

MASTER EN DANZA MOVIMIENTO TERAPIA

CORPORALIDAD ONLINE-OFFLINE

Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes.



Ana Lía Brea Folgar

Tutora: Silvia Barnet

Enero 2019

Corporalidad online-offline

Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes

Brea Folgar, Ana Lía

Información del artículo

Enviado:06/01/2019

Institución: Universidad Autónoma de Barcelona

Estudios: Danza Movimiento Terapia

Palabras clave

Body image

Adolescents

Instagram

Self-presentation

ABSTRACT

El estudio de la corporalidad en relación a los medios digitales va en aumento a la par que su uso, en especial por la población adolescente. Las redes sociales suponen un entorno donde experimentar la identidad y donde la apariencia física cobra gran importancia. Se hallaron 15 estudios transversales en población estudiantil que sugieren que las plataformas centradas en la imagen como Instagram intensifican los efectos de diversos mecanismos como la comparación social de apariencia y la auto-objetivación que contribuyen a aumentar la insatisfacción corporal así como efectos en la imagen corporal. El género también influyó en los resultados, revelando que las mujeres jóvenes son más vulnerables y las que más usan dichas plataformas. El *feedback* de los compañeros actúa como un reforzador importante para el uso de estos medios. Los estudios también revelaron que el autoesquema, la internalización de ideales de belleza, la vigilancia corporal y las preocupaciones sobre el cuerpo también median el uso de Instagram y su influencia en la imagen corporal. Una mejor autoestima así como altas creencias feministas podrían mitigar los efectos. Así mismo se deduce la importancia de trabajar la imagen corporal positiva en la adolescencia como parte fundamental para un mejor desarrollo y calidad de vida.

Índice

Introducción	1-6
Objetivos	6-7
Metodología	7
Estrategia de búsqueda	7
Criterios de exclusión	7-8
Resultados	8
Tabla resumen	9-13
Discusión	14
Uso de Instagram	14
Instagram vs. Facebook-Mujeres vs. Hombres	14
Autopresentaciones	14-15
Fitspiration	15
Famosos	15
Feedback	16
Likes	16
Comentarios	17
Procesos subyacentes	18
Comparación de apariencia	18
Autoesquema y auto-discrepancia	18-19
Feminismo y sexualidad	19
Limitaciones	19
Conclusiones	20-21
Referencias	22-34

INTRODUCCIÓN

Partiendo de una visión post-dualista en la cual mente y cuerpo son indisolubles y de la concepción fenomenológica del cuerpo como vehículo del ser en el mundo (Merleau-Ponty, 1945), pareciera, por el contrario, que en la “era digital” en la que vivimos las personas pasamos más tiempo sumergidos en la realidad virtual, donde aparentemente el cuerpo se relega a un segundo plano.

A pesar de que la vida online carece de la riqueza inherente de la vida offline (McCall, 2015), la ubicuidad de internet y sus características intrínsecas (accesibilidad, comunicación, contenido informativo y de entretenimiento) hacen que su uso haya crecido enormemente en las últimas décadas (Instituto Nacional de Estadística, 2018).

Ante una realidad que carece de espacio físico pero que influye en cómo nos relacionamos con el mundo y, teniendo en cuenta que los mecanismos sociales básicos se sustentan en el cuerpo (Gallagher, 2005; Niedenthal et al. 2005), emerge el interés desde diversos campos de estudio como la cognición social y las neurociencias para tratar de dar cuentas de cómo se compensa la falta de espacio físico en la interacción virtual, (McCall, 2015; Meshi et al., 2015) y comienzan a indagar en cómo se adapta nuestra experiencia corpórea a estos entornos.

Por otro lado, la importancia de la corporalidad en el desarrollo de la identidad es implícito (Bloom, 2006; Stern, 1985) y ello también se ve reflejado en el entorno de las redes sociales (RSOs); pues conforman un escenario para la interacción, la comunicación y el desarrollo de la identidad (Gómez & Ardévol, 2010), donde lo visual se hace fundamental (Boyd & Ellison, 2007).

Las RSOs permiten experimentar la identidad propia, pudiendo ser vivido no sólo como un juego sino como un tipo de “autoexploración y autotransformación que está integrado en la experiencia cotidiana” (Gómez & Ardévol, 2010,p.48), por lo que no es de extrañar que el ámbito digital se presente también como un espacio para la expresión de emociones (Serrano-Puche, 2016) y que sea la autopresentación (Baumeister 1982; Goffman,1959; Leary & Kowalski,1990) un elemento clave de la actividad en estos medios (Perloff, 2014).

Las autopresentaciones se definen como cualquier comportamiento “para crear, modificar o mantener una impresión de nosotros mismos en la mente de los demás” (Yang & Brown,2015 p.1) y las RSOs se han convertido en un medio favorable para ello (Subrahmanyam et al., 2015; Yang & Brown, 2015),siendo la representación del cuerpo por medio de imágenes una de las formas más comunes (Ardévol & Gómez-Cruz, 2012; Lee et al., 2016;Mascheroni et al., 2015), poniendo el foco sobre la apariencia física.

Los medios digitales permiten la selección y edición de dichas presentaciones con mayor facilidad, por lo que en ellas se pueden incluir tanto aspectos del yo-real, del yo-ideal como del falso-yo (Michikyan et al.,2015). En este sentido, las investigaciones revelan que los usuarios de RSOs suelen modificar las fotos que publican, en especial las chicas jóvenes (Manago et al., 2008), para manejar sus autopresentaciones y mostrar un yo idealizado (Kim & Chock, 2015), provocando efectos negativos, entre otros, en la imagen corporal (IC) (Chae,2017; Lonergan et al., 2018).

La IC se define como las “percepciones, los pensamientos y sentimientos de una persona sobre su cuerpo” (Grogan, 2006 p.2) basadas en sus propias percepciones y sensaciones (Pylväinäinen,2003), permaneciendo íntimamente conectada a cómo el cuerpo es percibido por los otros y qué imágenes reenvían desde el exterior (Pylväinäinen,2003; Botella et al., 2008).

Incluye, por tanto, componentes emocionales, cognitivos y comportamentales (Cash & Pruzinsky, 2002).

Así mismo, siendo los jóvenes y adolescentes el grupo que más usa estas plataformas (Pew Internet & American Life Project, 2015) han proliferado los estudios de diversas disciplinas investigando sus usos (Espinoza & Juvonen, 2011; Subrahmanyam & Greenfield, 2016) y efectos (Mills, 2014; Uhls et al., 2017), ya que pueden ser particularmente susceptibles a las influencias de éstos en su desarrollo (Blakemore & Mills, 2014; O’Keeffe, & Clarke-Pearson, 2011). Algunos de estos hallazgos indican que un uso elevado de las RSOs está asociado con una baja salud mental y el aumento de síntomas internalizados en adolescentes (Sampasa-Kanvinga & Lewis, 2015) y en jóvenes (Rosenthal et al., 2016)

Aunque todavía no se han identificado de manera concluyente todos los mecanismos en juego (Spies-Shapiro & Margolin, 2013) y la investigación causal sobre el impacto de las redes sociales es limitada su uso no deja de aumentar año tras año.

El 95% de los adolescentes tienen acceso a un smartphone y el 45% afirman estar online “casi constantemente” (Anderson & Jiang, 2018) Según las estadísticas, los adolescentes más jóvenes prefieren las plataformas basadas en fotografías, siendo Instagram la más utilizada por los menores de 23 años (en particular las chicas), junto con YouTube y Snapchat (IAB-Spain, 2018). Estudios relacionan aspectos como la auto apertura y el capital social entre las principales razones (Shane-Simpson et al., 2018).

Además, recientemente se ha identificado (Holland & Tiggemann, 2016) que son las actividades relacionadas con las imágenes y no el uso general de las RSOs las que afectan a la

imagen corporal (Meier & Gray,2014) por lo que RSOs como Instagram o Snapchat están en el punto de mira (Shah et al.,2018).

Instagram es una RSO basada en imágenes que permite, además de chatear, compartir y editar contenido visual, así como dar *feedback* a través de *likes* y comentarios (uso activo) (Koutamanis & Valkenburg, 2015). De igual modo, los usuarios pueden ver el contenido que otros publican (uso pasivo) y encontrar publicaciones temáticas a través de “hashtags” como por ejemplo *#fitspiration* que engloba contenido relacionado con estilos de vida saludable (Tiggemann & Zaccardo,2015). A diferencia de los amigos de Facebook, la popularidad y alcance social se cuantifica en función del número de seguidores (*followers*), por lo que se evidencia el carácter promocional de dicha plataforma, destacando la enorme presencia de marcas y personalidades famosas en la misma, convirtiéndolo en un entorno en el que los estereotipos e ideales de belleza socioculturales están muy presentes y donde la apariencia física es una carta de presentación continua (Fox & Vendemia,2016). En su estudio, Döring, Reif & Poeschl, (2016) concluyeron que los *selfies* en Instagram estaban más estereotipados incluso que los anuncios de revistas; mientras los hombres jóvenes se centraban en los músculos, las mujeres mostraban subordinación, sexualización y auto-objetivación.

A lo largo de la literatura se ha prestado mucha atención a los aspectos socioculturales que influyen en la IC (Cash,2004; Cash & Pruzinsky,2002; Cash & Smolak 2011; Thompson et al.,1999; Thompson, & Stice,2001), y aunque los ideales pueden diferir de una cultura a otra, la globalidad de internet contribuye a la unificación de los estándares de belleza en el mundo (Bak-Sosnowska, Pawlicka & Warchal, 2016; Grabe et al.,2008).

Según la T^a Sociocultural (Thompson et al.,1999) muchas mujeres internalizan el ideal de belleza que presentan los medios y es cuando fallan en alcanzarlos que resulta en la insatisfacción corporal, es decir, en la valoración negativa de su apariencia o experiencia corporal (Grogan,2008). En esta línea, la T^a de Auto-discrepancia plantea que la insatisfacción

corporal refleja una discrepancia entre la percepción subjetiva y la figura ideal que uno quisiera tener (Cash & Szymanski,1995; Heron & Smith, 2013, Vartanian,2012). Según el modelo de influencia tripartita (Thompson,1999), además de los medios de comunicación de masa, la familia y los iguales influyen en dicha internalización, siendo predictores significativos de insatisfacción corporal y trastornos de alimentación (Vartanian,2009).

Las RSOs suponen en este sentido un entorno favorable para la internalización de los ideales (Tiggemann & Slater,2013; Tiggeman & Slater,2014) y el refuerzo por parte de los iguales a través de *likes* y comentarios (De Vries et al.,2016; Kim & Chock,2015). La internalización provoca a su vez que hombres y mujeres desarrollen impulso hacia la muscularidad y delgadez respectivamente, lo que implica riesgos para la salud y en concreto el desarrollo de trastornos de alimentación (Kelley et al.,2009; Tiggemann & Millerr,2010).

Festinger (1954), por su parte, propone en su T^a de la Comparación Social que las personas se comparan con los demás (similares a ellos) con el fin de establecer su posición y/o autoevaluación pudiendo aumentar (comparación descendente) o disminuir (comparación ascendente) su autoestima. Por tanto, la insatisfacción corporal se desarrollaría a través de comparaciones de apariencia ascendente (Myers & Crowther,2012; Thompson et al.,1999).

En el contexto de las RSOs la tendencia a la comparación de apariencia ha sido un predictor claro de insatisfacción corporal (Kim & Chock, 2015, Vartanian & Dey,2013), llevado a cabo tanto con amigos como con desconocidos y famosos (Fardouly et al., 2015; Farouly & Vartanian,2014)

Otro de los marcos para entender cómo influyen los medios en la autopercepción de las personas (en concreto las mujeres), es la Teoría de la Objetivación (Fredrickson & Roberts, 1997), la cual postula que en las sociedades occidentales el cuerpo de la mujer es socialmente construido, como un objeto para ser visto y evaluado, primeramente, en base a la apariencia. Esta objetivación sexual lleva a mujeres y niñas aculturadas a internalizar la perspectiva de un

observador de sus propios cuerpos. Es decir, llegan a percibirse como un objeto para ser visto y evaluado en función de su apariencia. Estos autores argumentan que la constante vigilancia corporal lleva a un aumento tanto de la vergüenza como ansiedad por el cuerpo y a su vez contribuye a un número de problemas de salud mental (Breines et al., 2008; Mercurio & Landry, 2008), incluyendo los trastornos de alimentación (Calogero et al., 2009). También se ha sugerido que las mujeres son menos precisas que los hombres a la hora de detectar sensaciones fisiológicas internas en ausencia de claves contextuales, lo que puede estar asociado a la auto-objetivación (Ainley & Tsakiris 2013) pues todo lo que implica esta experiencia podría llevar a las mujeres a dejar de atender sus propias sensaciones físicas. Así mismo, el entorno de las RSOs podría relacionarse con este fenómeno ya que la elaboración del propio perfil en línea requiere la evaluación de la apariencia de uno y por lo tanto la visualización de uno mismo desde la perspectiva de un observador (Manago et al., 2015; Ruckel & Hill, 2016; Vandenbosch et al., 2015).

OBJETIVOS

Teniendo en cuenta lo anterior, y partiendo de que el establecimiento de una identidad coherente es una tarea fundamental de la adolescencia (Erikson, 1974), se deduce la importancia de indagar en cómo influyen las RSOs en relación a la identidad y la corporalidad.

El objetivo de este estudio es identificar y describir cómo se relaciona el uso de Instagram con la IC, pues siendo un componente importante del complejo mecanismo de la identidad personal (Botella et al. 2006; Dolto, 1984; Meissner, 1997, 1998a, 1998b), la adolescencia supone un período más vulnerable para su desarrollo (Vartanian, 2012).

METODOLOGÍA

La metodología aplicada en la presente revisión sistemática es la recomendada (Vera,2009). Se hizo un mapeo conceptual sobre las redes sociales y su influencia en la construcción de la identidad adolescente vinculado al cuerpo. Posteriormente se estableció el objetivo anteriormente citado y se utilizaron palabras clave para realizar la búsqueda en dos bases de datos y así tener mayor alcance de recogida. Se identificaron revistas relevantes para este estudio como *Body Image* y *Computers in Human Behavior*. Se establecieron criterios de inclusión-exclusión para escoger los artículos en función del objetivo y se procedió al análisis de la información más relevante para alcanzar el objetivo.

Estrategia de búsqueda

El 11/12/18 se realizó la búsqueda en dos bases de datos; “Science Direct” y “Worldcat.org”. Los términos utilizados para la búsqueda fueron “body image”, “adolescent”, “self-presentation”, “social networks”, “photo-based”, “instagram”, “selfie”, “self-objectification”.

Criterios de Inclusión

-Edad media de la muestra <24 años.

-Mediciones de; imagen corporal, satisfacción corporal, uso Instagram y actividades basadas en fotografías.

-Lengua: inglés/Castellano

-Antigüedad: 5 años máximo.

En *worldcat.org* se generaron 134 resultados:

N=134	-77 (capítulos, Revisiones, comunicaciones),	-5 duplicados -2 lenguas no- inglés/castellano	Estudios restantes N=50	-30 no variables -14 no edad	Estudios restantes N=6
--------------	--	--	--	---------------------------------------	---------------------------------------

En *Science Direct* se generaron 461 resultados:

N=461	-291 (capítulos, Revisiones, comunicaciones),	Estudios restantes N=170	-162 no variables	-3 no edad	Estudios restantes N=9
--------------	---	---	----------------------	---------------	---------------------------------------

**TOTAL
ARTÍCULOS
N=15**

RESULTADOS

De los 15 artículos que se incluyeron en esta revisión, 4 son experimentales y los restantes son correlacionales. Todas las investigaciones son transversales, por lo que la ausencia de estudios longitudinales podría deberse al reciente auge del uso de Instagram en comparación a otras redes sociales de más largo recorrido como Facebook. Las muestras están compuestas por mujeres en más de la mitad de los estudios, salvando únicamente tres, en los que también hay hombres. En **tabla 1** se incluye el resumen de los datos más relevantes para la revisión.

Tabla 1: Resumen de información relevante de artículos revisados

<i>Autor (año)</i>	<i>Diseño¹</i>	<i>Lugar</i>	<i>Muestra/Edad/</i>		<i>Género</i>	<i>Mediciones RSO</i>	<i>Mediciones I.C./Correlatos</i>	<i>Hallazgos clave</i>
Ahadzadeh et al. (2016)	C	Malasia	N=273	18-26 M=20'09	62% Mujeres 38% Hombres	Uso de Instagram	Satisfacción I.C. Autoestima Autoesquema Auto-discrepancia	Relación positiva entre uso de Instagram e insatisfacción corporal El autoesquema y la auto-discrepancia actuaron como mediadores de los efectos Instagram en la I.C. Los efectos de Instagram en la I.C. a través de autoesquemas y auto-discrepancia dependen de la autoestima de los usuarios.
Bell et al. (2018)	C	Reino Unido	N=86	12-22 M=19'88	100% Mujeres	Tiempo en Instagram n° de publicaciones Selfies N° de "likes"	Auto-Objetivación	Más de la mitad publican "selfies" 1/4 de las publicaciones contienen al menos un elemento cosificador Reciben más likes en las imágenes más auto-objetivadas Las que reciben más "likes" publican más fotos
Brown & Tiggemann (2016)	E	Australia	N=138	18-25 M=20'10	100% Mujeres	Tiempo en Instagram N° de amigos/famosos Valor de famosos	Insatisfacción corporal Estado de ánimo negativo Estado comparación de apariencia	La exposición a imágenes de famosos/usuarios normales incrementaron el estado de ánimo negativo y la insatisfacción corporal, frente a imágenes de viajes. La importancia hacia los famosos moderó el aumento de dicho efecto.
Burnette et al. (2017)	C c	Estados Unidos	N=38	12-14 M=13'14	100% Mujeres	Tiempo Selfies	Insatisfacción corporal Comparación social	Preadolescentes muestran preocupaciones sobre el cuerpo y la apariencia Manifiestan insatisfacción corporal y comparación social a través de RSO. Control parental; la mayor causa de menor uso de RSO
Chua & Chang (2015)	C C	Singapur	N=25	12-16 M=14'5	100% Mujeres	Tiempo Autopresentaciones editadas	Comparación social	Los sentimientos de baja autoestima e inseguridad sustentan los esfuerzos en las autopresentaciones y en su edición. Los compañeros desempeñan múltiples roles que incluían audiencias imaginarias, jueces, fuentes de aprendizaje vicario y objetivos de comparación en la configuración de las percepciones de las adolescentes y la presentación de belleza

¹ E: experimental; C: correlacional; c:cualitativo

	<i>Diseño</i>	<i>Lugar</i>	<i>Muestra/Edad/género</i>			<i>Mediciones RSO</i>	<i>Mediciones I.C./Correlatos</i>	<i>Hallazgos clave</i>
Cohen et al. (2017)	C	Australia	N=259	18-19 M=22'97	100% Mujeres	Actividad en Facebook y en Instagram Seguir a famosos y cuentas <i>fitspiration</i>	Vigilancia Corporal Internalización del ideal de delgadez Comparación/evaluación de apariencia Impulso a la delgadez	Los usuarios de Instagram tenían mayor nivel de vigilancia corporal que los no usuarios. El seguimiento de cuentas de tema “salud y fitness” correlacionan positivamente con la internalización y el impulso hacia la delgadez Seguir a famosos correlaciona positivo con internalización y vigilancia corporal
Fardouly et al. (2017)	C	Australia Estados Unidos	N=203 N=73	18-25 M=22'83	100% Mujeres	Tiempo Ver imágenes <i>fitspiration</i>	Insatisfacción corporal Comparaciones con grupos específicos Internalización del ideal de delgadez Tendencia a la comparación Auto-objetivación Impulso a la delgadez	Uso de Instagram correlaciona positivamente con la auto-objetivación La internalización del ideal de delgadez media la asociación entre Instagram y auto-objetivación Las comparaciones con famosos surgieron como importante mediador de la asociación entre uso de Instagram y auto-objetivación Ver fotos “fitspiration” se asocia positivamente a mayor insatisfacción corporal e impulso hacia la delgadez
Feltman & Szymanski (2017)	C	Estados Unidos	N=492	18-22 M=18'5	100% Mujeres	Uso activo/pasivo de Instagram Feedback sobre apariencia de compañeros	Auto-objetivación Vigilancia corporal Internalización de los estándares de belleza Comparación de apariencia Creencias feministas	La internalización de los estándares de belleza y la comparación de apariencia ascendente media la asociación entre Instagram y la auto-objetivación y vigilancia corporal Altas creencias feministas actúan como factor protector ante los efectos en la vigilancia corporal pero no de auto-objetivación El uso de Instagram predice vigilancia corporal en las mujeres con creencias feministas moderadas y/o bajas.
Hendricks et al. (2017)	C	Estados Unidos	N=185	18-24 M=21'04	100% Mujeres	Uso activo/pasivo de Instagram	Insatisfacción corporal Comparación de apariencia Competitividad intrasexual por hombres Impulso hacia la delgadez	Las actividades basadas en fotografías de Instagram predicen impulso a la delgadez e insatisfacción corporal a través de la mediación de la comparación de apariencia Hay correlación positiva entre la competitividad intrasexual y la comparación de apariencia, siendo la primera predictora de la segunda.

Autor (año)	Diseño	Lugar	Muestra/Edad/género			Mediciones RSO	Mediciones I.C./Correlatos	Hallazgos clave
Kleemans et al. (2018)	E	Países Bajos	N=144	14-18 M=15'92	100% Mujeres	Fotos originales vs. Fotos editadas Nivel educativo ²	Imagen corporal Tendencia a la comparación social	Las chicas expuestas a fotos editadas mostraron más insatisfacción corporal que las expuestas a fotos originales. Los efectos negativos eran peores en las que tenían mayor tendencia a la comparación social Los niveles educativos correlacionaron positivamente con la I.C.; mejorando la satisfacción cuanto mayor era el nivel.
Marengo et al. (2017)	C	Italia	N=523	12-15 M=14'82	53'5% Mujeres 46'5% Hombres	Uso de Facebook, Instagram y Snapchat Tiempo diario: no uso/uso moderado(<2h)/ uso frecuente>2h)	Preocupaciones sobre la imagen corporal Síntomas internalizados	El uso frecuente de RSOs (>2h/día) predijo síntomas internalizados y preocupaciones sobre la imagen corporal. Las preocupaciones sobre la imagen corporal predijeron síntomas internalizados El uso de Instagram se relacionó con más preocupación por la imagen corporal y síntomas internalizados Ser mujer correlaciona positivamente con mayor inversión de tiempo en RSOs, en concreto con las de más contenido visual.
Ramsey & Horan (2017)	C	Estados Unidos	N=61	18-22 M=19'23	100% Mujeres	Publicaciones en Facebook e Instagram Valor al feedback (likes y comentarios) Deseo de atención en RSOs	Vigilancia corporal Auto-objetivación Disfrute de la sexualidad Agencialidad sexual Ver el sexo como fuente de poder	Se publicaron más fotos sexualizadas en Instagram que en Facebook El deseo de atención fue el predictor más fuerte y correlacionaba positivamente con la vigilancia corporal, la auto-objetivación, el disfrute de la sexualidad y ver el sexo como fuente de poder. Las fotos sexualizadas recibían más likes en Instagram Mayor nº de likes predecía mayor nº de publicaciones Apostar por la autoestima de recibir likes y comentarios correlacionó positivamente con la vigilancia, el disfrute de la sexualidad y ver el sexo como una fuente de poder
Salomon & Brown (2018)	C	Estados Unidos	N=142	11-14 M=12'44	69'71% Mujeres 30'28% Hombres	Tiempo en Facebook e Instagram Conductas auto-objetivadoras en RSOs	Vergüenza corporal Vigilancia corporal Autocontrol/ "self-monitoring"	La vigilancia corporal mediaba la asociación entre auto-objetivación, uso de RSO y vergüenza corporal. Específicamente, las conductas de auto-objetivación en las RSOs predijeron vergüenza corporal cuando la vigilancia corporal no era incluida como mediadora. La fuerza de la vigilancia corporal como mediador varió según el género y el nivel de autocontrol, resultando más vulnerables las chicas con alto nivel de autocontrol.

² En los Países Bajos se dividen a los alumnos de las escuelas secundarias basándose en sus calificaciones de logros obtenidos en la escuela primaria (cf. Scheerens, Luyten, y Van Ravens, 2011). En esta muestra se dividieron en los tres niveles (bajo, medio y alto).

<i>Autor (año)</i>	<i>Diseño</i>	<i>Lugar</i>	<i>Muestra/Edad/género</i>			<i>Mediciones RSO</i>	<i>Mediciones I.C./Correlatos</i>	<i>Hallazgos clave</i>
Tiggemann & Barbato (2018)	E	Australia	N=128	18-29 M=20*12	100% Mujeres	Tiempo en Facebook e Instagram Comentarios de apariciencia vs. de lugar	Insatisfacción corporal Estado/Rasgo de auto-objetivación	Los usuarios expuestos a comentarios de apariencia tuvieron peor satisfacción corporal que los expuestos a comentarios de lugar Auto-subjetivación predijo aumento de insatisfacción corporal en respuesta a las imágenes
Tiggemann et al. (2018)	E C	Australia	N=220	18-29 M=20*13	100% Mujeres	Uso de Instagram N° de likes en fotos de otros usuarios	Satisfacción corporal Satisfacción facial Estado de comparación social	Observar muchos likes en las fotos de otros disminuyó la satisfacción facial pero no tuvo efecto en la satisfacción corporal Las chicas más implicadas en conseguir likes también mostraron mayor comparación física, de likes y peor insatisfacción corporal.

DISCUSIÓN

Uso de Instagram

Instagram vs. Facebook-Mujeres vs. Hombres

Las muestras confirman que uso de Instagram se posiciona en primer lugar frente a otras RSO como Facebook o Snapchat. Marengo et al., (2017) hallaron en una muestra de 12-15 años de edad que las chicas utilizaban más esta plataforma (79'9%) y que publicaban más en comparación con los chicos (57%) que utilizan más Facebook. El uso frecuente (>2h/d) predijo más preocupación sobre la Imagen corporal y síntomas internalizados. Salomon & Brown, (2018) encontraron resultados similares, matizando que eran las chicas las que más publicaciones tipo “selfie” hacían en comparación a los chicos y que su uso también predecía vergüenza corporal. Estos hallazgos son consistentes con investigaciones previas (Manago et al.,2015; Meier & Gray,2014). Ambos, Cohen & Slater, (2017) y Feltman & Szymanski, (2017) encontraron que los usuarios de Instagram tenían puntuaciones más altas en “vigilancia corporal” que los de Facebook y que correlacionaba positivamente con la auto-objetivación, siendo esta última mediada por la comparación hacia arriba y la internalización del ideal delgado. Ramsey & Horan,(2017) hallan fotografías más sexualizadas en Instagram que en Facebook, concluyendo que éste último es un medio más sexualizado.

En resumen, el género moderó los resultados en dos de los tres estudios, mostrando correlación positiva entre ser mujer y mayor tiempo en RSOs, traducándose en mayor

preocupación corporal y síntomas internalizados (Marengo et al.,2017), además de mayor vigilancia corporal (Salomon & Brown,2018)

Autopresentaciones

En las entrevistas de Chua & Chang, (2015) las jóvenes de entre 12-16 años, expresaban que entre las razones para editar sus publicaciones estaban la inseguridad y la baja autoestima, junto con el deseo de alcanzar unos estándares de belleza y recibir así la validación de los demás. También se concluyó que el *feedback* de los compañeros es una presión para manipular las presentaciones, tanto por miedo a recibir comentarios negativos sobre la propia apariencia como para conseguir más atención y *likes* (Burnette et al.,2017; Chua & Chang, 2015), lo que las lleva a posicionarse en el grupo de iguales. En el experimento de Kleemans et al., (2018) se expusieron fotografías originales y fotografías modificadas; Las jóvenes de entre 12-18 años no percibían que estaban viendo fotos modificadas y las consideraron representativas de la realidad, mostrando más insatisfacción corporal frente a las que eran expuestas a fotos originales. En la muestra expuesta a fotografías modificadas los efectos más negativos sobre la imagen corporal eran peores en las chicas con mayor tendencia a la comparación social.

Los resultados sugieren que los adolescentes serían más vulnerables ya que la presión para encajar en el grupo de iguales es mayor en esta etapa. Estos resultados podrían indicar una retroalimentación entre las fotos modificadas inspiradas por unos estándares y la influencia del grupo de iguales para reforzar las conductas auto-objetivadas, pues a través de los “likes” refuerzan la internalización de los estereotipos.

Fitspiration

Las investigaciones que Hendrickse et al., (2017) concluyen que las actividades basadas en fotos de Instagram y las fotografías de temática *fitspiration* (Fardouly et al., 2017) dieron lugar a mayor insatisfacción corporal y mayor impulso hacia la delgadez. A ello se suma Cohen & Slater, (2017) que encontraron que ambas actividades también correlacionaban positivamente con la internalización del ideal de belleza y la vigilancia corporal, apoyando estudios previos (Meier & Gray,2014)

Famosos

Aunque la comparación con las celebridades está mediada por su importancia, correlaciona positivamente con la insatisfacción corporal y estado de ánimo negativo (Brown & Tiggemann, 2016), así como con la auto-objetivación, (Fardouly et al., 2017), la internalización del ideal de delgadez y la vigilancia corporal (Cohen & Slater, 2017), y es probable que los más jóvenes sean los más vulnerables ya que suelen ser los que más se implican con sus ídolos.

Feedback

Likes

En la muestra australiana experimental de Tiggemann et al., (2018) encontraron que un mayor número de *likes* no provocaba mayor comparación de apariencia, a diferencia del estudio correlacional de Chua & Chang (2015), en el que las chicas adolescentes de Singapur expresaban compararse con los compañeros que poseían más *likes*. Estos resultados podrían deberse al hecho de que las fotos presentadas en la situación experimental eran de personas

desconocidas, por una diferencia cultural o por la diferencia de edades entre las muestras, siendo las más jóvenes las que darían más valor al número de *likes*.

Los *likes* actuaron como un ejemplo claro del modelo de influencia tripartita; en el estudio de Bell et al., (2018), los *likes* predecían la frecuencia de publicación, así como Ramsey & Horan, (2017) hallaron que las imágenes más sexualizadas y auto-objetivadas obtenían el mayor número de *likes*, por lo que los *likes* serían un indicador del consenso acerca de la belleza física.

Comentarios

Mientras que en Feltman & Szymanski, (2017) los comentarios tanto positivos como negativos no mediaron el uso de Instagram ni se relacionaron con la auto-objetivación ni la vigilancia corporal, en Tiggemann & Barbato, (2018) los usuarios expuestos a imágenes con comentarios positivos sobre la apariencia tuvieron peor satisfacción corporal que los expuestos a imágenes con comentarios de lugar. El conflicto entre los resultados tiene antecedentes similares (Calogero et al., 2009; Slater & Tiggemann 2015), por lo que es importante examinar los moderadores en estos enlaces. Asimismo, los usuarios expresaban no haber recibido prácticamente nunca comentarios negativos en Instagram (Feltman & Szymanski, 2017) con que sugieren que podría no ser un gran problema.

En cualquier caso, el carácter reforzador del *feedback* que se recibe a través de *likes* también podría tener correlatos fisiológicos como sugieren en un estudio Sherman et al., (2016), que hallaron a través de Resonancia Magnética funcional (fMRI) que los adolescentes que veían fotografías con muchos *likes* mostraban mayor actividad en las regiones del cerebro asociadas con el procesamiento de recompensas y la atención, sugiriendo así que actuarían como reforzador social para el uso de estas plataformas.

Procesos subyacentes

La Teoría sociocultural (Thompson,1999) sugiere que las mujeres y las niñas internalice los ideales de belleza poco realistas que se presentan en los medios de comunicación, participando en comparaciones físicas con ellos, en línea también con la T^a de la comparación social (Festinger,1954). Del mismo modo, la Teoría de la objetivación (Fredrickson & Roberts,1997) sostiene que la constante promoción de los ideales de belleza (a menudo sexualizados) en los medios, conducen a las mujeres y niñas a la auto-objetivación y a la vigilancia constante del cuerpo. Estas teorías han sido los marcos teóricos más comunes en la mayoría de los estudios que se han revisado y sus resultados dan cuenta de que todos estos procesos (internalización, comparaciones de apariencia, auto-objetivación y la vigilancia corporal) se relacionan con el aumento de la insatisfacción corporal y problemáticas asociados a la IC

Comparación de apariencia

Tal y como muestran los estudios, una de las variables que más se ha relacionado con efectos negativos en la IC ha sido la tendencia a la comparación de apariencia social ascendente. La comparación ha sido mediadora en la relación de actividades pasivas como ver imágenes de amigos, desconocidos, famosos, *fitspiration* y los fenómenos de auto-objetivación, auto-discrepancia e insatisfacción corporal y facial.

Autoesquema & Auto-discrepancia

El esquema de apariencia es considerado un componente cognitivo de la IC y se refiere específicamente a generalizaciones sobre el papel de la apariencia, en particular la importancia

y el significado de la apariencia para cada uno (Sinton & Birch, 2006). Está íntimamente relacionado con el sentido de autoestima que procede de la observación del propio comportamiento, la reacción de los demás y señales sociales.

Una novedad importante ha sido el estudio de Ahadzadeh et al., (2018) que se han enmarcado en la T^a del autoesquema (Markus,1999) y de Auto-discrepancia (Higgins,1987), examinando el papel mediador del autoesquema de apariencia y la auto-discrepancia entre el uso de Instagram y la insatisfacción corporal. Los resultados apuntaron significativamente a una correlación positiva entre los cuatro elementos, resaltando que los efectos de Instagram en la IC a través del autoesquema y auto-discrepancia dependen de la autoestima. En conclusión, las personas que tienen alta autoestima serían menos influenciadas por el autoesquema y por tanto se reduciría la auto-discrepancia y con ello los efectos de Instagram en la IC.

Feminismo & sexualidad

Otra de las novedades para la investigación en este entorno ha sido el estudio de Feltman & Szymanski, (2017), en el que las altas creencias feministas (no moderadas/bajas) de las participantes actuaron como factor protector ante los efectos en la vigilancia corporal, no siendo así frente a la auto-objetivación. Siendo este último un proceso cognitivo y la vigilancia corporal más comportamental, es posible que las creencias feministas solo protejan a las mujeres de las manifestaciones más conductuales del cuerpo.

Por otra parte, además de los componentes sexuales estudiados por Ramsey & Horan, (2017) (ver **Tabla 1**) el estudio de Hendrickse et al., (2017) estudia los efectos de la comparación de apariencia y el rol de la competición intrasexual, la cual deriva de las teorías Darwinianas y explica como hombres y mujeres desarrollan estrategias para atraer a parejas de mayor calidad (Buss & Schmitt, 1993). Los datos sugieren que hay una correlación positiva

entre altos niveles de competición intrasexual y altos niveles de comparación de apariencia en Instagram.

Limitaciones

La evaluación y medición de las variables relacionadas con la IC se midieron a través de cuestionarios y entrevistas estandarizadas en todos los casos. En cuanto a la metodología es difícil dar cuenta de la riqueza interactiva de las RSOs por lo que, a pesar del control de las variables en las situaciones experimentales, la manera de interactuar que tienen los usuarios con estas plataformas puede variar en el ambiente cotidiano. En todos los estudios las muestras fueron recogidas en entornos académicos no pudiendo generalizar los resultados. Así mismo la pequeña cantidad de hombres en los estudios viene justificada por una mayor vulnerabilidad de las mujeres en este ámbito, pero estudios recientes demuestran que los hombres también tienen problemas de insatisfacción corporal y de impulso hacia la muscularidad, entre otros (Bucchianeri et al., 2014). Todos los estudios fueron transversales evidenciando la necesidad de estudios longitudinales en este campo.

CONCLUSIONES

La presente revisión da cuenta de la importancia que tiene para los jóvenes la apariencia física a la hora de experimentar su cuerpo y su identidad en el entorno de la red social Instagram. A través de los estudios revisados se han identificado efectos negativos del uso de Instagram sobre la IC medidos a través de variables como son; la tendencia a la comparación social, la auto-objetivación, el impulso a la delgadez, la internalización de ideales delgados, la vigilancia corporal, el autoesquema de apariencia y la auto-discrepancia, provocando insatisfacción y

vergüenza corporal. Así mismo, en coherencia con anteriores revisiones (Tiggemann & Holland, 2016), se confirma mayores influencias negativas sobre la IC de plataformas basadas en la fotografía como Instagram en comparación a otras como Facebook. A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, la interactividad de las RSOs favorece la retroalimentación entre los usuarios de conductas auto-objetivadas, así como la comparación social tanto con usuarios conocidos, desconocidos o famosos y la idealización de estándares de belleza irreales a través de la edición de las presentaciones.

Ya que es inevitable que los jóvenes accedan a este tipo de RSOs, desde el campo de la Danza Movimiento Terapia cabría formularse algunas cuestiones de cara a futuras investigaciones; ¿Es posible que el trabajo relacionado con la Imagen Corporal mitigue los efectos sobre la misma causados por la utilización de RSOs como Instagram?, ¿El trabajo de cuerpo y movimiento desde disciplinas como la DMT podría ser beneficioso a la hora de experimentar múltiples dimensiones de la corporalidad y minimizar/descentralizar con ello los valores de apariencia superficial tan exaltados en nuestra cultura y en las plataformas digitales?. Se abre con ello un campo de nuevas perspectivas para la DMT, ¿Qué otros retos y oportunidades se presentan para la DMT en el ámbito de internet y la tecnología digital?

REFERENCIAS

- Ahadzadeh, A.S., Sharif, S.P. & Ong, F.S.(2018).Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image. *Computers in Human Behavior*, 68,8-16
- Ainley V., Tsakiris M., (2013). Body Conscious? Interoceptive Awareness, Measured by Heartbeat Perception, Is Negatively Correlated with Self-Objectification. *Plos one*, 8(2):
- Anderson, M.,Jiang,J., Teens, Social Media &Technology,(2018).
Recuperado de <http://publicservicesalliance.org/wp-content/uploads/2018/06/Teens-Social-Media-Technology-2018-PEW.pdf> [Noviembre 28/2018]
- Ardévol, E. & Gómez-Cruz, E., (2012). Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*,67(1),181-208
- Baumeister, R.F., (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91
- Bell, B.T.,Cassarly, J.A. & Dunbar, L. (2018). Selfie-objectification: Selfie-objectification and positive feedback (“Likes”) are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media. *Body Image*, 26,83-89

- Blakemore, S.J., & Mills, K.L. (2014). Is adolescence a sensitive period for sociocultural processing? *Annual Review of Psychology*, 65, 187–207
- Bloom, K. (2006). *The embodied self*. London: Karnac Bookspag
- Botella G.L., Grañó, N., Gámiz, M.& Abey, M., (2008). La presencia Ignorada del Cuerpo: Corporalidad y (re)construcción de la identidad. *Revista argentina de clínica psicológica*, 17(3),245-264
- Botella, L., Velázquez, P. & Gómez, A.M. (2006). *Género, cuerpo e identidad femenina: la construcción personal y social del peso corporal*. En Botella, L., (Comp.), *Construcciones, narrativas y relaciones: Aportaciones constructivistas y construccionistas a la psicoterapia*. Barcelona: Edebé.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.
- Breines, J., Crocker, J. & Garcia, J., (2008). Self-Objectification and Well-Being in Women's Daily Lives. *Personality & social psychology bulletin*. 34. 583-98.
- Brown, Z. & Tiggemann, M., (2016). Attractive Celebrity and Peer Images on Instagram: Effect on Women's Mood and Body Image. *Body Image* 19,37-43
- Bucchianeri, M.M., Serrano, J.L., Pastula, A. & Corning, A.F., (2014). Drive for Muscularity is heightened in Body-Dissatisfied men who socially compare. *Eating disorders* 22,221-232
- Burnette, C.B., Kwitowski, M. & Mazzeo, S., (2017). "I Don't Need People to tell me I'm Pretty on Social Media": A Qualitative Study of Social Media and Body Image. *Body Image*, 23,114-125

- Buss, D. M., & Schmitt, D. P. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100(2), 204.
- Calogero, R., Herbozo, S. & Thompson, J., (2009). Complimentary Weightism: The Potential Costs of Appearance-Related Commentary for Women's Self-Objectification. *Psychology of Women Quarterly*, 33, 120 - 132.
- Cash, T.F., (2004). Body image: Past, present, and future. *Body image*, 1, 1-5.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. (pp.3-12) New York: Guilford
- Cash, T. F., & Szymanski, M. L. (1995). Body-image disturbance and self-discrepancy theory: Expansion of the Body-Image Ideals Questionnaire. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 134–146.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.). New York, NY, US: Guilford Press
- Chae, J. (2017). Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers in Human Behavior*, 66, 370–376
- Chua, T.H.H. & Chang, L.,(2015). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girl's Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior*, 55,190-197
- 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
- De 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, 211e224
- Dolto, F. (1984). *La imagen inconsciente del cuerpo*. (1ª Ed.) Barcelona: Paidós,

- Döring, N., Reif, A., & Poeschl, S. (2016). How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior*, 55, 955-962
- Erikson, E. (1974) *Identidad, juventud y crisis*. Barcelona: Paidós
- Espinoza, G., & Juvonen, J. (2011). The pervasiveness, connectedness, and intrusiveness of social network site use among young adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 705–709
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2014). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82–88.
- Fardouly, J., Willburger, B.K. & Vartanian, L.R. (2017). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20,(4)1380-1395
- Feltman, C. & Szymanski, D.,(2017). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary and feminism. *Sex Roles*, 78(5)311-324
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140

- Fox, J., & Vendemia, M. (2016). Selective Self-Presentation and Social Comparison Through Photographs on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19, 593-600.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206
- Gallagher, S. (2005). *How the body shapes the mind*. New York: Oxford University Press
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books
- Gómez, E. & Ardévol, E., (2010). Playful embodiment: body and identity performance on the Internet. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 26, 41-60
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476
- Grogan, S. (2006). Body Image and Health: Contemporary Perspectives. *Journal of Health Psychology*, 11(4), 523-530
- Hendrickse, J., Arpan, L., Clayton, R. & Ridgway, J. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100
- Heron, K.E. & Smyth, J.M., (2013). Body Image Discrepancy and Negative Affect in Women's Everyday Lives: An Ecological Momentary Assessment Evaluation of Self-Discrepancy Theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 32,(3), 276-295.
- Higgins, E. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological review*, 94, 319-40.

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*, 17

Instituto Nacional de Estadística (2018). España.

https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout [Recuperado el 1/12/18]

IAB-Spain, Estudio Anual de Redes Sociales. (2018)

https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf
[recuperado el 12/12/18)]

Kelley, C.C.G., Neufeld J.M. & Jennie & Musher-Eizenman, R.D. (2009). Drive for thinness and drive for muscularity: Opposite ends of the continuum or separate constructs?. *Body image*, 7, 74-7.

Kim, J. W., & Chock, M. T. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48,331–339.

Kleemans,M., Daalmans,S., Carbaat I., & Anschültz,D. (2018).Picture perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescents Girls.*Media Psychology*, 21,(1) 93-110

Koutamanis, M., Vossen, H. G. M., & Valkenburg, P. M. (2015). Adolescents' comments in social media: Why do adolescents receive negative feedback and who is most at risk? *Computers in Human Behavior*, 53, 486-494.

- Lee, J., Sung, Y. & Choi, S.M., (2016). Hide-and-seek: Narcissism and “selfie”-related behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(5), 347-351.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two component model. *Psychological Bulletin*, 107 (1), 34–47.
- Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Griffiths, S., Murray, S. B., & Mitchison, D. (2018). Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image*, 28, 39–43.
- Markey, C. N. (2010). Invited commentary: Why body image is important to adolescent development. *Journal of Youth and Adolescence*, 39, 1387–1391.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-Presentation and Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446–458.
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M.A. & Settani, M. (2017). Highly-Visual Social Media and Internalizing Symptoms in Adolescence: The Mediating Role of Body Image Concerns. *Computer in Human Behavior*, 82, 63-69.
- Mascheroni, G., Vincent, J., & Jimenez, E. (2015). “Girls are addicted to likes so they post semi-naked selfies”: Peer mediation, normativity and the construction of identity online. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(1), 5
- Markus, H. (1999). Self-schemata and processing information about the self. *The Self in Social Psychology*. 123-138.
- McCall, C. (2015). Social Cognition in the Cyborg Age: Embodiment and the Internet. *Psychological Inquiry*, 24(4), 314-320.
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17, 199–206.

- Meissner, W. W. (1997). "The self and the body I: the body self and the body image". *Psychoanalysis and Contemporary Thought*, 20, 419-448.
- Meissner, W. W. (1998a). "The self and the body II: the embodied self –self vs. nonself". *Psychoanalysis and Contemporary Thought*, 21, 85-111
- Meissner, W. W. (1998b). "The self and the body III: the body image in clinical perspective". *Psychoanalysis and Contemporary Thought*, 21, 113-146
- Meshi, D., Tamir, D. & Heekeren, H.R. (2015). The emerging Neuroscience of Social Media. *Trends in Cognitive Sciences*, 19 (12), 771-782
- Mercurio, A. & Landry, J.L., (2008). Self-objectification and Well-being: The Impact of Self-objectification on Women's Overall Sense of Self-worth and Life Satisfaction. *Sex Roles* 58, 458-466.
- Merleau-Ponty, M. (1999). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona; Editorial Altaya.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64.
- Mills K. L. (2014). Effects of Internet use on the adolescent brain: Despite popular claims, experimental evidence remains scarce. *Trends in Cognitive Sciences*, 18, 385–387.
- Myers, T.A. & Crowther, J.H. (2009) Social Comparison as a Predictor of Body Dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, 118(4) 683-698

- Niedenthal, P.M., Barsalou, L.W., Winkielman, P., Krauth-Gruber, S., & Ric, F. (2005). Embodiment in attitudes, social perception and emotion. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 184-211.
- O’Keeffe, G.S. & Clarke-Pearson, K. (2011) The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics* 127, 800–804
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 11-12
- Pylvänäinen, P. (2003). Body Image: A Tripartite Model for use in Dance/Movement Therapy. *American Journal of Dance Therapy*, 25 (1), 39-55.
- Ramsey, L.R. & Horan, A.L., (2017). Picture this: Women self-sexualization in photos on social media. *Personality and individual differences*, 133, 85-90.
- Rosenthal, S. R., Buka, S. L., Marshall, B. D. L., Carey, K. B., & Clark, M. A. (2016). Negative experiences on Facebook and depressive symptoms among young adults. *The Journal of Adolescent Health: Official Publication of the Society for Adolescent Medicine*, 59(5), 510-516.
- Ruckel, Lindsay & Hill, Melanie. (2016). Look @ Me 2.0: Self-Sexualization in Facebook Photographs, Body Surveillance and Body Image. *Sexuality & Culture*. 21.
- Salomon, I. & Brown, C.S., (2018). Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image. *Journal of Early Adolescence* 1-22.
- Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent use of social networking sites is associated with poor psychological functioning among children and adolescents. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(7), 380-385

- Serrano-Puche, J., (2016) Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente. *Comunicar* 46,(24)
- Shah, J.,Das, P.,Muthial, N., Milanaik,R.,(2018).New age technology and social media: adolescent psychosocial implications and the need for protective measures. *Current Opinion in Pediatrics*
- Shane-Simpson, C., Manago, A., & Gaggi, N. & Gillespie-Lynch, K., (2018). Why Do College Students Prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site Affordances, Tensions Between Privacy and Self-Expression, and Implications for Social Capital. *Computers in Human Behavior*, 86.
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L.M., Greenfield, P. M., & Dapretto,M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological Science*, 27, 1027–1035.
- Sinton, M., & Birch, L., (2006). Individual and Sociocultural Influences on Pre-Adolescent Girls' Appearance Schemas and Body Dissatisfaction. *Journal of Youth and Adolescence*, 35, 157-167.
- Spies-Shapiro, L. A., & Margolin, G. (2013). Growing Up Wired: Social Networking Sites and Adolescent Psychosocial Development. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 17(1), 1–18.
- Stern,D.(1985).El Mundo Interpersonal del Infante. Buenos Aires: Paidós.
- Subrahmanyam, K.,Greenfield,P.M. & Michikyan,M.,(2015)._Comunicación electrónica y relaciones adolescentes. *Iberoamerican Communication Review*, 9,115-130.

- Sung, Y., Lee, J.A., Kim, E. & Choi, S.M., (2016). Why we post selfies: Understanding Motivations for posting pictures of oneself. *Personality And individual differences*, 97, 260–265.
- Thompson, J.K., Heinberg, L.J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. APA
- Thompson, J.K. & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10 (5), 181-183.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (pp. 12–19). New York, NY: Guilford Press.
- Tiggemann, M. & Barbato I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body Image* 27, 61-66.
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J., (2018). The Effect of Instagram “Likes” on Women’s Social comparison and body dissatisfaction. *Body Image* 26, 90-97.
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls’ weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63, 79–90.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46, 630–633.

- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The Internet and body image concerns in preteenage girls. *Journal of Early Adolescence*, 34, 606–620.
- Tiggemann M & Zaccardo M (2015) “Exercise to be fit, not skinny”: the effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image* 15, 61–67.
- Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140(Supplement 2), S67–S70.
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media exposure and girls’ internalization of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance. *Journal of Communication*, 62, 869–887.
- Vartanian, L. (2009). When the Body Defines the Self: Self-Concept Clarity, Internalization, and Body Image. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 28, 94-126.
- Vartanian, L. (2012). Self-Discrepancy Theory and Body Image. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. 2, 711-717.
- Vartanian, L. & Dey, S., (2013). Self-concept clarity, thin-ideal internalization, and appearance-related social comparison as predictors of body dissatisfaction. *Body image*, 4, (10), 495-500.
- Vera Carrasco, Oscar. (2009). CÓMO ESCRIBIR ARTÍCULOS DE REVISIÓN. *Revista Médica La Paz*, 15(1), 63-69.
- Yang, C. & Brown, B. (2015). Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence*, 45, (2).

