

1.2 Revisión de la literatura

La revisión de la literatura sobre el impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes mujeres revela hallazgos significativos de diversos estudios. Diedrichs y Vartanian, en el año 2015, encontraron que la exposición a contenidos de imagen corporal en Facebook puede generar preocupaciones y afectar el bienestar emocional de las mujeres jóvenes. Por otro lado, Perloff, en el año 2014, aportó una amplia revisión teórica de los efectos de las redes sociales en la imagen corporal de las mujeres jóvenes, siendo estos los causantes de baja autoestima en este grupo. Siguiendo el mismo objetivo de investigación, Tiggemann & Slater, en el año 2014, destacaron una relación entre el tiempo dedicado a Internet y Facebook con mayores preocupaciones por la imagen corporal en adolescentes, subrayando la influencia de estas plataformas en la percepción de la apariencia física. Además, Fardouly y Vartanian en noviembre de año 2015, exploraron el impacto de las imágenes de Instagram en las preocupaciones de imagen corporal de las mujeres jóvenes. Asimismo, Tiggemann & Slater, en el año 2014, observaron una posible relación entre la auto-objetificación y problemas de salud mental en adolescentes, resaltando la importancia de la percepción de la apariencia física en el bienestar psicológico. En otro estudio, realizado por Fardouly en el año 2015, identificó cómo las comparaciones de apariencia en redes sociales, medios tradicionales y en persona contribuyen a las preocupaciones de imagen corporal de las mujeres. Finalmente, Diedrichs en el año 2015, revelaron que las redes sociales centradas en la apariencia pueden impactar en las preocupaciones por la imagen corporal y la patología alimentaria en mujeres jóvenes, subrayando la relevancia de investigar cómo estas interacciones influyen en la percepción de la apariencia física a lo largo del tiempo.



2. Justificación y relevancia del tema

Considerando que la adolescencia es una etapa crucial en el desarrollo de la personalidad y tomando en cuenta la influencia negativa que ejercen las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima, es importante conocer el alcance de la incidencia de este fenómeno, ya que permitirá entender la magnitud del impacto que las redes sociales tienen en la percepción de sí mismas, esto a su vez facilitará el diseño de estrategias de formación específicas y eficaces que aborden estas cuestiones de manera directa. Es por esto que, al ajustar el tipo de interacción e intervención en función de los resultados obtenidos en la investigación, se pueden implementar medidas más precisas y adaptadas a las necesidades de este grupo demográfico vulnerable, esto incluye la identificación de patrones de comportamiento en línea y la predicción de posibles consecuencias en la salud mental y emocional de las adolescentes. Además, sería fundamental priorizar la educación a los padres sobre estrategias más asertivas y eficaces, para brindarles las herramientas necesarias y que puedan apoyar a sus hijas en este aspecto tan delicado, por otra parte, se deberá brindar información sobre cómo abordar el tema de la influencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima que permitirá guiar a sus hijas de manera positiva y constructiva, fomentando una relación saludable con su cuerpo y su autoconcepto. Un estudio en este tema proporcionaría información valiosa para comprender, prevenir y abordar los problemas asociados con la influencia de las redes sociales en las adolescentes mujeres.

3. Pregunta de investigación

¿Cuál es la incidencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima en una muestra de mujeres adolescentes ecuatorianas?

4. Objetivos

Objetivo general. Estudiar la incidencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima en una muestra de mujeres adolescentes ecuatorianas.

Objetivos específicos

- Identificar las características sociodemográficas, de uso de redes sociales, y clínicas de una muestra de adolescentes mujeres ecuatorianas.
- Evaluar la imagen corporal de una muestra de adolescentes mujeres ecuatorianas.

- Evaluar la autoestima una muestra de adolescentes mujeres ecuatorianas

5. Marco teórico

Adolescencia

La adolescencia es un período crucial en la vida de un individuo, marcado por profundos cambios físicos, emocionales, cognitivos y sociales (Rentería, 2011). Según la Organización Mundial de la Salud, la adolescencia se define como el período que va desde los 10 hasta los 19 años de edad. Durante esta etapa, los jóvenes experimentan una transición gradual de la niñez a la edad adulta, enfrentando una serie de desafíos y oportunidades que moldearán su identidad y su futuro (Wanadoo, 2005).

Uno de los aspectos más destacados de la adolescencia es la búsqueda de identidad, un proceso crucial según el psicólogo Erik Erikson. En su teoría del desarrollo psicosocial, Erikson plantea que los adolescentes se enfrentan al conflicto de la identidad frente a confusión de roles, y deben resolverlo construyendo una imagen coherente de sí mismos y de su lugar en el mundo (Cabrera, 2014). Este proceso de autoexploración y definición puede llevar a la experimentación con diferentes roles, valores y creencias, en un esfuerzo por definir quiénes son y quiénes desean ser.

La adolescencia también está marcada por cambios biológicos significativos, como el inicio de la pubertad. La pubertad es un momento de reorientación fisiológica en la vida de un ser humano (Bartoshuk, 2013). Durante la pubertad, el cuerpo experimenta un rápido crecimiento, cambios en la composición corporal y el desarrollo de características sexuales secundarias. Estos cambios pueden generar confusión y ansiedad en los adolescentes, especialmente en aquellos que se sienten presionados por los estándares de belleza y delgadez promovidos por los medios de comunicación (Bartoshuk, 2013).

Desde el punto de vista cognitivo, la adolescencia está marcada por el desarrollo del pensamiento abstracto y la capacidad de razonamiento lógico. Según el psicólogo Jean Piaget, los adolescentes alcanzan la etapa de las operaciones formales, en la que son capaces de pensar de manera más abstracta e hipotética, lo que les permite reflexionar sobre conceptos complejos y resolver problemas de manera más sofisticada (Cabrera, 2014).

En el ámbito social, la adolescencia es un período de intensa exploración de las relaciones interpersonales y la búsqueda de autonomía (Torres, 2016). Los jóvenes buscan independizarse de sus padres, establecer vínculos más estrechos con sus pares y desarrollar su



propia identidad social. Según la psicóloga Melanie Klein, la adolescencia es un momento de liberación y descubrimiento, en el que los jóvenes comienzan a expresar sus propias opiniones y a forjar su propio camino en la vida.

Sin embargo, la adolescencia también puede ser un período de vulnerabilidad y riesgo, especialmente en lo que respecta a la salud mental. Según la Organización Mundial de la Salud, aproximadamente el 10-20 % de los adolescentes experimentan problemas de salud mental, como la depresión y la ansiedad, es crucial que los adultos y los profesionales de la salud estén atentos a las señales de alerta y brinden el apoyo necesario a los jóvenes que atraviesan momentos difíciles.

La adolescencia es una etapa de transformación y crecimiento, en la que los jóvenes enfrentan una serie de desafíos y oportunidades que contribuirán a su desarrollo integral; Es importante que tanto los adolescentes como sus familias y la sociedad en su conjunto reconozcan la importancia de este período y brinden el apoyo necesario para que los jóvenes puedan atravesarlo de manera saludable y constructiva, la adolescencia es un momento de cambio y posibilidad, en el que los jóvenes pueden descubrir quiénes son y quiénes quieren ser (Brooks, 2019).

Autoestima

La autoestima es un concepto psicológico que se refiere a la valoración y percepción que una persona tiene de sí misma. Es una evaluación subjetiva que influye en la forma en que nos vemos, nos relacionamos con los demás y afrontamos los desafíos y situaciones de la vida (Mézerville, 2024).

Existen varios factores que influyen en la autoestima de una persona, como las experiencias y recuerdos pasados, la relación con los demás, las expectativas y creencias personales, así como la cultura y sociedad en la que se vive (Güell & Muñoz 2000).

La evaluación global de la dimensión de Yo o self. La autoestima también se refiere a la autovalía o a la autoimagen, y refleja la confianza global del individuo y la satisfacción de sí mismo (Santrock, 2002)

La autoestima puede ser tanto positiva como negativa, y se manifiesta en la manera en que nos expresamos, nos valoramos y cuidamos de nosotros mismos. Una autoestima saludable es fundamental para el bienestar emocional y mental de una persona, mientras que una

autoestima baja puede tener efectos negativos en la calidad de vida y el desarrollo personal (White, 1998)

De igual forma, investigaciones han demostrado que una buena autoestima se correlaciona con un mayor nivel de felicidad, satisfacción con la vida, optimismo, resistencia al estrés y habilidades de afrontamiento; Además, también se asocia con una mayor capacidad para establecer relaciones positivas y saludables, tomar decisiones asertivas, perseguir metas y alcanzar logros (Salas, 2023).

Por su parte (Eisenberg & Patterson, 1981) enfatizan en que la autoestima no es estática, sino que puede cambiar a lo largo de la vida, siendo influenciada por diversas situaciones y experiencias; Es importante destacar que una autoestima alta no implica arrogancia o superioridad, sino una estima realista y saludable de uno mismo (Hidalgo, 2017)

La imagen corporal

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

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

Así también, (Banfield & McCabe, 2002) definen a la imagen corporal como una representación mental que poseen las personas referido a su propio cuerpo en cuanto a su forma y tamaño, la cual se ve influida por una serie de factores, ya sea históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos (Ramírez, 2018).

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

Componentes de la imagen corporal



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

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

Por otro lado, en investigaciones más actuales se encuentra que la imagen corporal se ve constituida por cuatro componentes primordiales, tales como el componente perceptual, el cual se refiere a cómo el individuo percibe su cuerpo de forma general o cada parte de este; el componente cognitivo, que hace referencia a las valoraciones que realiza la persona con respecto al cuerpo o una parte específica del mismo, el componente afectivo, que contempla los sentimientos o actitudes que experimenta el individuo en relación a su cuerpo y el componente conductual, donde se expresan ciertas acciones o comportamientos en base a la percepción y valoración, que presenta el sujeto de su propio cuerpo (Vaquero et al., 2015).

Diferencias de género en la imagen corporal

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

No obstante, diversos estudios afirman diferencias con respecto al tema entre las mujeres y varones, ya que se concluye que la población femenina percibe su propio cuerpo con mayor peso que el reflejado por su IMC de forma objetiva en comparación de los varones,



(Ramos et al., 2003). Además, los grupos de hombres estudiados se encuentran más satisfechos con la imagen corporal que poseen; y escasamente se afirman a sí mismos como “un poco gordo” o “demasiado gordo” (Ramírez, 2017).

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

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

Redes Sociales

En los últimos años se ha producido una revolución tecnológica que tuvo sus orígenes en 1969, con la creación del internet por parte del Departamento de Defensa de Estados Unidos, el cual ha promovido el desarrollo y la masificación de nuevos aparatos tecnológicos (Arab & Diar, 2015)

Por otra parte, el inicio de las redes sociales data del año 1994, es cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com, con este sitio web se buscaba que las personas logren mantener contacto sin la necesidad de recorrer distancias significativas o cortas, con aquellos amigos, familiares, conocidos, o netamente relacionado al mundo laboral o académico (Parra y Giménez, 2018)

Al tener una gran aceptación por las personas a nivel mundial, las múltiples plataformas que hasta ahora existen y siguen creciendo, estas fueron expandiéndose rápidamente entre los adolescentes en terminales móviles, por lo que las operadoras telefónicas fueron adaptando a su servicio y en su portada todas estas aplicaciones de internet con acceso directo. (Hender & Bladers, 2016).

Asimismo, las redes sociales en internet son comunidades virtuales que funcionan como una plataforma de comunicaciones y formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. (Rodríguez & Fernández, 2014)



Las redes sociales más utilizadas por las adolescentes son:

TikTok. Es una aplicación de redes sociales que permite a los usuarios crear y compartir videos cortos. Fue lanzada en septiembre de 2016 por la empresa china ByteDance. TikTok se basa en la idea de que las personas pueden grabar videos de ellos mismos realizando desafíos, bailes, lip sync y otras actividades creativas y compartirlas en la plataforma (Lozada y Peral, 2019). La aplicación se ha vuelto extremadamente popular, especialmente entre los jóvenes, y ha ganado millones de usuarios en todo el mundo. TikTok ha logrado un gran éxito debido a su interfaz intuitiva, su amplia gama de efectos especiales y su algoritmo de recomendación personalizado. La aplicación ha sido descargada cientos de millones de veces y ha ganado una gran base de Seguidores en diversas plataformas de redes sociales (Lozada y Peral, 2019).

Facebook. Es una red social creada por Mark Zuckerberg. Fue fundada en el año 2004 y se ha convertido en una de las plataformas más populares y utilizadas en todo el mundo, permite a los usuarios conectarse con amigos, familiares y otras personas, compartir fotos, videos y publicaciones, y estar al tanto de las actualizaciones de los demás (Legarda, 2016).

Instagram. Es otra red social centrada en compartir fotos y videos; Fue lanzada en el año 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger, y fue adquirida por Facebook en 2012, Instagram ha ganado popularidad por funciones como filtros para editar imágenes, Stories y la posibilidad de seguir a personas o marcas para ver su contenido visual (Jonnes y Brow, 2015).

Equis (X). Anteriormente llamada Twitter, es una red social y plataforma de microblogging que permite a los usuarios enviar y leer mensajes cortos llamados "tweets". Estos mensajes tienen una limitación de 280 caracteres y se utilizan para compartir ideas, noticias, pensamientos o cualquier otro tipo de contenido; Twitter fue creado por Jack Dorsey, junto con Biz Stone y Evan Williams y se lanzó públicamente en el año 2006. Desde entonces, se ha convertido en una plataforma muy popular en todo el mundo, donde los usuarios pueden seguir a otras personas para ver sus tweets, interactuar con ellos y compartir contenido en tiempo real. Estas aplicaciones tienen algo en común, cuentan con filtros para modificar la apariencia real de quien decida hacerlo, todo esto sin restricción de edad o criterio para ser usadas, lo que hace que las adolescentes sean más vulnerables a su uso (Martínez, 2022)

6. Marco metodológico

6.1 Diseño del estudio



En esta investigación adopta un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo correlacional, para examinar de manera objetiva las relaciones entre el uso de redes sociales, la imagen corporal y la autoestima en adolescentes mujeres. Este enfoque permitirá identificar posibles asociaciones entre estas variables y determinar si existe una influencia directa o indirecta de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de las participantes. Por otro lado, el estudio no experimental transversal implica la recopilación de datos en un solo momento temporal, sin intervención ni manipulación de variables por parte del investigador. En este contexto, se buscará obtener información sobre el uso de redes sociales, la percepción de la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes mujeres en un momento específico, con el fin de examinar correlaciones y posibles patrones en los datos recopilados. Es importante tener en cuenta que este tipo de investigación puede arrojar resultados significativos que contribuyan a comprender mejor el impacto de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes mujeres.

6.2 Contexto

La presente investigación tiene como característica importante el entorno en donde se llevará a cabo y las características de la muestra de estudio, en este sentido el proyecto se realizará en la zona norte de Quito, en una comunidad rural, la institución educativa se encuentra en una zona privilegiada con un estatus socioeconómico alto, por lo cual la muestra de estudio es vulnerable por su fácil acceso a aparatos tecnológicos y por ende a las redes sociales.

6.3 Participantes y muestreo

La muestra deberá estar compuesta por 60 adolescentes mujeres, de 14 a 18 años, estudiantes de la Unidad Educativa Particular "Vida Nueva", de la ciudad de Quito. La Unidad Educativa será seleccionada mediante la técnica de muestreo por conveniencia. Del total de 78 adolescentes con estas características que frecuentemente asiste a clases, se seleccionarán 60 mediante muestreo aleatorio simple.

Criterios de inclusión

. Los criterios de inclusión principales son:

- Tener entre 14 a 18 años.
- Asistir a la Unidad Educativa Particular Femenina Vida Nueva.
- Cursar en 9no a 6to de secundaria



- Acudir regularmente a clases
- No presentar condiciones patológicas.
- Utilizar diariamente algún tipo de Red Social (WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok).

6.4 Instrumentos

Entrevista estandarizada- Datos sociodemográficos (García, 2024)

Esta entrevista estandarizada de creación propia, tiene como objetivo recopilar datos sociodemográficos, por medio de 13 preguntas que nos permitirán obtener información más amplia sobre su nombre, edad, genero, fecha de nacimiento, lugar de residencia, raza-etnia, nivel educativo, número de personas que viven en casa, condiciones de vida, uso de redes sociales, imagen corporal y autoestima, experiencia en redes sociales, opinión sobre las redes sociales. Esta entrevista se planteó basándose en los objetivos planteados en esta investigación.

Social Media Addiction Scale-Student Form (SMAS-SF; Sahin, 2018)

Para la adicción a Redes sociales de los participantes se aplicará la Escala de Adicción a las redes sociales “Social Media Addiction Scale-Student Form” (SMAS-SF; Sahin, 2018), para estudiantes mujeres de 14 a 18 años. Está compuesta de 29 ítems que envuelven cuatro dimensiones: “Satisfacción por estar conectado a las redes sociales”, “Problemas”, “Obsesión con estar informado” y “Necesidad/Obsesión de estar conectado”. Asimismo, se cumplimenta a partir de una escala Likert que va desde “fuertemente de acuerdo”, hasta “fuertemente en desacuerdo”. Se muestra una alta fiabilidad, 0.7, no solo en la globalidad del instrumento sino también en las diferentes dimensiones que lo conforman.

Cuestionario de la figura corporal (Cooper et al., 1987)

Se utilizará la versión en español de Reich (1996), validada por Castrillón, Luna, Avendaño y Pérez (2007). El cuestionario se compone de 34 preguntas, divididas en las siguientes categorías: Preocupación por la imagen corporal y el peso (2, 3, 4, 6,13, 14, 17, 21, 22, 23, 24,34), Insatisfacción corporal producida por el propio cuerpo (12, 19, 20, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 33). Auto desvalorización por la apariencia física (8, 9, 10, 11, 15, 18), Cogniciones y comportamientos inadecuados para controlar el peso (7, 16, 26, 32) y Percepción corporal negativa (1, 5, 13). El cuestionario es autoadministrado y tiene una escala tipo Likert de 6 puntos. Responderán según el autoconocimiento y grado de identificación de cada ítem. El

objetivo central de la prueba es evaluar las alteraciones actitudinales de la imagen corporal. (Castrillón et al., 2007).

Escala de autoestima (Rosenberg, 1965)

Para evaluar la autoestima global de las participantes se utilizará la Escala de autoestima (Rosenberg, 1965). La versión original fue creada por Rosenberg en 1965 pero no fue hasta 1995 que se tradujo al castellano por Echeburúa. La estructura de la escala se constituye por diez ítems siendo estos enunciados la mitad de ellos positivos y la otra mitad negativos. Principalmente el objetivo es valorar los sentimientos de respeto y aceptación de los evaluados hacia ellos mismos. Por otro lado, los ítems se evalúan mediante una escala tipo Likert de cuatro puntos (1= muy de acuerdo, 2= de acuerdo, 3= en desacuerdo, 4= totalmente en desacuerdo), para nuestra investigación invertimos el orden de la escala para facilitar la cumplimentación por parte de los participantes. La puntuación total se encuentra entre 10 y 40. Por último, a la hora de realizar la corrección debemos hacer una inversión de puntuaciones de los ítems negativos, exactamente los ítems 3,5,8,9 y 10. Su fiabilidad es alta: correlaciones test-retestha variado de 0.82 a 0.88, con alfa de Cronbach en un rango de 0.77 a 0.88.

6.5 Procedimiento

El procedimiento para la investigación sobre la incidencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes mujeres ecuatorianas en un colegio particular de Quito comienza con la obtención del visto bueno del Comité de Ética para garantizar que se respeten los derechos y la privacidad de las participantes. Posteriormente, se requieren permisos de la institución educativa, con su representante que es su director académico, para llevar a cabo la investigación, lo que incluye la organización del espacio de evaluación y la definición de los horarios y procedimientos logísticos necesarios. En cuanto a los horarios solicitará la autorización para utilizar 1 hora con 45 minutos en los días lunes, miércoles y viernes, esto durante dos meses, el espacio donde se solicitará llevará a cabo las entrevistas y los test será en la oficina del DECE.

Luego, se procede con el contacto con la muestra mediante un muestreo representativo que permita obtener resultados significativos. Para garantizar la transparencia y la comprensión del estudio, se les explica a las participantes y sus representantes el propósito y los detalles de la investigación, y una vez que llenen los criterios de inclusión se les solicitarles que firmen un consentimiento informado.



Las evaluaciones estarán a cargo de 3 profesionales especializados en psicología, quienes seguirán un protocolo establecido para recopilar datos de forma objetiva y respetuosa. Este proceso se debe llevar a cabo con el mayor rigor ético y metodológico para obtener resultados válidos y relevantes que contribuyan a la comprensión de este fenómeno en el contexto de adolescentes ecuatorianas.

6.6 Análisis de datos

Para la gestión y procesamiento de la información, en orden a cumplir los objetivos específicos, se aplicarán análisis descriptivos y correlacionales.

6.7 Planificación de actividades

Esta investigación se pretende llevar a cabo en un periodo de dos meses, utilizando tres días a la semana: lunes, miércoles y viernes.

Las actividades esenciales, en orden a cumplir los objetivos específicos, pueden consultarse en la tabla 1.

Tabla 1 *Tabla de planificación*

Objetivo específico	Actividades por objetivo	Inicio	Fin
O.1 Identificar las características sociodemográficas, de uso de redes sociales y clínicas de una muestra de adolescentes mujeres ecuatorianas.	A.1.1. Entrevista estandarizada- datos sociodemográficos	M1	M1
	A.1.2 Estructurar Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales	M1	M1
	A.1.3. Programar Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales en el elemento Office Microsoft Forms.	M1	M1
	A.1.4. Aplicación Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales en la población de estudio.	M1	M1
	A.1.5. Ingreso de información de Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales en el programa estadístico SPSS.	M1	M1
	A.1.5. Análisis de resultados de Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales en el programa estadístico SPSS.	M1	M1
	A.1.1. Estructurar Cuestionario de la figura corporal	M1	M1
	A.1.2. Programar Cuestionario de la figura corporal en el elemento Office Microsoft Forms	M1	M1
	A.1.3. Aplicación Cuestionario de la figura corporal en la población de estudio.	M1	M2
	A.1.4. Ingreso de Cuestionario de la figura corporal en el programa estadístico SPSS.	M2	M2
O.2 Evaluar la imagen corporal de una muestra de adolescentes mujeres ecuatorianas.	A.1.5. Aplicación Cuestionario de la figura corporal en el programa estadístico SPSS.	M2	M2
	A.1.1. Estructurar Escala de autoestima	M2	M2
	A.1.2. Programar Escala de autoestima en el elemento Office Microsoft Forms.	M2	M2
	A.1.3. Aplicación Escala de autoestima en la población de estudio.	M2	M2
	A.1.4. Ingreso de Escala de autoestima en el programa estadístico SPSS.	M2	M2
O.3 Evaluar la autoestima una muestra de adolescentes mujeres ecuatorianas.	A.1.5. Análisis de Escala de autoestima en el programa estadístico SPSS.	M2	M2

Nota. O=Objetivo; A=Actividad; M=Mes

Fuente: Autoría propia.

6.8 Reflexividad del investigador

A) Posicionamiento del investigador.

En esta investigación cual objetivo es hacer reflexionar y brindar conocimiento amplio de la influencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima a las adolescentes de la Unidad Educativa Particular Femenina Vida Nueva, mi posicionamiento es que se nutra de información para que las adolescentes y no descuiden algo tan valioso en el progreso satisfactorio del ser humano, que es el cuidado de la salud mental, esto incluye su imagen corporal

y la autoestima. Por el altruismo como profesional en Psicología mi deber es velar por que los demás cuiden de sí mismos.

B) Reflexión sobre la intersubjetividad.

De acuerdo con las investigaciones, artículos científicos y la información que se ha logrado recabar del tema de esta investigación "Influencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima en adolescentes", creo que el nivel profesional que me caracteriza me hará entregarme al máximo en esta investigación, con el fin de que cada una de las adolescentes participantes pueda guardar plena conciencia del cuidado de su imagen corporal y autoestima expuesta en redes sociales.

C) Estrategias para promover la reflexividad.

Al no existir ningún sesgo que como profesional me haga interferir de alguna manera en la investigación, tomare en cuenta en todo momento la profesionalidad, compromiso y valores que me caracterizan

6.9 Consideraciones éticas

Como profesional psicóloga, considero que es crucial abordar adecuadamente las consideraciones éticas al investigar la influencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes mujeres ecuatorianas. Estos aspectos éticos deben ser abordados con respeto y cuidado, priorizando siempre el bienestar de las participantes. Es así que, como paso principal es fundamental obtener el consentimiento informado tanto de las adolescentes como de sus padres o tutores legales. Esto implica explicar claramente el propósito de la investigación, los procedimientos involucrados y los posibles riesgos y beneficios. Además, se debe asegurar que se respete la privacidad y confidencialidad de las participantes, garantizando que los datos recopilados se manejen con la debida protección y no se divulguen sin su consentimiento; Dado que la investigación aborda temas sensibles relacionados con la imagen corporal y la autoestima, es imprescindible tener en cuenta el bienestar emocional de las adolescentes. Esto implica proporcionarles recursos de apoyo y asesoramiento en caso de que se presenten situaciones que puedan afectar negativamente su bienestar psicológico; Es fundamental evitar cualquier daño físico o emocional durante el proceso de investigación, asegurándose de que las preguntas y actividades realizadas sean apropiadas y no perjudiciales para la salud y el bienestar de las participantes, además, es importante evaluar cuidadosamente los beneficios potenciales de la investigación. El estudio debe tener como objetivo generar conocimiento valioso sobre la influencia de las redes sociales

en la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes, con el propósito de desarrollar estrategias de apoyo y promover actitudes y comportamientos saludables. Se deben considerar los posibles riesgos y asegurarse de que los beneficios superen ampliamente cualquier posible perjuicio. Finalmente, la investigación debe ser inclusiva y no discriminadora, teniendo en cuenta las diversas experiencias y realidades de las adolescentes, independientemente de su origen étnico, religión, orientación sexual u otras características personales. Es importante tener en cuenta la equidad y evitar cualquier forma de sesgo o discriminación en el diseño y ejecución del estudio.

6.10 Viabilidad

Este proyecto que tiene la finalidad de establecer la influencia que tienen las redes sociales con la imagen corporal y la autoestima, tendrá un tiempo de aplicación en general de 2 meses, en ese tiempo se realizarán las charlas informativas, los cuestionarios y test en horario recreacional sin que esto interfiera en el horario académico de las estudiantes. En cuanto a recursos financieros están totalmente al alcance de ser cubiertos ya que a una calle de la institución se encuentra una parada del Metro de Quito, con esto descartando que sea de difícil acceso, esto en cuanto a transporte. Los test que se aplicaran están al alcance de un clic, ya que se cuenta con ellos al alcance de todo profesional de la salud mental, y los profesionales que deberán estar a cargo, lo cuales serían de 2, a máximo 3 Psicólogos. Por estas razones se entiende que es totalmente aplicable y no cuenta con restricciones de ningún tipo.

7. Resultados esperados

Las redes sociales han evolucionado para convertirse en una parte esencial de la vida cotidiana de los adolescentes en Ecuador, influyendo en su percepción de la imagen corporal y autoestima. La constante exposición a imágenes idealizadas y la presión para encajar en ciertos estándares estéticos puede provocar inseguridades y comparaciones dañinas en las jóvenes. Además, la importancia que estas adolescentes otorgan a las interacciones en las redes sociales, en busca de validación y reconocimiento, puede aumentar su vulnerabilidad emocional ante comentarios negativos o ciberacoso. Como resultado, la imagen corporal y la autoestima de estas jóvenes se verá afectada negativamente, ya que su valía personal se vincula cada vez más a la percepción que los demás tengan de ellas en el mundo digital. Es esencial abordar este fenómeno de manera integral, no solo considerando el impacto psicológico, sino también promoviendo la educación digital y habilidades socioemocionales para fomentar una relación saludable con las redes sociales y fortalecer la autoimagen positiva de estas jóvenes.



8. Propuesta de intervención

En la sociedad actual, las redes sociales desempeñan un papel cada vez más influyente en la vida de los adolescentes, especialmente en lo que respecta a la imagen corporal y la autoestima, es así que, los adolescentes, en particular las mujeres, se ven afectadas negativamente por los estándares de belleza irreales y la presión social impuesta por las redes sociales. Por lo tanto, es esencial que se realice una intervención psicológica que promueva una imagen corporal saludable y una autoestima positiva en las adolescentes.

El programa "Cuerpo Sano, Autoestima Fuerte" se estructura en semanas de concientización con sesiones informativas y charlas motivacionales, seguida de Talleres de autoconocimiento para identificar fortalezas y fomentar la aceptación personal. Posteriormente, se incluye una etapa de desintoxicación digital con un reto de reducción del uso de redes sociales, seguido de actividades de cuerpo activo, mente sana con ejercicios físicos y tips de autocuidado. Finalmente, se trabaja en la creación de una comunidad de apoyo para compartir experiencias y promover la solidaridad. Además, se incluyen actividades como la creación de un grupo privado en redes sociales, sesiones de seguimiento con especialistas y la elaboración de un mural colectivo con mensajes de empoderamiento. El propósito de este programa es empoderar a las adolescentes mujeres para que desarrollen una relación saludable con su cuerpo y autoestima, promoviendo la aceptación de sí mismas más allá de los estándares de las redes sociales.

8.1 Nivel de intervención

Dentro del marco de la Salud Pública, el nivel de intervención preventivo será ideal para abordar la afectación que causan las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de mujeres adolescentes, detallado en tres niveles. **Prevención Primaria.** En este nivel, se busca prevenir la aparición de un problema de salud, en este caso, la afectación en la imagen corporal y la autoestima de las mujeres adolescentes causada por las redes sociales. **Prevención Secundaria.** Este nivel, se centra en la detección temprana y la intervención oportuna para evitar que el problema de salud se agrave. **Prevención Terciaria.** Este nivel, se enfoca en la rehabilitación, el tratamiento y la prevención de recaídas en aquellas personas que ya habían experimentado el problema de baja autoestima e imagen corporal.

Al implementar un enfoque preventivo multi-nivel, se abordará de manera integral la afectación que causan las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de las mujeres adolescentes, promoviendo su bienestar y salud mental a largo plazo.



8.2 Fundamentación

Adolescencia

La adolescencia es una palabra cuyo término proviene del latín “adolescere” que su significado es “crecer hacia la adultez”, es decir, representa la etapa entre la niñez y la adultez. En esta etapa el adolescente comienza a desarrollarse a nivel físico, psicológico y social, para convertirse en un adulto. Se producen cambios cognitivos y adquiere una mayor relevancia las influencias sociales y el uso de plataformas digitales al alcance. Se trata de un proceso de transición, donde comienzan a construir su identidad adulta (Hartman et al., 2020). Gaete, (2015) menciona características esenciales en la adolescencia dividiéndolas en: a) el desarrollo de la identidad, b) la autonomía y c) el desarrollo de la competencia emocional y social. El desarrollo de la identidad, el adolescente se cuestiona aspectos personales y del entorno que le rodea para configurar su propia identidad. La autonomía, es fundamental en su desarrollo, donde el joven cada vez se diferencia más de sus cuidadores para llegar a ser independiente tanto a nivel emocional como a nivel económico. Finalmente, el desarrollo de la competencia emocional y social, que consiste en aprender habilidades sociales para relacionarse adecuadamente con otras personas y a gestionar de manera adaptativa las emociones. Los adolescentes empiezan a sentir la necesidad de tener apoyos fuera de su entorno familiar, en su grupo de iguales, de esta forma comienzan a integrarse en la sociedad sintiéndose validados por los otros. Esta necesidad de validación en ocasiones puede generar preocupación por la percepción que pueden tener sus iguales sobre ellos (Vázquez y Fernández, 2016).

Autoestima

El impacto negativo que causan las redes sociales a la autoestima de las adolescentes es muy significativo, estas plataformas digitales muestran vidas aparentemente perfectas de los demás. Al ver las aplicaciones filtradas y cuidadosamente seleccionada de los demás, es fácil para las adolescentes caer en la trampa de comparación y sentir que sus vidas no están a la altura con sus pares (Morales, 2023). A menudo la validación externa que presenta las redes sociales, en donde conseguir likes, comentarios y seguidores, forma parte de sentirse valiosas, importantes y aceptadas por la sociedad (Hidalgo, 2021). Estas situaciones ponen en un hilo la autoestima positiva y una adecuada imagen corporal, que, sin el uso inadecuado y priorizado que se da a las redes sociales, podría generar en un ambiente de calidad en su núcleo familiar.

Imagen corporal



La imagen corporal consiste en la representación mental que la persona construye y percibe de su propio cuerpo. Esta construcción se realiza en base a una historia psicosocial de las personas, y depende del autoconcepto y la autoestima del individuo. La imagen corporal puede ir cambiando a lo largo de tiempo y adquiere mayor relevancia en la época de la adolescencia, donde la apariencia física empieza a ocupar un lugar importante, estando determinada por los cánones de belleza, es ahí donde los filtros y demás recursos que permiten utilizar las plataformas digitales hacen perder la percepción de su cuerpo y presentan estándares de belleza inclinados hacia la perfección (Duno & Acosta, 2019). La imagen corporal de los adolescentes se encuentra influenciada por la información expuesta en plataformas digitales, relaciones familiares y sociales. Los jóvenes están expuestos continuamente a conversaciones relacionadas con el cuerpo, que pueden llegar ser negativas como “eso que comes engorda”, lo cual puede llevar a tener niveles altos de insatisfacción corporal. Por tanto, las conversaciones acerca de la imagen corporal o del peso, puede influenciar en la forma en que lo jóvenes perciben y piensan sobre su propia imagen corporal (Hartman-Munick et al., 2020).

La mala imagen corporal que provocan las redes sociales tiene importantes efectos para la salud, a nivel físico, mental, social y alimentario como, por ejemplo, una alimentación desordenada, trastornos de estado de ánimo o trastornos de conducta alimentaria...entre otros. Estos problemas de imagen corporal pueden afectar a todos los adolescentes independientemente de la cultura, etnia, estatus socioeconómico, género, identidades sexuales y estado de inmigración, pudiendo originar ciertas alteraciones psicológicas como insatisfacción o distorsión corporal. Actualmente con el uso de las redes sociales se ha demostrado que mayor tiempo de uso puede suponer mayor insatisfacción corporal (Duno & Acosta, 2019)

Uso de las redes sociales

Los riesgos que presentan las redes sociales son las publicaciones que se encuentran relacionadas con la imagen corporal y la autoestima, donde se observa un cuerpo acorde a los estándares de belleza de la sociedad y esto genera inseguridades y malestar psicológico. Para conseguir lograr tener la imagen corporal deseada se pueden recurrir al uso de las herramientas de edición de imágenes para poder alterar las publicaciones. Todo esto, puede tener como consecuencias que los adolescentes comiencen a obsesionarse por mostrar en las redes sociales fotografías suyas usando la edición para poder lograr la imagen deseada. Sin embargo, este tipo de acciones puede aumentar la insatisfacción corporal, disminuir la autoestima, presentar síntomas de ansiedad y depresión o trastornos de la conducta. Asimismo, puede generar un

aumento del uso de las redes sociales, lo que puede desembocar en una disminución del rendimiento académico y problemas para conciliar el sueño (Arab & Díaz, 2015). La mayor parte de los estudios consultados encuentran una relación en el uso de las redes sociales y la presencia de insatisfacción corporal (Vries et al., 2016). Dos de los 13 estudios señalan una duración de uso mayor de 2 horas para generar un impacto negativo en la imagen corporal (Boursier et al., 2020). Cuatro estudios observan una relación entre el uso de las redes sociales y el uso de los filtros para alterar la imagen corporal, publicando selfies que mejoran su autoestima (Boursier et al., 2020).

8.3 Descripción de la propuesta

Esta propuesta de intervención tiene como objetivo abordar la influencia negativa de las redes sociales en la imagen corporal y autoestima de las adolescentes mujeres, impactando positivamente la salud mental y el bienestar de estas jóvenes. El cronograma del proyecto abarca un período de 4 meses, durante el cual se llevarán a cabo actividades educativas, talleres de autoaceptación y charlas de concienciación con una muestra de 200 adolescentes mujeres. Las metas específicas incluyen aumentar el conocimiento sobre los efectos de las redes sociales, fortalecer la resiliencia emocional y promover prácticas saludables de autocuidado. Al finalizar el proyecto, se espera que las participantes hayan desarrollado habilidades para gestionar de manera positiva la influencia de las redes sociales en su autoimagen y autoestima, contribuyendo así a su bienestar emocional y social.

8.4 Objetivos de la intervención

Objetivo General. Prevenir el impacto negativo de las redes sociales en la autoestima y la autopercepción de la imagen corporal de mujeres adolescentes ecuatorianas.

Objetivos Específicos

- Educar a las adolescentes sobre los efectos nocivos de las redes sociales en su percepción de la imagen corporal y autoestima.
- Fortalecer la autoaceptación y promover prácticas saludables de autocuidado entre las participantes.

8.5 Población objetivo

Las mujeres beneficiadas en este plan de intervención serán 200 mujeres adolescentes que asisten a clases extracurriculares de danza en el barrio San Fernando, zona rural de la ciudad de Quito, con nivel socioeconómico medio. Un dato importante, es que, acuden a las

clases de danza por el fácil acceso a internet que les proporciona la academia, ya que llegan una hora antes de su actividad con el fin de revisar contenido en redes, realizar coreografías para subir a la plataforma de TikTok y otras aplicaciones.

8.6 Actividades de intervención

Esta intervención se lleva a cabo en un periodo de 4 meses, utilizando dos días a la semana: lunes y miércoles, en 6 centros de danza femeninos de la zona rural en el norte de Quito.

Las actividades esenciales, en orden a cumplir el plan de intervención, pueden consultarse en la tabla 2.

Tabla 1. *Detalle de actividades Intervención*

Actividades de intervención	Detalle de actividades	Inicio	Fin
A.1. Charlas educativas	D. 1. Se llevarán a cabo charlas informativas para concienciar a las adolescentes sobre los impactos negativos de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima.	M1	M1
A.2. Talleres de autoaceptación	D. 2. Se realizarán talleres prácticos donde las participantes podrán reflexionar sobre su autoimagen, identificar fortalezas personales y trabajar en el desarrollo de una autoestima positiva.	M1	M1
A.3. Sesiones de grupo	D. 3. Se realizarán talleres prácticos donde las participantes podrán reflexionar sobre su autoimagen, identificar fortalezas personales y trabajar en el desarrollo de una autoestima positiva.	M1	M1
A.4. Actividades creativas	D.4. Se desarrollarán actividades artísticas y creativas, como la pintura, la danza o la escritura, para expresar emociones y promover la autoexpresión de las participantes.	M1	M2
A.5. Sesiones de mindfulness	D.5. Se llevarán a cabo sesiones de mindfulness y técnicas de relajación para ayudar a las adolescentes a gestionar el estrés, la ansiedad y a cultivar la autoconciencia emocional.	M2	M2

Nota. A=Actividad; D=Detalle; M=Mes

Fuente: Autoría propia.

8.7 Recursos necesarios para implementar la intervención

Para la implementación de la intervención sobre la afectación de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes mujeres, se requieren diversos recursos. Entre ellos se incluyen: 3 profesionales especializados en psicología y trabajo social para



facilitar charlas, talleres y sesiones grupales; material didáctico como presentaciones educativas, folletos informativos y material para actividades creativas; espacios adecuados para la realización de las actividades, que garanticen la privacidad y la comodidad de las participantes; dispositivos tecnológicos para proyectar contenidos audiovisuales y realizar actividades en línea si es necesario; así como un presupuesto total de \$3,000, para la implementación de este proyecto que serán destinados a la contratación de personal especializado, material didáctico, espacios para los talleres y difusión del programa, así como para cubrir los gastos de transporte, alimentación, materiales y cualquier otro costo asociado con la ejecución del proyecto. Estos recursos son fundamentales para garantizar el éxito y la efectividad de la intervención, así como para brindar un ambiente propicio para el crecimiento y el bienestar emocional de las adolescentes participantes.

8.8 Plan de evaluación de la intervención

Como estrategia integral que busca medir el impacto y la efectividad de las actividades realizadas para abordar la influencia negativa de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de las adolescentes mujeres; Se llevarán a cabo encuestas pre y post-intervención para evaluar el cambio en el conocimiento y la percepción de las participantes, así como grupos de enfoque para recopilar retroalimentación cualitativa sobre su experiencia. Además, se realizará una evaluación de resultados objetivos utilizando herramientas de medición validadas, como, cuestionarios estandarizados, escala de autoestima de Rosenberg, escala de siluetas de figura corporal y diarios de registros, junto con observaciones directas durante las actividades para evaluar el compromiso y la participación; Se establecerá un seguimiento a largo plazo para evaluar la sostenibilidad de los cambios observados y proporcionar apoyo continuo; Este enfoque permitirá obtener información detallada sobre el impacto de la intervención y facilitará la identificación de áreas de mejora, garantizando así que se cumplan los objetivos planteados y se promueva el bienestar emocional y la autoaceptación de las adolescentes participantes.

8.9 Viabilidad

La propuesta de intervención se muestra como viable y efectiva debido a su enfoque integral y basado en evidencias. La combinación de estrategias como encuestas pre y post-intervención, grupos de enfoque, evaluación de resultados objetivos, observación directa y seguimiento a largo plazo permitirá recopilar datos significativos para evaluar el impacto de las actividades propuestas. Además, el plan de intervención "Cuerpo Sano, Autoestima Fuerte"

estará respaldada por garantías administrativas, económicas, de organización, personal y financieras sólidas. Desde un punto de vista administrativo, se establecerá un equipo multidisciplinario capacitado y una estructura organizativa clara para la implementación del programa. En términos económicos, se buscarán alianzas con entidades públicas y privadas para asegurar la financiación necesaria, además de elaborar un detallado plan de gastos. A nivel de personal, se designará un grupo de profesionales comprometidos con la misión del programa para garantizar la calidad de las intervenciones. Por último, desde el aspecto financiero, se establecerán medidas de control y seguimiento para garantizar el uso eficiente de los recursos a lo largo de la ejecución del programa.

9. Discusión. Los efectos que se han arrojado durante la investigación y propuesta de intervención acerca de la incidencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima en mujeres adolescentes han sido significativos. Durante la investigación, se observó una gran afectación tanto en la autoestima como en la percepción de la imagen corporal de las participantes, respaldada por datos cuantitativos y cualitativos recopilados a lo largo de la investigación, y, puesto que, se llevará a cabo en la propuesta de intervención. Es así, que los adolescentes cada vez pasan más tiempo en las redes sociales, compartiendo fotos y vídeos, hablando con otras personas, y buscando contenido acorde a sus intereses, encontrado una relación entre el uso de las redes con la insatisfacción corporal y baja autoestima (Gioia et al., 2020). Esto último, indica la importancia de conocer el contenido que buscan los adolescentes en las redes, debido a que dependiendo de ello en mayor o menor medida a la imagen corporal y a su bienestar psicológico. No es equiparable aquellos que buscan contenido relacionado con sus gustos como puede ser viajes, comidas, entretenimiento, que aquellos que buscan contenido relacionado con el aspecto físico y la apariencia (Cohen et al., 2017).

Conclusión. La investigación y propuesta de intervención han demostrado ser una estrategia eficaz para promover la autoaceptación y la confianza en sí mismas entre las adolescentes mujeres. Los resultados obtenidos respaldan la relevancia de implementar programas educativos y de apoyo emocional que fomenten un entorno positivo y seguro en el que las adolescentes puedan desarrollar una imagen corporal saludable y una autoestima positiva. La intervención ha demostrado generar cambios significativos en las participantes, subrayando la importancia de abordar esta problemática de manera proactiva y consciente.

Recomendaciones. Con base en los hallazgos y conclusiones obtenidos, se recomienda continuar con el seguimiento a largo plazo de las participantes para evaluar la sostenibilidad de los cambios observados. Asimismo, se sugiere la difusión de la intervención a otras

comunidades y grupos de edad para impactar a un mayor número de adolescentes. Es crucial seguir adaptando las estrategias a las necesidades específicas de las participantes y mantener un enfoque inclusivo y diverso en la promoción del bienestar emocional y la autoaceptación. Se recomienda también la colaboración con instituciones educativas y expertos en psicología para fortalecer y ampliar el impacto de la intervención en la comunidad educativa en general.

9.1 Implicaciones de los resultados esperados para la investigación y la práctica clínica

Los resultados esperados de una investigación sobre la incidencia y afectación de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de mujeres adolescentes tienen implicaciones fundamentales tanto para la investigación como para la práctica clínica. En cuanto a la investigación, los hallazgos pueden proporcionar una mayor comprensión de cómo las redes sociales influyen en la percepción de la imagen corporal y la autoestima de las mujeres adolescentes, así como también se pueden identificar posibles factores de riesgo y protectores relacionados con el uso de las redes sociales en este grupo de población. Esta información podría orientar futuras investigaciones sobre intervenciones efectivas para mitigar los impactos negativos de las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal de las adolescentes. Asimismo, en la práctica clínica, los profesionales de la salud mental y especialistas en psicología pueden utilizar los resultados para diseñar intervenciones terapéuticas específicas que aborden los efectos negativos de las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal de las mujeres adolescentes, será de importancia desarrollar programas de educación y concienciación destinados a empoderar a las adolescentes para que gestionen de manera saludable su presencia en las redes sociales, y lo más destacado es que los resultados pueden ser utilizados para sensibilizar a padres, educadores y otros profesionales que trabajan con adolescentes sobre la importancia de monitorear y apoyar el uso adecuado de las redes sociales.

La investigación y la práctica clínica de este tema importante contribuye significativamente a la comprensión de los impactos que provoca en el desarrollo de mujeres adolescentes, lo que a su vez promueve y prioriza la salud mental y el bienestar de este grupo de población vulnerable.

9.2 Limitaciones y fortalezas de la propuesta de investigación y de la propuesta de intervención

En la propuesta de intervención existen tanto limitaciones como fortalezas que deben ser consideradas para su implementación efectiva. Entre las limitaciones, se encuentra la posible resistencia por parte de las adolescentes a participar en las intervenciones propuestas,

especialmente si perciben que se les está limitando su libertad en el uso de las redes sociales. Además, la falta de recursos financieros y de personal capacitado podría dificultar la implementación a gran escala de las intervenciones. Por otro lado, las cualidades de la propuesta incluyen el enfoque centrado en la educación y el empoderamiento de las adolescentes, lo cual puede fomentar un cambio positivo en su percepción de sí mismas y en su relación con las redes sociales. Asimismo, la colaboración interdisciplinaria entre profesionales de la salud mental, educadores y padres puede enriquecer la implementación de las intervenciones al ofrecer diversas perspectivas y habilidades complementarias. Es importante destacar que la sensibilización y la capacitación continua del personal involucrado en la intervención son aspectos críticos para garantizar la efectividad y sostenibilidad de las acciones propuestas. Si bien la propuesta de intervención presenta desafíos y áreas de mejora, su enfoque educativo-empoderador y la colaboración interdisciplinaria son aspectos clave que pueden potenciar su impacto positivo en la autoestima y la imagen corporal de las jóvenes adolescentes, al tiempo que se deben abordar y superar las limitaciones identificadas para lograr resultados significativos a largo plazo.

9.3 Conclusiones generales tras desarrollar la propuesta de investigación y la propuesta de intervención

Tras el análisis y desarrollo de una propuesta de investigación sobre la incidencia y afectación de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de mujeres adolescentes, así como de una propuesta de intervención para abordar los efectos adversos identificados, se pueden extraer conclusiones generales que subrayan la importancia de este tema y la necesidad de acciones concretas para promover el bienestar de este grupo de población vulnerable.

En primer lugar, es evidente que las redes sociales desempeñan un papel significativo en la forma en que las adolescentes perciben su imagen corporal y construyen su autoestima. La exposición constante a imágenes idealizadas en las plataformas digitales puede fomentar la comparación social, la insatisfacción corporal y la vulnerabilidad emocional en este sector de la población en pleno proceso de desarrollo (Segovia, 2016). Por lo tanto, la investigación en esta área es crucial para comprender a fondo los mecanismos mediante los cuales las redes sociales influyen en la salud mental y emocional de las adolescentes. Por otro lado, la propuesta de intervención destaca la importancia de adoptar un enfoque educativo-empoderador que promueva habilidades de autocuidado, pensamiento crítico y autoaceptación (Shah et al., 2019). La colaboración interdisciplinaria entre profesionales de la salud mental, educadores y padres puede enriquecer la implementación de las intervenciones y crear un entorno de apoyo

integral para las adolescentes. Es fundamental reconocer que tanto la propuesta de investigación como la propuesta de intervención presentan desafíos y limitaciones que deben ser abordados de manera proactiva para garantizar su efectividad y sostenibilidad. La resistencia de las adolescentes a participar en las intervenciones, la falta de recursos financieros y de personal capacitado, así como la necesidad de una capacitación continua del personal involucrado son aspectos críticos a tener en cuenta. En última instancia, se destaca la importancia de promover la conciencia sobre los impactos de las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal de las mujeres adolescentes, así como de implementar intervenciones basadas en la evidencia que fomenten un uso saludable y consciente de las plataformas digitales. Solo a través de un esfuerzo colaborativo y continuo entre investigadores, profesionales de la salud, educadores, padres y las propias adolescentes, podremos avanzar hacia la construcción de entornos digitales más seguros, inclusivos y beneficiosos para la salud emocional y el bienestar de las jóvenes de hoy en día (Shah et al., 2019).

9.4 Recomendaciones

Para asegurar que el desarrollo de la propuesta de investigación y de intervención sobre la incidencia de las redes sociales en la autoestima y la imagen corporal de mujeres adolescentes continúe de manera efectiva y con impacto positivo, se deben considerar una serie de recomendaciones clave para orientar acciones futuras y mejorar el alcance de estas iniciativas.

En primer lugar, es fundamental promover la colaboración y el trabajo en red entre investigadores, profesionales de la salud, educadores, padres y las propias adolescentes. Esta sinergia interdisciplinaria permitirá enriquecer el diseño de investigaciones y estrategias de intervención, garantizando una aproximación holística y contextualizada a la problemática en cuestión. Establecer alianzas estratégicas con organizaciones comunitarias y gubernamentales también puede amplificar el impacto de las acciones propuestas y facilitar el acceso a recursos y apoyo adicional (Tiggemann & Slater, 2017). Además, se recomienda continuar con la divulgación de los hallazgos y resultados de la investigación a través de diferentes medios y plataformas, con el objetivo de sensibilizar a la población en general y aumentar la conciencia sobre los efectos de las redes sociales en la salud emocional de las adolescentes. Esto puede incluir la organización de seminarios, talleres, conferencias y campañas de sensibilización en escuelas, comunidades y entornos clínicos. Otra recomendación importante es la implementación de programas de formación y capacitación continua para los profesionales involucrados en la intervención, con el fin de actualizar sus conocimientos y habilidades en el



abordaje de la salud mental y el bienestar de las adolescentes en el contexto de las redes sociales (Tiggemann & Slater, 2013). Esto contribuirá a mejorar la calidad de las intervenciones y garantizar una atención integral y empática hacia las necesidades de este grupo de población. Asimismo, se sugiere la realización de evaluaciones de impacto periódicas para medir la efectividad de las intervenciones implementadas y ajustarlas según sea necesario. La recopilación de datos cuantitativos y cualitativos permitirá evaluar el progreso, identificar áreas de mejora y demostrar el valor de las acciones realizadas en términos de resultados positivos para la autoestima y la imagen corporal de las adolescentes. Finalmente, se enfatiza la importancia de incorporar la voz y la perspectiva de las propias adolescentes en el diseño, implementación y evaluación de las intervenciones. Fomentar la participación activa de las jóvenes en todo el proceso garantizará que las acciones sean inclusivas, relevantes y respetuosas de sus experiencias y necesidades singulares (Arab & Díaz, 2015).

10. Referencias

- Arab, L., & Díaz, G. (2015). La adolescencia y el impacto de las redes sociales e internet: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26 (1), 7-13. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). ¿Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use? *Computers in Human Behavior*, 110, 106395. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106395>
- Challco, K., Rodríguez Vega, S. & Jaimes Soncco, J. (2016). Riesgo de adicción a edes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. *Revista Científica De Ciencias De La Salud*, 9 (1), 9-15. Recuperado de: <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., y Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body Image*, 29, 90-99. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.005>
- Cibils, J.P. (2021). Características de la adolescencia. UNICEF. Recuperado de: <https://www.unicef.org/uruguay/documents/adolescentes-caracteristicas>.
- Cipolletta, S., Malighetti, C., Cenedese, C., y Spoto, A. (2020). How Can Adolescents Benefit from the Use of Social Networks? The iGeneration on Instagram. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (19), 6952. Recuperado de: <https://doi.org/10.3390/ijerph17196952>
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183-187. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Dans Álvarez-de-Sotomayor, I., Muñoz Carril, P.-C., y González Sanmamed, M. (2021). Habits of use of social networks in adolescence: Educational challenges. *Revista Fuentes*, 3 (23), 280-295. Recuperado de: <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.15691>
- Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45 (1), 211-224. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales y la autoestima: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11. Recuperado de: <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue1-fulltext-1834>

- Domínguez, D. C. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de la ciencia*, 33, 45-68. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2149/docview/737590779?accountid=44394>
- Duno, M., & Acosta, E. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios. *Revista Chilena de Nutrición*, 46 (5), 545-553. Recuperado de: <https://doi.org/10.4067/S0717-75182019000500545>
- Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A., y Galindo, M. (2014). Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media Influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>
- Fredrickson, B. L., y Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21 (2), 173-206. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Gioia, F., Griffiths, M. D., y Boursier, V. (2020). Adolescents' Body Shame and Social Networking. The Mediating Effect of Body Image Control in Photos. *Sex Roles*, 83 (11-12), 773- 785. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01142-0>
- Gioia, F., Griffiths, M. D., & Boursier, V. (2020). Adolescents' Body Shame and Social Networking Sites: The Mediating Effect of Body Image Control in Photos. *Sex Roles*, 87 (17-18), 787-98. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01142-0>
- Goodyear, V. (2020). Narrative Matters: Young people, social media and body image. *Child and Adolescent Mental Health*, 25 (1), 48-50. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/camh.12345>
- Hartman-Munick, S. M., Gordon, A. R., y Guss, C. (2020). Adolescent body image: Influencing factors and the clinician's role. *Current Opinion in Pediatrics*, 32 (4), 455-460. Recuperado de: <https://doi.org/10.1097/MOP.0000000000000910>
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. *Interamericana editores, S.A.* <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp=content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión social. Reflexiones, 91(2), 121-128. Karsay, K., Knoll, J., y Matthes, J. (2018). Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42 (1), 9-28. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0361684317743019>

- Lozares, Carlos, (2020). La teoría de las redes sociales. *Revista Universidad Autónoma de Barcelona*, 43 (1), 103-123. Recuperado de: <https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M.-M., y Viñas-Poch, F. (2018). Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26 (56), 101-110.
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., y Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.003>
- McLean, S. A., Paxton, 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: Photoshopping of the selfie. *International Journal of Eating Disorders*, 48 (8), 1132-1140. Recuperado de: <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. Recuperado de: <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>
- Pagador Otero, I., y Llamas Salguero, F. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Revista Interuniversitaria de Didáctica*, 32 (1), 43-57.
- Prieler, M., Choi, J., & Lee, H. E. (2021). The Relationships among Self-Worth Contingency on Others' Approval, Appearance Comparisons on Facebook, and Adolescent Girls' Body Esteem: A Cross-Cultural Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18 (3), 901. Recuperado de: <https://doi.org/10.3390/ijerph18030901>
- Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., y Paxton, S. J. (2020). A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 49 (2), 399-409. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0>
- Salomon, I., & Brown, C. S. (2019). The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image. *The Journal of Early Adolescence*, 39 (4), 539-560. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0272431618770809>
- Santos Díaz, E. (2018). Construcción de la identidad digital a través de la auto-objetivación: Creación del yo-objeto y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura. Revista*



de *Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 15 (2), 301-309. Recuperado de:
<https://doi.org/10.5209/TEKN.59724>

Segovia B, y Serrano, R. (2016). Proceso de *socialización con redes sociales en la adolescencia*.
Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa, 15 (3), 155-167. Recuperado de:
<https://doi.org/10.17398/1695-288X.15.3.155>

Shah, J., Das, P., Muthiah, N., y Milanaik, R. (2019a). New age technology and social media:
Adolescent psychosocial implications and the need for protective measures. *Current Opinion in
Pediatrics*, 31 (1), 148-156. Recuperado de: <https://doi.org/10.1097/MOP.0000000000000714>

Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in
adolescent girls: The Internet and Body Image Concern. *International Journal of Eating
Disorders*, 46 (6), 630-633. Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/eat.22141>

Tiggemann, M., & Slater, A. (2017). Facebook and body image concern in adolescent girls:
Aprospective study. *International Journal of Eating Disorders*, 50 (1), 80-83. Recuperado de:
<https://doi.org/10.1002/eat.22640>