

Efecto de la exposición a fotos editadas de Instagram en la imagen corporal: una replicación sistemática en jóvenes universitarias españolas

Effect of exposure to edited Instagram photos on body image: a systematic replication in young Spanish university girls

María Muñoz Parralo, Jesús Gómez Bujedo
*Departamento de Psicología Clínica y Experimental
Universidad de Huelva*

RESUMEN

La insatisfacción corporal está asociada a un mayor riesgo de suicidio y una peor calidad de vida. Esta puede generarse por comparación social y exposición a modelos corporales irreales por redes sociales. Este estudio es una replicación de una investigación de los Países Bajos (Kleemans et al., 2018) donde se analizaba la influencia de la exposición a fotos editadas de Instagram sobre la percepción de la imagen corporal en adolescentes. Se ha replicado el estudio con 104 jóvenes universitarias españolas que fueron expuestas de forma aleatoria a fotos editadas, fotos originales, o fotos de paisajes. Después se midió la percepción de la imagen corporal de las jóvenes. Respecto al artículo original se introdujo una tercera condición con fotos de paisajes, se midió la atención de las participantes y se realizó un cuestionario previo para evaluar la edición de las fotos estímulo. No se encontraron diferencias significativas entre los grupos. Se plantean las variables asociadas a la edad como influyentes en la relación entre la exposición a fotos en redes sociales y la percepción de la imagen corporal.

PALABRAS CLAVE

Imagen corporal; percepción; Instagram; filtros; jóvenes.

ABSTRACT

Body dissatisfaction is an issue associated with an increased risk of suicide and poorer quality of life. Such dissatisfaction can be generated by social comparison and exposure to unrealistic body models through social media. This study is a replication of a research conducted in the Netherlands in 2016 which analysed the influence of exposure to edited Instagram photos on the perception of body image in an adolescent population. In the present study, an experiment was conducted with 104 Spanish university girls who were randomly exposed to edited photos with filters, original photos, or landscape photos. The young women's perception of their body image after exposure was measured. Compared to the original article, a third condition was introduced with landscape photos, participants' attention to the photos was measured, and a pre-questionnaire was conducted to assess the editing of the stimulus photos. No significant differences were found between the groups. All this may lead us to consider age-related variables as influential in the relationship between exposure to photos on social networks and the perception of one's own body image.

KEYWORDS

Body image; perception; Instagram; filters; youth.

Recibido: 25/01/2023; aceptado: 23/02/2023

Correspondencia: María Muñoz Parralo, Departamento de Psicología Clínica y Experimental, Universidad de Huelva.
E-mail: mariammm.pp@gmail.com.

Introducción

La insatisfacción corporal, siguiendo el modelo sociocultural, es el resultado de la interiorización, por parte del individuo, de un prototipo de cuerpo ideal determinado culturalmente, y con el que, mediante la comparación social, la persona siente que discrepa (Acosta y Gómez, 2003). El malestar corporal patológico se ha relacionado con la ideación suicida (Guadarrama et al., 2014), un mayor riesgo de sufrir TCA (Manrique et al., 2018) y una peor calidad de vida (Bonilla et al., 2015).

Dentro de los estereotipos corporales pueden encontrarse diferencias de género. Mientras que los hombres son guiados a tener cuerpos más fuertes y musculosos, las mujeres son guiadas a tener una apariencia delgada, independientemente del peso que tengan (Acosta y Gómez, 2003). En mujeres, la insatisfacción con el propio cuerpo suele operar en la dirección de perder peso (Lameiras, 2001). También, al seguir analizando por género, encontramos que las mujeres son las principales influenciadas por esos modelos estéticos corporales, ya que hay un número significativamente mayor de mujeres insatisfechas con su apariencia corporal respecto al número de hombres. Estas se suelen ver más presionadas para seguir esa cultura de la delgadez que se impone desde la sociedad. Se ha encontrado una clara relación entre el sexo y la tendencia a llevar a cabo dietas restrictivas, destacando en este último aspecto el sector femenino (Acosta y Gómez, 2003).

Las mujeres presentan una tendencia a sobreestimar su peso corporal, especialmente en las zonas del pecho, la cabeza y respecto a la profundidad (lo que coloquialmente llamamos

“barriga”). Esto las lleva a perseguir esas aspiraciones de delgadez y presentar una mayor insatisfacción corporal (Perpiñá y Baños, 1990). Estudios han revelado que solo el 38,7% de las mujeres se perciben de una forma aproximada a la realidad, frente a un 52,4% de hombres que sí se percibirían de forma correcta. Dentro de la población femenina, un 41,1% de mujeres se perciben más gruesas de lo que son en realidad. (Vaquero-Cristóbal et al., 2013).

A lo largo del ciclo vital, son la adolescencia y la juventud las principales etapas donde se encuentran generalmente las mujeres más insatisfechas con su propio cuerpo. Son los jóvenes los más afectados por los mensajes verbales y los modelos estéticos sociales. Los jóvenes desean estar delgados, y en el caso femenino este deseo es mayor (Esnaola, 2005). En la edad adulta también están presentes estas preocupaciones, pero especialmente destacan en mujeres adolescentes y jóvenes (Vaquero-Cristóbal et al., 7 2013). Es por ello que es dentro de la población joven donde hay una mayor incidencia de TCA (Benedito, 2003). Estudios con mujeres universitarias identificaron en ellas una tendencia a sobreestimar el peso y la grasa corporal (Tanaka, 2002). Nuestra sociedad rinde un gran culto al cuerpo, y todos estos mensajes socioculturales impactan en el comportamiento y pensamientos de las jóvenes (Rivarola, 2003).

El descontento con la imagen corporal puede deberse a la transmisión de ideales de belleza irrealistas a través de medios de comunicación masivos, que se tienden a asumir como verdaderos e identificables (Hargreaves y Tigge-mann, 2004). Dentro de todo este proceso, es

importante mencionar como base la Teoría de la Comparación Social de Festinger (1954). Las personas tienden a establecer a los otros como estándares con los que compararse a ellos mismos y a su progreso. Estas comparaciones pueden ser descendentes, cuando se realizan con personas que se perciben como inferiores, o ascendentes, cuando son personas percibidas como superiores (Festinger, 1954). Son este tipo último de comparaciones las que, según la interpretación que se les dé, pueden tener efectos perjudiciales en el propio bienestar psicosocial (Pérez y Quiroga-Garza, 2019).

Dentro de este escenario juegan un papel muy importante las redes sociales como medio de difusión de estos cánones estéticos. El uso de redes sociales ha sido significativamente relacionado con efectos desfavorables en la imagen corporal en numerosos estudios (Holland y Tiggemann, 2016). Un mayor uso de internet se relaciona con una mayor tendencia a la comparación social de tipo ascendente en jóvenes (Pérez y Quiroga-Garza, 2019). En España, nueve de cada diez personas usan las redes sociales, y pasan casi dos horas al día en ellas. Dentro de la gama digital, Facebook y Whatsapp son las plataformas sociales más utilizadas, seguidas de Instagram, que en los últimos años ha ido ganando cada vez más popularidad, especialmente entre adolescentes y jóvenes. En torno a un 71,7 % de los usuarios españoles utilizan Instagram. Además, son las mujeres las que más tienden a utilizar estas plataformas (We are social, 2022).

Con respecto al uso del Instagram, éste ha sido relacionado con la aparición de síntomas de ansiedad y de depresión. Concretamente

el seguimiento de cuentas relacionadas con la salud y el fitness se relaciona con la internalización del ideal de delgadez y la puesta en marcha de conductas dirigidas a perder peso (Puertas, 2020). También Instagram se relaciona con una mayor internalización de los estereotipos estéticos, una mayor vigilancia corporal y una mayor auto-objetivación, relaciones que a su vez están mediadas por esa tendencia a la comparación social que se comentaba antes (Feltman y Szymanski, 2018). Un estudio realizado con chicas entre 18-24 años encontró una relación positiva significativa entre el uso de Instagram y la tendencia a comparaciones sociales, el desarrollo de TCA y la vigilancia corporal (Saunders y Eaton, 2018). En esta red social, a través de las imágenes, sus usuarios pueden construir y desarrollar una identidad e imagen frente a sus *followers*, además de ser Instagram una red social que proporciona toda una gama de filtros que se pueden utilizar como herramientas para mejorar la apariencia de las fotos (Holland y Tiggemann, 2016). Dentro de la modificación de fotos, son las chicas las que más llevan a cabo esta práctica (Mingoa et al., 2019). Un estudio realizado con jóvenes universitarias usuarias frecuentes de Instagram encontró que aquellas chicas que más modificaciones realizaban en sus *selfies*, fueron las que mostraron una mayor insatisfacción corporal respecto a aquellas que no las modificaban (Vendemia y DeAndrea, 2021).

Después de llevar a cabo la revisión bibliográfica, se ha encontrado un gran número de estudios que muestran asociación, pero pocos estudian la relación causal entre la exposición a fotos irreales típicas de las redes sociales y la per-

cepción de la imagen corporal. Entre esos pocos, destaca un estudio realizado en los Países Bajos en 2016 donde se estudió el efecto que tenían fotos manipuladas de Instagram en la percepción de la imagen corporal en chicas adolescentes ($r = 0,17, p = 0,021$), y cómo la tendencia a la comparación social moderaba esta relación (Kleemans et al., 2018). En este estudio las participantes se separaban en dos condiciones, unas eran expuestas a fotos de Instagram originales, y otras eran expuestas a fotos de Instagram remodeladas y retocadas. Después se medía la percepción de la imagen corporal y la tendencia a la comparación social de estas chicas. Aunque hemos visto que tanto adolescentes como jóvenes se ven afectados por esta problemática, solo hay estudios con adolescentes, y son en el contexto anglosajón. Además, como hemos indicado, entre ambos géneros son las mujeres las más afectadas por este tipo de cuestiones. Es por todo esto que se decidió hacer una replicación sistemática del estudio en jóvenes universitarias españolas entre 18 y 30 años.

La replicación es una parte esencial dentro del campo de la investigación, y actualmente la Psicología vive como ciencia una etapa en la que se realizan pocas replicaciones de estudios (Earp y Trafimow, 2015). Se puede decir que hoy día la Psicología tiene un problema de replicación (Baker, 2015). Al analizar el estudio de Kleemans et al., (2018) encontramos algunos elementos que se han relacionado con los problemas en la replicación en psicología, como el pequeño tamaño del efecto y algunas limitaciones en la descripción del apartado de método. Por ello consideramos relevante realizar una replicación de un estudio de Psi-

cología Social sobre esta cuestión con algunas adaptaciones. En cambio, se llevaron a cabo una serie de modificaciones con respecto al estudio original con el objetivo de una mejora metodológica. Por un lado se añadió una tercera condición control al experimento, donde las participantes fueron expuestas a fotos de paisajes, por si la simple exposición a fotos de otras chicas pudiese tener algún efecto por comparación social. Siguiendo la hipótesis de la comparación social, se esperaba encontrar una mayor diferencia entre los grupos expuestos a fotos de paisajes y los expuestos a fotos manipuladas. De esta manera, se esperaba encontrar un tamaño del efecto mayor que en el estudio original, lo que facilitaría su detección. También se realizaron preguntas sobre memoria visual que medían la atención de las participantes al observar las fotos, aspecto que el estudio original no contemplaba, y se realizó un cuestionario previo a la selección final de fotos del experimento, para asegurar que la edición de las imágenes fuese la idónea. Respecto al estudio original, se utilizaron unas fotos estímulo distintas, donde aparecían chicas con un prototipo físico más parecido al de las jóvenes españolas, más adecuadas para nuestra muestra. Además, se cambió la *cover story* para adaptarla al tipo de participantes y otras características del estudio. Para medir la percepción de la imagen corporal en el estudio original se utilizó la Body Image State Scale (Cash et al., 2002). En nuestra replicación hemos utilizamos la versión española de esta escala, la Spanish Body Image State Scale (Mebarak et al., 2019).

Así, el presente estudio tiene como objetivo analizar la influencia de la exposición a fotos edi-

tadas de Instagram en la percepción de la imagen corporal en jóvenes universitarias españolas entre 18-30 años. La hipótesis principal de investigación es que aquellas chicas que sean expuestas a fotos editadas presenten una peor percepción de su imagen corporal que aquellas que sean expuestas a fotos originales, sin editar. Estas últimas a su vez se espera que presenten una peor percepción que aquellas a las que se les muestre fotos de paisajes por comparación social.

Método

Participantes

Participaron en el experimento 104 chicas españolas, de un rango de edad entre 18-30 años, estudiantes de universidad. Se utilizó un muestreo de bola de nieve, al igual que en estudio original. Se invitó a través de un enlace a varias chicas a participar en el experimento, y a estas se les preguntó si conocían a otras jóvenes universitarias que quisiesen participar también. Se difundió el enlace pidiendo colaboración de forma periódica cada 3-4 días a través de Whatsapp, Instagram, Twitter y por último por la plataforma Moodle de la universidad. Las jóvenes fueron participantes de forma voluntaria y recibieron un consentimiento informado.

Diseño

Como variable independiente encontramos el tipo de fotos de Instagram, con tres condiciones: la primera condición correspondería con la exposición a 10 fotos editadas (N=36), la segunda con la exposición a 10 fotos originales (N=34), y la tercera con la exposición a 10 fotos de paisajes (N=34). Esta última actuaría como condición control, donde es menos probable

propiciar la comparación social. La variable dependiente principal es la percepción de la imagen corporal. Cada participante fue asignada a una de las tres condiciones de forma aleatoria.

Instrumentos

Estímulos

Se utilizaron en el experimento 10 fotos como estímulos en cada condición, en las que aparecían chicas jóvenes. Dentro de este experimento era muy importante que se diese esa comparación social de la chica que observa con la que aparece en la imagen, por lo que se buscó utilizar fotos estímulo donde apareciesen chicas jóvenes, de en torno a la misma franja de edad de las participantes, y con unas características físicas parecidas a las que pueden presentar las jóvenes españolas, por ejemplo, chicas de pelo moreno con ojos castaños o verdes. En este aspecto nos diferenciamos del estudio original, donde las chicas de las fotos mostraban un color de piel más claro y características físicas más típicas de esa parte geográfica de los Países Bajos. También se alternó en las fotos la parte del cuerpo enfatizada. Cinco fotos mostraban principalmente el rostro de la chica, y las otras cinco mostraban chicas de cuerpo entero, como en el estudio original. Las fotos estímulo se encontraron poniendo en el buscador del Instagram los hashtags “#sinfiltros” y “#alnatural”. Se seleccionaron solo fotos de jóvenes que tuviesen el perfil público, ya que, por cuestiones éticas, solo de este modo el contenido encontrado en estos perfiles puede ser usado de forma legítima en una investigación (Mckee, 2013). Como criterio de inclusión para las fotos se estableció que las

jóvenes tenían que ser españolas, pero como criterio de exclusión se buscó que estas no fuesen de Huelva. Las fotos tenían que ser de chicas españolas por las características físicas, para que se estableciese esa comparación social con las participantes, pero, dado el muestreo empleado, no podían ser de Huelva ya que se buscaba reducir la probabilidad de que las participantes pudiesen conocer a alguna chica de las fotos o que incluso alguna pudiese aparecer en ellas. Esto se verificó entrando en el perfil de estas jóvenes y revisando la ubicación que indicaban en sus biografías o en sus fotos.

Para las fotos estímulo editadas, se utilizaron filtros y efectos que están disponibles en Instagram, ya que son estos los que están a mano, utilizan a diario las jóvenes, y son el tipo de ediciones a las que son frecuentemente expuestas. Respecto a los *selfies* en los que las chicas salían de cara, se utilizaron filtros que se

pueden encontrar en la opción de “stories” de Instagram, concretamente los filtros “hawai grain” y “top babe look II”. Estos filtros estilizan los rasgos de la cara, agrandan los ojos, dan color a las mejillas, y pueden poner un tono de moreno. A la hora de manipular las fotos en las que las chicas salían de cuerpo entero, se utilizó una aplicación llamada “Perfect me-Face and Body Editor”, disponible en la web. Con esta herramienta se podía estrechar la cintura, aumentar ciertas partes del cuerpo como el pecho, estrechar y alargar las piernas, pero siempre de una forma no muy exagerada para que tampoco la edición fuese tan evidente ni excesiva. Es una aplicación relativamente sencilla de usar y gratuita, lo que hace posible que la utilice cualquier chica con sus fotos.

Se buscaron y editaron 20 fotos, y se confeccionó un cuestionario de validez para de ese conjunto, escoger las 10 fotos estímulos

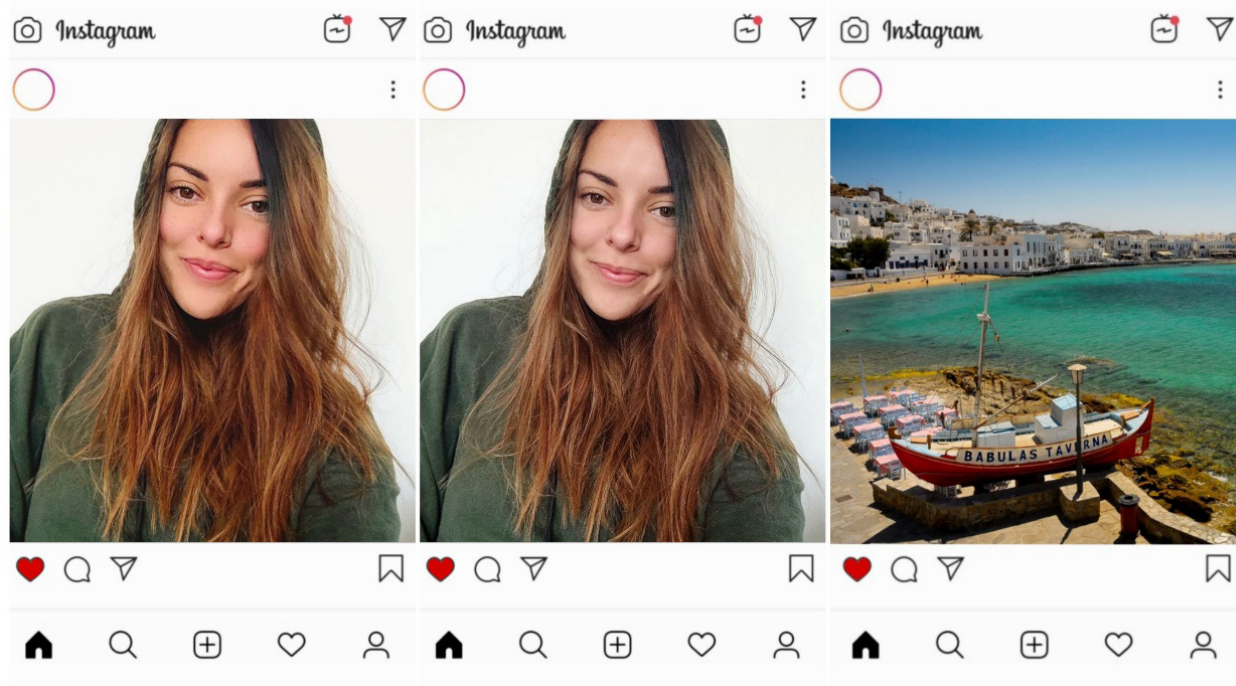


Figura 1. Ejemplo de fotos tipo selfie expuestas en cada condición. De izquierda a derecha, foto editada, foto original y foto de paisaje. Estas fotos son dominio público, no somos autores de ellas, solo de su edición.

finales, buscando que estas tuviesen una buena validez ecológica y fuesen lo más idóneas posibles para el experimento. Este cuestionario de validez es una innovación que quisimos añadir al estudio con respecto al artículo original, con el objetivo de mejorar su metodología. El cuestionario se pasó a tres alumnas de Psicología, explicándoles en qué consistía el estudio, y pidiéndoles colaboración para puntuar una serie de 20 fotos. Se iban presentando los pares de fotos, a la izquierda la original y a la derecha la editada. Debajo de cada par, se lanzaban dos principales preguntas: “¿cuánto se parece la chica de las imágenes a las que ves cuando revisas tu propio Instagram?” y “la foto de la derecha está modificada, ¿consideras que la modificación hace más atractiva a la chica?”. Con esto se buscaba saber si esas fotos eran representativas de las publicaciones que encontraban las estudiantes en su Instagram,

y también asegurar que las modificaciones hechas en ellas hacían mostrarlas más atractivas. Todo esto era una forma de hacer más probable en el experimento esa comparación social entre la observadora y la chica de la foto. Para la selección final, se priorizó el criterio de edición (correspondiente a la segunda pregunta) sobre el de representatividad (primera pregunta). Se calculó el promedio de las tres notas de las tres participantes para cada pregunta de cada foto del cuestionario. Aquellas fotos que tenían un promedio menor de cinco en la pregunta sobre la edición se eliminaron. De las fotos restantes, se seleccionaron aquellas que tenían un promedio más alto en la representatividad. Así se obtuvo una selección final de 10 fotos, cinco *selfies* de cara (ver Figura 1), y cinco fotos de cuerpo (ver Figura 2), buscando con este método cierta garantía de la representatividad y la calidad de edición de estas.

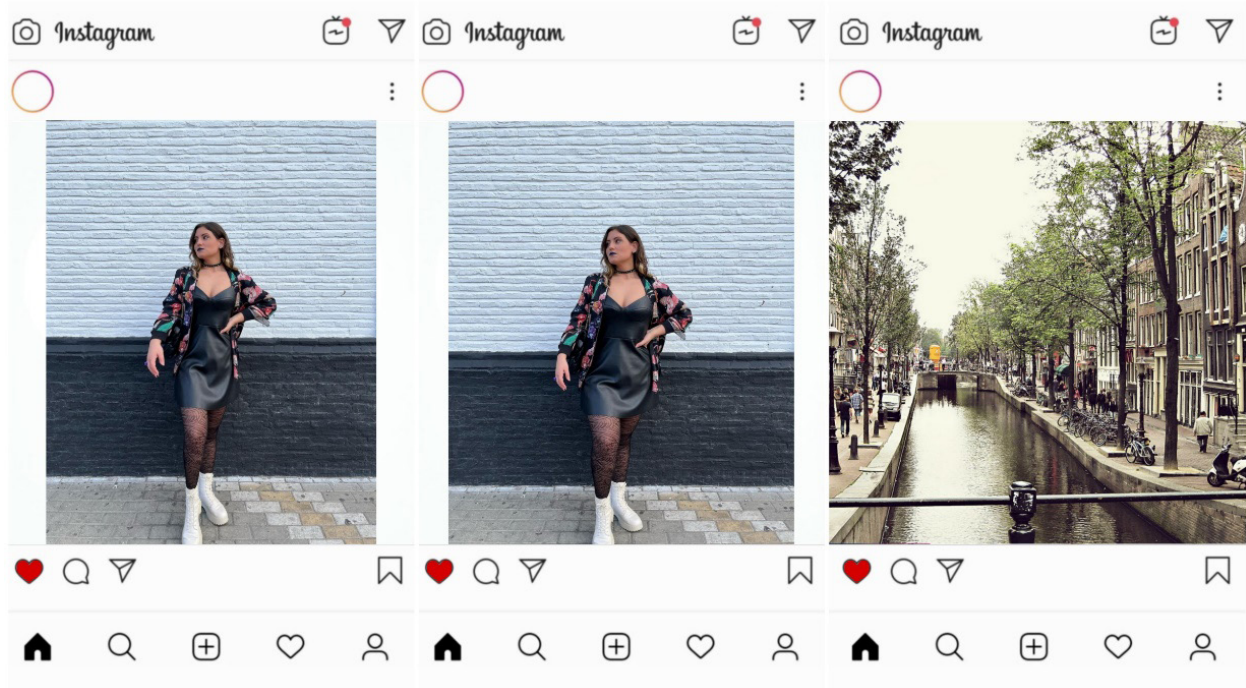


Figura 2. Ejemplo de fotos de cuerpo expuestas en cada condición. De izquierda a derecha, foto editada, foto original y foto de paisaje. Estas fotos son de dominio público, no somos autores de ellas, solo de su edición.

Utilizando una aplicación de edición llamada "Picsart-Editor de Fotos" se colocaron las fotos en una plantilla simulando un post de Instagram, sin ningún nombre de perfil ni ningún comentario o número de *likes*, todas presentadas con la misma plantilla y de la misma forma y tamaño.

Medidas

En los cuestionarios correspondientes de cada condición primero se hicieron una serie de seis preguntas sociodemográficas de respuesta múltiple: año de nacimiento, curso más alto en que la chica estaba matriculada, tipo de titulación, nombre de la titulación (esta era una pregunta abierta), red social más utilizada y frecuencia con la que habían utilizado redes sociales en el último mes. El objetivo de estas preguntas fue comprobar que las personas de la muestra coincidían con la población diana de nuestro estudio. Tras la tarea, respondieron a cuatro preguntas sobre memoria visual. Estas preguntas iban en consonancia con nuestra *cover story*, pero aparte nos sirvieron para hacer un cribaje entre las participantes viendo si habían prestado atención a las fotos. Se estableció como criterio de exclusión que, si alguna participante fallaba todas las preguntas de memoria, su cuestionario no se tendría en cuenta y se eliminaría, ya que se consideraría que no habría prestado la atención suficiente a las fotos. Las preguntas fueron: "¿en cuántas de las fotos aparecían hombres?", "¿en cuántas fotos aparecía una mujer de cuerpo entero?", "de las fotos en las que aparecían chicas, ¿cuántas de ellas tenían el pelo blanco?" y "¿en cuántas de las fotos la red social usada era Instagram?". Las participantes tenían que seleccionar en un

menú desplegable de 1 a 10 cuál creían que era la respuesta correcta.

A continuación de las preguntas de memoria se hicieron cuatro preguntas más acerca de la edición y el atractivo de las fotos al igual que en el artículo original: "¿encuentras atractivas a las chicas de las fotos?", "¿crees que las fotos que has visto han podido ser manipuladas utilizando filtros de Instagram?", "¿crees que el rostro y el cuerpo de las chicas han sido remodelados?" y "¿crees que las fotos de las chicas que has visto muestran una imagen representativa de la realidad?". Estas presentaban una escala Likert de 5 opciones de respuesta desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo". Se buscaba con ellas saber si las participantes eran capaces de detectar modificaciones cuando las hay, si encontraban a las chicas atractivas, y ver si eran conscientes de la manipulación de fotos a la que estaban expuestas.

La variable dependiente era la percepción de la imagen corporal, que fue medida con la Spanish Body Image States Scale (Mebarak et al., 2019) una traducción al español de la Body Image States Scale (Cash et al., 2002) utilizada en el artículo original. Esta es una escala que ha mostrado tener consistencia, con un alfa de Cronbach de 0,92 en su adaptación de 2019. Consta de seis ítems con nueve puntos de respuesta tipo Likert, desde "extremadamente insatisfecho" a "extremadamente satisfecho", de modos que puntuaciones bajas expresan estados más negativos de la imagen corporal, y puntuaciones altas expresan estados más positivos. Para el análisis de los datos había que invertir las puntuaciones de los ítems 2, 4 y 6 y sumar las puntuaciones.

Procedimiento

Se difundió un link en el que, al pinchar, las participantes eran conducidas a un cuestionario inicial hecho con el software "GoogleForms". En este se presentaba la tarea como parte de un estudio de Psicología, en el que se buscaba su colaboración. Se les pedía que realizaran el cuestionario en un lugar y momento tranquilos, sin distracciones, para minimizar posibles interrupciones que interfiriesen en su realización. Se les clarificaba que sus respuestas serían confidenciales y anónimas. Se utilizó una *cover story* para ocultar al principio el propósito real del estudio, con el fin de evitar alguna posible sugestión a la hora de responder. Esta era distinta a la utilizada en el artículo original, dónde a las participantes se les decía que se buscaba investigar cómo los factores contextuales afectaban a las preferencias por los diferentes tipos de cara. En nuestro estudio se les dijo que se estaba realizando una tarea de memoria visual. Así, no se revelaba el verdadero motivo del estudio, a la vez que al decirles que se les iban a hacer algunas preguntas sobre memoria se intentaba incitar a las participantes a fijarse más en las fotos, factor que era importante para el experimento. En ese cuestionario inicial se les preguntaba acerca de los requisitos de la muestra del estudio: si daban su consentimiento para participar en el estudio, si eran mujeres, si eran estudiantes de universidad, si tenían entre 18 y 30 años y si vivían en España. Si contestaban que no a alguna de las preguntas, se les conducía al final del cuestionario y se les daba las gracias por su colaboración. Si respondían a todas que sí, tras asegurar que la participante formaba parte de

la población objetivo, el cuestionario las llevaba a un link en el que tenían que pinchar para pasar a la siguiente sección.

Se confeccionaron por otra parte tres cuestionarios, también con "GoogleForms", cada uno para una condición. Estos tenían las mismas preguntas, solo que se diferenciaban en las fotos que presentaban: editadas, originales o de paisajes. Una parte vital para este estudio era la aleatorización de las participantes para cada condición. Para ello, se investigaron distintas herramientas que pudiesen servir y que permitiesen obtener un reparto más o menos uniforme de los sujetos en las distintas condiciones sin tener una muestra muy grande. Tras barajar varias opciones, finalmente se confeccionó un script a través de una aplicación de Google, "Google Apps Script", que sirvió para aleatorizar los tres cuestionarios. Cada participante que pinchara en el link del script sería conducida a una de las condiciones de forma aleatoria. Se probó el enlace varias veces desde distintos dispositivos y se probó que este funcionase correctamente. Ese enlace fue el que se colocó al final del cuestionario inicial. Una vez que las participantes pinchaban, eran llevadas a uno de los tres cuestionarios que tenían que seguir rellenando. Al final del todo, tras responder a todas las preguntas, se les daba las gracias por su colaboración. De acuerdo con el artículo 36 del Código Deontológico del Psicólogo (COP, 2015), cuando con fines de investigación se recurre al engaño, al concluir la sesión o investigación se debe de informar a los sujetos acerca de la necesidad experimental que ha habido para utilizarlo. Así, al final de cada cuestionario, las participantes encontra-

ban un mensaje donde se les indicaba que al final se les habían hecho algunas preguntas sobre imagen corporal porque se estaba estudiando la relación de ésta con la exposición a determinadas fotos. Se les explicaba que esto no se había indicado al principio en las instrucciones para evitar cualquier posible sugestión a la hora de responder. También se les indicaba el mail de la autora del estudio en el caso de que quisiesen contactar con ella para preguntar alguna duda, hacer alguna sugerencia u obtener más información. Por último, debajo de ese mensaje, se dejó una caja de respuesta por si alguna quería comentar alguna idea o reflexión de forma opcional.

Con respecto a la observación atenta de las fotos, en el artículo original no se tomaba ninguna medida para asegurarse de que las participantes realizaban una observación atenta, y este era un aspecto que se consideró importante para la validez del estudio. Es por ello que se escribió un e-mail a una de las autoras del estudio original, preguntando si aseguraron este aspecto de alguna forma. La autora contestó confirmando que no tomaron ninguna medida sobre atención ya que consideraron que esta no era un aspecto central dentro de la investigación.

Análisis de datos

Para el análisis de los datos se utilizó el software Jamovi versión 2.2.5 (The Jamovi Project, 2021). Se realizó el análisis descriptivo de los datos para las variables sociodemográficas edad, curso, tipo de titulación, titulación, frecuencia de uso de redes sociales y red social más utilizada.

Para las preguntas de memoria se calculó la puntuación media de cada participante en las cuatro preguntas. Después se calculó una media de la muestra para ver en qué medida las participantes prestaron atención.

Para el análisis de los datos se estableció un nivel de significación estadística de $\alpha = 0,05$.

Para analizar las preguntas sobre manipulación, remodelado, atractivo y representatividad percibidos, al tratarse de variables dependientes de tipo ordinal, se analizaron los resultados con la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis. En caso de encontrar diferencias significativas, se hicieron análisis post-hoc para realizar comparaciones entre los grupos utilizando la prueba Dwass-Steel-Critchlow-Fligner pairwise comparisons.

Para el análisis de los resultados de los participantes en el BISS-S, primero se comprobaron los supuestos de normalidad y de igualdad de varianzas de la muestra. Esto se hizo a través de los test de Shapiro-Wilk y de Levene, respectivamente. Si al realizar las pruebas con estas variables los supuestos se cumplían, realizábamos el Análisis de la Varianza. En el caso de que no, se realizaba la prueba no-paramétrica Kruskal-Wallis. En el caso de encontrarse diferencias significativas se hicieron análisis post-hoc. En el caso del Análisis de la Varianza las diferencias entre grupos se comprobarían con el test Tukey. En el caso de utilizar la prueba Kruskal-Wallis, las comparaciones entre grupos se harían con la prueba Dwass-Steel-Critchlow-Fligner pairwise comparisons.

Resultados

Descriptivos

Nuestras participantes presentaron una edad media de 21 años ($SD = 2,68$). Eran estudiantes en su mayoría de cuarto de grado (64,1 %), principalmente de Ciencias de la Salud (50,5 %), y en una alta proporción estudiantes de Psicología (33,33%). Con respecto a la frecuencia de uso de redes sociales, el 75,7% de las participantes afirmó pasar conectada a redes sociales más de dos horas al día. La principal red social usada por las participantes fue Instagram (65%) seguida de Tik Tok (15,5 %).

Preguntas previas y evaluación de calidad

Respecto a las preguntas de memoria, sobre una escala de cuatro puntos máximo que podían obtener las chicas en las cuatro preguntas de memoria, la media de la muestra fue 3,38, lo que indica que generalmente las participantes prestaron atención a las fotos. Solo una participante no cumplió con el criterio establecido y falló todas las preguntas de memoria, por lo que sus respuestas fueron eliminadas de la base de datos.

Cuando se les preguntó “¿crees que las fotos que has visto han podido ser manipuladas utilizando filtros de Instagram?” (ver Figura 3), las participantes de la primera condición de editadas ($M = 4,36$, $DT = 0,54$) estuvieron de acuerdo en mayor medida con ello que las de la segunda condición de fotos originales ($M = 3,71$; $DT = 0,97$). La prueba Kruskal-Wallis indicó que el tipo de foto expuesta tuvo un efecto sobre el grado de manipulación percibida de las participantes ($X^2(2) = 11,3$, $p = 0,004$, $\epsilon^2 = 0,11$). Se encontraron diferencias significativas entre las condicio-

nes editadas y originales ($W = -4,39$, $p = 0,005$), y originales y paisajes ($W = 3,75$, $p = 0,022$).

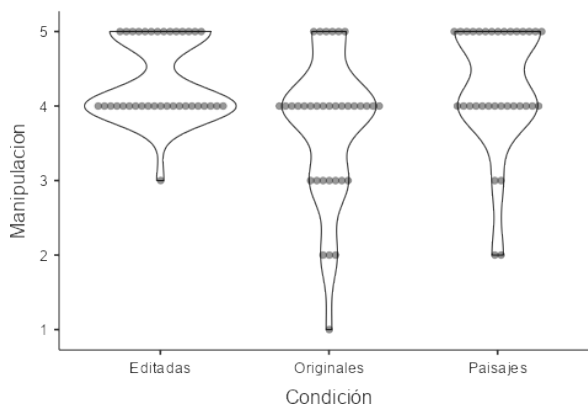


Figura 3. Relación entre el tipo de foto expuesta y el nivel de manipulación de la foto percibido.

Respecto a la pregunta “¿encuentras atractivas a las chicas de las fotos?” (ver Figura 4), las participantes de la condición de fotos editadas encontraron más atractivas a las chicas de las imágenes ($M = 3,92$, $DT = 0,77$) que las de la condición de fotos originales ($M = 3,53$, $DT = 0,70$). La prueba Kruskal-Wallis indicó que hubo efecto de la manipulación de las fotos sobre el atractivo percibido ($X^2(2) = 27,5$, $p < 0,001$, $\epsilon^2 = 0,27$). Se encontraron diferencias significativas entre las condiciones editadas y paisajes ($W = 4,89$, $p = 0,002$), y originales y paisajes ($W = 7,09$, $p < 0,001$)

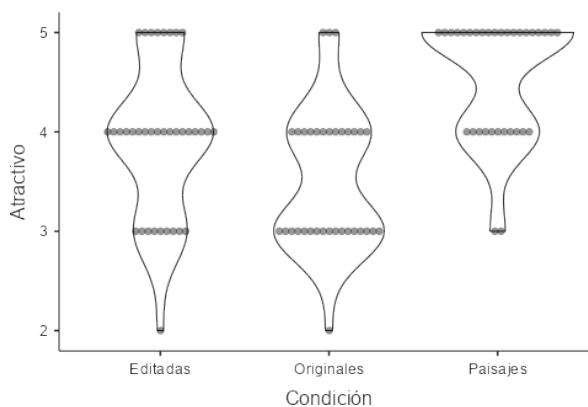


Figura 4. Relación entre el tipo de foto expuesta y el atractivo percibido por las participantes

Cuando se les preguntó a las participantes “¿crees que el rostro y el cuerpo de las chicas han sido remodelados?” (ver Figura 5), en la condición de fotos editadas ($M = 3,22$, $DT = 0,95$) estaban más de acuerdo con esa afirmación que en la condición de fotos originales ($M = 2,59$, $DT = 0,85$). La prueba estadística indicó que el tipo de foto expuesta tuvo efecto sobre el remodelado percibido ($X^2(2) = 38,4$, $p < 0,001$, $\epsilon^2 = 0,377$). Se encontraron diferencias significativas entre las condiciones editadas y originales ($W = -3,92$, $p = 0,016$), editadas y paisajes ($W = 5,81$, $p < 0,001$), y originales y paisajes ($W = 8,25$, $p < 0,001$).

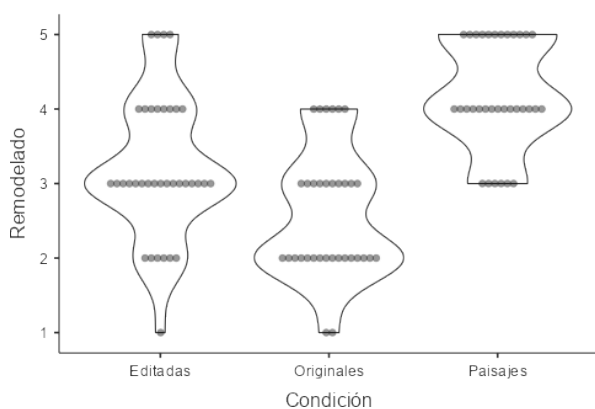


Figura 5. Relación entre el tipo de foto expuesta y el remodelado percibido de las fotos.

Seguidamente se les preguntó “¿crees que las fotos de las chicas que has visto muestran una imagen representativa de la realidad?” (ver Figura 6). En la condición de fotos editadas ($M = 2,56$, $DT = 1,05$) discriminaron mucho más a las chicas de las fotos como no representativas de la realidad que en la condición de fotos originales ($M = 3,24$, $DT = 0,89$). La prueba Kruskal-Wallis indicó que el tipo de foto expuesta tuvo efecto sobre la representatividad percibida ($X^2(2) = 7,67$, $p = 0,022$, $\epsilon^2 = 0,075$). Se encontraron diferencias

significativas entre los grupos de fotos editadas y originales ($W = 3,83$, $p = 0,019$).

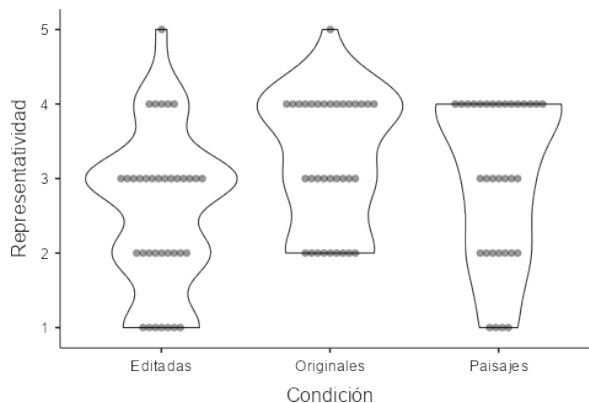


Figura 6. Relación entre el tipo de foto expuesta y la representatividad percibida por las participantes de estas.

Además, se hizo un análisis de fiabilidad de las preguntas de la escala BISS-S y se obtuvo un alfa de Cronbach alto ($\alpha = 0,89$), similar al encontrado en el análisis original de la escala, que fue de 0,92.

Contraste de hipótesis principal

Para comprobar nuestra hipótesis inicial, se llevó a cabo un análisis de la varianza con el tipo de fotos como variable independiente y la percepción de la imagen corporal como variable dependiente.

Primero se calculó una puntuación total de cada sujeto en el BISS-S. Después se comprobaron los supuestos de normalidad y de igualdad de varianzas con las pruebas Shapiro-Wilk ($W = 0,97$, $p = 0,049$) y de Levene ($F = 1,27$, $p = 0,28$), respectivamente. Al no cumplirse el supuesto de normalidad en nuestra muestra se hizo el análisis de las puntuaciones mediante la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis. No se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($X^2(2) = 0,436$, $p = 0,80$). Las medias

de las puntuaciones entre la condición de fotos editadas ($M = 5,23$, $DT = 1,61$), originales ($M = 5,03$, $DT = 1,62$) y de paisajes ($M = 5,21$, $DT = 1,29$) no variaban mucho entre ellas, como podemos ver en la Figura 7. Nuestra hipótesis era que aquellas chicas que fuesen expuestas a fotos editadas serían las que presentasen una peor percepción de la imagen corporal, y que las participantes expuestas a fotos originales, pero también de otras chicas, mostrarían una peor percepción de sí mismas que aquellas que fueran expuestas a simples fotos de paisajes. Tras el análisis de los datos no podemos confirmar nuestras hipótesis.

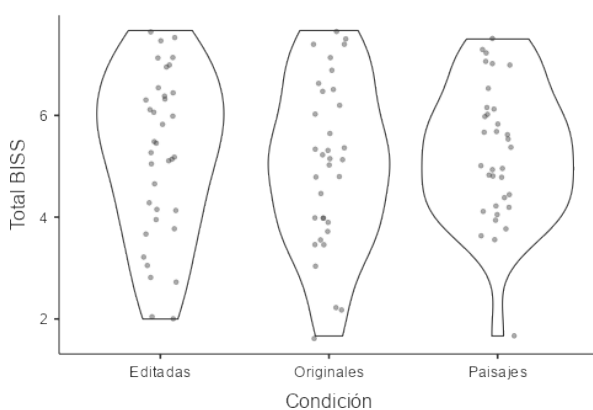


Figura 7. Relación entre el tipo de foto al que es expuesta la participante y su puntuación total en la escala de percepción de imagen corporal.

Discusión

Tras el análisis de los datos no se puede concluir que la exposición a fotos editadas de Instagram tenga un efecto negativo sobre la percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarias españolas, ni que la exposición a fotos de otras chicas tenga efectos negativos por comparación social, ya que no hemos encontrado diferencias significativas. En este aspecto se han encontrado resultados diferentes del estudio original

replicado, en el que sí encontraron que las fotos editadas perjudicaban la percepción de la imagen corporal de las adolescentes. A continuación se compararán los resultados de la presente investigación con los resultados del estudio original, explicando también las posibles limitaciones que puede presentar el presente estudio y las dificultades encontradas a la hora de replicar.

Una posible limitación a los resultados podría ser que las participantes, al realizar la tarea, no hubiesen prestado la suficiente atención a las fotos, por lo que no se hubiese dado el efecto esperado por la exposición. Esta variable se intentó controlar introduciendo las preguntas sobre memoria, una innovación metodológica que se quiso hacer respecto al estudio original. Al tener una medida que indica que contestaron a las preguntas de memoria de forma correcta y que generalmente las participantes prestaron atención, se descarta esta cuestión como posible explicación de los resultados.

Otra posible limitación que hubiese podido influir es el tipo de fotos estímulo. Si las fotos no hubiesen estado editadas adecuadamente, de forma que no se aumentase el atractivo de las chicas que aparecen en ellas, la exposición hubiese perdido su potencial efecto. Para controlar esta variable se introdujo como innovación metodológica ese cuestionario de validez previo del cual se extrajo la selección final de fotos para el experimento. Los resultados de las preguntas sobre manipulación, atractivo y remodelado percibidos indicaron que las participantes discriminaron cuándo las fotos estaban editadas y cuándo no, al igual que en el estudio original. Las estudiantes de la condición

de fotos editadas puntuaron más alto las fotos en estas preguntas que en la segunda condición de fotos originales. Esto puede indicar que se hizo una manipulación y edición de las fotos adecuadas, que se percibieron como una mejora respecto a las fotos originales. También cuando se eligieron las fotos se intentó que las chicas que apareciesen en ellas cumplieran con el prototipo físico español. Las fotos originales que se han utilizado en la segunda condición han sido identificadas por las participantes como representativas, por lo que indicaron que las chicas que aparecen en ellas les parecen representativas del contexto español. Es por ello que se descarta esta variable como explicativa de los resultados.

Al observar las respuestas en la pregunta sobre manipulación percibida, aunque no la mayoría, una proporción grande de participantes de la condición de fotos originales contestó que las fotos sí estaban manipuladas. Esto puede llevar a pensar que la propia pregunta ha podido generar cierta reactividad en su respuesta. También un aspecto a tener en cuenta es que gran parte de la muestra son estudiantes de Psicología, que pueden estar más familiarizadas con este tipo de cuestionarios y por ello, haber contestado de forma más sesgada. Se intentó evitar esta sugestión en la respuesta utilizando una *cover story* distinta a la del artículo original, presentando el estudio como una tarea de memoria visual, pero aun así puede haber habido cierta reactividad a la hora de responder.

Como posible explicación a este resultado se puede mencionar el tamaño de la muestra. El artículo original (N=144) analizaba una

muestra mayor que la presente (N=104), que pudo haberles permitido explorar la relación entre las variables de forma más amplia. También en el artículo original había dos condiciones, por lo que cada una contaba con 72 participantes. En nuestro caso, al tener además tres condiciones, contábamos con 34 o 36 participantes por grupo. Como el tamaño del efecto del estudio original es pequeño, no podemos descartar por completo que los resultados negativos se deban a la falta de potencia estadística. Esta limitación se trató de superar al incluir una condición que incitase menos a la comparación social (fotos de paisajes) y se esperaba encontrar mayores diferencias entre los grupos, de forma que se pudiesen detectar las posibles diferencias con mayor probabilidad que en el estudio original.

A lo largo de la realización del estudio, se encontraron varias limitaciones relacionadas con la replicación. En muchos aspectos el método del artículo modelo era demasiado escueto. No se indicaba cómo ni dónde se encontraron y seleccionaron las fotos estímulo, ni cuáles fueron exactamente las modificaciones que se les hicieron. También en el método del artículo original no indicaban la forma o el programa que utilizaron para aleatorizar los cuestionarios de las distintas condiciones, por lo que se tuvieron que barajar distintas opciones hasta que se encontró la forma de generar esa aleatorización de los tres cuestionarios de la forma más proporcionada posible. También las autoras hablaban sobre preguntas que les hicieron a las participantes para evaluar el atractivo, la representatividad, el remodelado y la manipulación percibida de las fotos, pero no describen

cuáles fueron exactamente las preguntas. Es por ello que se intentó en el presente estudio preguntar sobre estas cuestiones de la forma más aproximada que se piensa que se preguntó en el estudio original. Estas dificultades se debieron a que esa información no era descrita por las autoras en el artículo, por lo que en nuestro estudio se ha intentado describir el método y el procedimiento de investigación llevado a cabo de la forma más detallada posible. Todas estas cuestiones han dificultado la replicación. Para que la ciencia avance, deben de realizarse replications de los estudios existentes, y para una adecuada replicación es muy importante que los investigadores originales describan de forma exacta los parámetros que juegan un papel importante en el estudio, y bajo qué condiciones concretas se esperan los resultados (Earp y Trafimow, 2015).

Después del análisis, una cuestión clave en el estudio y en los resultados ha podido ser el tipo de muestra, especialmente en lo que se refiere a la edad y el nivel educativo, que era mayor en nuestro caso. Para la investigación era importante que la muestra tuviese las características adecuadas para el estudio, que fuese una representación apropiada de la población diana. Tras el análisis de la información sociodemográfica se puede ver que las participantes son usuarias frecuentes de redes sociales (más de dos horas diarias) y que su principal red social utilizada es Instagram, por lo que constituían una muestra con las características adecuadas. Se han analizado datos de jóvenes universitarias, que, respecto a las adolescentes, se presentan como menos influenciadas a la exposición a las fotos. Un aspecto clave al analizar esta cuestión son los

resultados obtenidos cuando se les preguntó a las participantes si consideraban esas fotos representativas de la realidad. Las jóvenes discriminaron muy bien en la condición de editadas a esas fotos como no representativas, mientras que en el estudio original no encontraron diferencias en la representatividad percibida entre los dos grupos. También en el estudio original se encontró que generalmente a las adolescentes les costó detectar el remodelado de las fotos y no discriminaban bien cuando estaban manipuladas, mientras que en nuestro estudio las jóvenes muestran que si lo hicieron. Al final de cada cuestionario se dejó un espacio donde las participantes podían escribir algún comentario acerca de la tarea de forma opcional. Tras revisar esas aportaciones, hubo jóvenes que nos hablaban de esa cuestión que se les planteaba a veces de, citando textualmente, "si de verdad las personas se hacen las fotos para ellas mismas o para los demás". Alguna hablaba de un trabajo personal para intentar "mostrarme en redes sociales tal y como soy, tal y como es un cuerpo", mientras que otra comentaba acerca de esa comparación tan habitual que llevan a cabo los jóvenes, "día tras día, haciendo que se sientan insuficientes o que no encajen con la realidad". Al recibir este feedback y estos comentarios de las participantes, se puede observar que, aunque no sean todas, hay chicas que hablan sobre lo irrealistas que les parecen las fotos compartidas por redes sociales, y que identifican como poco representativas de la realidad.

Tras el análisis realizado se puede pensar que las jóvenes universitarias se encuentran más protegidas ante la exposición a fotos editadas en redes sociales que las adolescentes.

Las jóvenes presentan una mayor consciencia de la realidad de las imágenes de Instagram y parecen discriminar mejor cuándo las fotos están manipuladas y cuándo no, por lo que así evitan que estas puedan tener un peor efecto en la percepción de su imagen corporal. En general los estudios sí encuentran diferencias significativas en la percepción de la imagen corporal ante la exposición de los distintos tipos de imágenes, pero son sobre todo estudios con adolescentes. Por un lado, son los adolescentes los que se encuentran en una etapa vital más crítica, en la que están más comprometidos con el desarrollo de su imagen corporal que los jóvenes (Webster et al., 2021). Por otro lado, el nivel de educación puede jugar un papel importante en este efecto (Hockey et al., 2021). En el artículo original midieron el nivel de educación como variable control en el análisis, y encontraron que aquellas chicas que tenían un nivel de escolarización mayor generalmente presentaban una imagen corporal más positiva. Nuestra muestra pertenece a un nivel de educación mayor que el del artículo original, nivel universitario, y además gran parte de las participantes se encontraban cursando cuarto de grado, casi al final de sus estudios. Esto puede hacer pensar que en la investigación el nivel educacional ha podido jugar un papel importante, y que la educación puede ser un factor protector en la población de estudio. Al no encontrarse diferencias significativas respecto a la hipótesis principal, los resultados ni apoyan ni desmienten el papel que ha podido jugar la comparación social, que hemos intentado medir añadiendo la tercera condición de fotos de paisajes. Aun así, en diseños donde

pueda encontrarse efecto, las fotos estímulo de paisajes pueden ser adecuadas para estudiar en qué medida puede influir la comparación social por sí sola en la exposición a fotos de otras chicas.

Como posibles futuras líneas de investigación que permitan superar algunas de las limitaciones nombradas anteriormente podemos mencionar las siguientes: se puede continuar con la recogida de datos para comprobar si, al aumentar la muestra como en el artículo original, se encuentran diferencias significativas. También podría ser interesante realizar el estudio, pero esta vez enmascarando de otra manera su objetivo y temática, para descartar cualquier posible sugestión a la hora de responder. Podría realizarse también una investigación donde la exposición a las fotos no fuera en una sola sesión, sino que se realizase a lo largo de un intervalo de tiempo en un mayor número de sesiones. Quizá la exposición en una sola sesión a 10 fotos no genere efecto, pero si se aumenta el tiempo de exposición pueden encontrarse resultados distintos. Por último, en base a lo analizado, podría realizarse la investigación comparando entre dos grupos, uno de adolescentes y otro de jóvenes españoles, para comprobar si es el tipo de población la que ejerce ese posible efecto protector. Resultaría importante identificar cuáles son las características concretas de la población joven universitaria que la hacen menos vulnerable ante la exposición a fotos manipuladas respecto a la adolescente. Al identificar esos factores, sería entonces posible diseñar programas de intervención dirigidos a proteger a la población adolescente y reducir su vulnerabilidad ante este problema.

Conclusiones

Al llevar a cabo el estudio, concretamente cuando se editaban y preparaban las fotos estímulo, se han tenido que utilizar los filtros y recursos de remodelado. Estas herramientas son gratuitas, fácilmente disponibles si se tiene un dispositivo con conexión a Internet, y son muy intuitivas y fáciles de usar, lo cual invita a la reflexión. El fácil acceso y uso de estos recursos los ponen a manos de todo el público y hace que cada vez la exposición a fotos editadas sea más frecuente, especialmente en una población en la que, como hemos podido comprobar, utiliza tanto Instagram y tantas horas al día. Al fin y al cabo, si esto es así, para qué entonces subir las fotos originales si de esta forma pueden editarse fácilmente y aparecer de una forma mucho más atractiva ante los demás.

Por último, otro posible enfoque de investigación, actualizado a las circunstancias actuales, podría ser el estudio del uso de filtros, la percepción de la imagen corporal y el uso de la mascarilla. A raíz del COVID-19 y la obligación de llevar mascarilla, no solo quedaba tapado ante los demás gran parte del rostro, sino también quedaban ocultas inseguridades y complejos corporales. La retirada de la obligación de llevar la mascarilla ha puesto de manifiesto la ansiedad que pueden experimentar algunas personas al tener que descubrirse de nuevo de cara al público, y especialmente en el caso de los adolescentes, que están viviendo además un período de cambio corporal. Como hemos visto, estos pueden ser una población especialmente vulnerable. Dado que es la adolescencia la etapa evolutiva donde la imagen corporal

sigue gestándose y resulta trascendental para el desarrollo del individuo (Rivarola, 2003), podría estudiarse la relación entre estas variables, ya que este puede ser un problema cada vez más común debido a la situación actual. También se podría investigar si las jóvenes universitarias, al igual que ante la exposición a fotos editadas, podrían encontrarse más protegidas respecto a las adolescentes en este aspecto.

Referencias

- Acosta, M. V y Gómez, G. (2003). Insatisfacción corporal y seguimiento de dieta. Una comparación transcultural entre adolescentes de España y México. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 3(1), 9-21. <https://www.redalyc.org/pdf/337/33730101.pdf>
- Benedito, M. C., Perpiñá, C., Botella, C. y Baños, R. M. (2003). Imagen corporal y restricción alimentaria en adolescentes. *Anales de Pediatría*, 58 (3): 268-72. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1695403303780497>
- Bonilla, P., Romero, L. y Cabrera, J. (2015). Calidad de vida, indicadores antropométricos y satisfacción corporal en un grupo de jóvenes colegiales. *Retos. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 27, 62-66. <https://www.redalyc.org/pdf/3457/345738764012.pdf>
- Cash, T., Fleming, E. C., Alindogan, J., Steadman, L., & Whitehead, A. (2002). Beyond body image as a trait: the development and validation of the body image states scale. *Eating Disorders*, 10, 103-113. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10640260290081678>
- Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (2015). *Código Deontológico del Psicólogo*(Archivo PDF). <http://www.cop.es/pdf/CodigoDeontologicodelPsicologo-vigente.pdf>
- Google Play. Perfect Me-Face and Body Editor. <https://play.google.com/store/>

- apps/details?id=com.accordion.perfectme&hl=es&gl=US
- Google Play. *Picsart Editor de fotos*. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.picsart.studio&hl=es&gl=US> Guadarrama, R., Carrillo, S. S., Márquez, O., Hernández, J. C., y Veytia, M. (2014).
- Insatisfacción corporal e ideación suicida en adolescentes estudiantes del Estado de México. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 5(2), 98-106. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmta/v5n2/v5n2a4.pdf>
- Earp, B. D. y Trafimow, D. (2015). Replication, falsification, and the crisis of confidence in social psychology. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-11. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2015.00621/full>
- Esnaola, I. (2005). Imagen corporal y modelos estéticos corporales en la adolescencia y la juventud. *Análisis y Modificación de Conducta*, 31(135), 5-22. <http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/amc/article/view/2218>
- Feltman, C. E. y Szymanski, D. M. (2018). Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary and Feminism. *Sex Roles*, 78, 311-324. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-017-0796-1>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/001872675400700202>
- Hargreaves, D. A. y Tiggemann, M. (2004). Idealized media images and adolescent body image: "comparing" boys and girls. *Body image*, 1(4), 351-361. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144504000695>
- Hockey, A., Milojev, P., Sibley, C. G., Donovan, C. L., y Barlow, F. K. (2021). Body image across the adult lifespan: A longitudinal investigation of developmental and cohort effects. *Body Image*, 39, 114-124. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.007>
- Holland, G. y 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, 100-110. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144516300912>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I. y Anschutz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93-110. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/15213269.2016.1257392?needAccess=true&role=button>
- Lameiras, M. (2001). Sexualidad e imagen corporal en mujeres con trastornos de la conducta alimentaria. *Anuario de sexología*, (7), 63-74.
- Manrique R., B., Manrique R., L., Vallejo K., M., Manrique C., C., Santamaría A., M. y Pinca A., G. (2018). Trastornos corporales en adolescentes e influencia de los medios de comunicación. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 37(4), 1-11. <http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v37n4/ibi13418.pdf>
- Mebarak, M., Tinoco, L., Mejia-Rodriguez, D., Martínez-Banfi, M. L., Preuss, H., Hammerle, F., Vélez, J. I. y Kolar, D. R. (2019). The Spanish Body Image State Scale: Factor Structure, Reliability and Validity in a Colombian Population. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-11. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.02553/full>
- Meneses, M. y Moncada, J. (2008). Imagen corporal percibida e imagen corporal deseada en estudiantes universitarios costarricenses. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 3(1), 13-34. https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/7781/1/0537108_20081_0001.pdf
- Mingoa, J., Hutchinson, A. D., Gleaves, D. H. y Wilson, C. (2019). The relationship between posting and photo manipulation activities on social networking sites and internalization of a tanned ideal among Australian adolescents and young adults. *Social Media+Society*, 5(1), 1-10. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305118820419>

- McKee, R. (2013). Ethical issues in using social media for health and health care research. *Health Policy*, 110(2-3), 298-301. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0168851013000468>
- Pérez, M. y Quiroga-Garza, A. (2019). Uso compulsivo de sitios networking, sensación de soledad y comparación social en jóvenes. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 30(1), 68-78. <https://revistes.uab.cat/redes/article/view/v30-n1-perez-quiroga/pdf-809-es>
- Perpiñá C. y Baños R. (1990). Distorsión de la imagen corporal: Un estudio en adolescentes. *Anales de Psicología*, 6 (1), 1-9. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/28101/27211>
- Puertas, D. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 11(2), 244-254.
- Rivarola, M.F. (2003). La imagen corporal en adolescentes mujeres. *Fundamentos en humanidades*, (7-8), 149-161. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1273106>
- Saunders, J. F. y Eaton, A. A. (2018). Snaps, Selfies, and Shares: How Three Popular Social Media Platforms Contribute to the Sociocultural Model of Disordered Eating Among Young Women. *Cybersychology, Behavior, and Social Networking*, 21(6), 343-354. <https://www.liebertpub.com/doi/pdf/10.1089/cyber.2017.0713>
- Slade, P. D. (1994). What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32 (5), 497- 502. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0005796794901368?via%3Dihub>
- Tanaka S, Itoh Y, Hattori K. Relationship of body composition to body-fatness estimation in Japanese university students. *Obes Res* 2002; 10 (7): 590-6. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1038/oby.2002.80>
- The jamovi project (2021). *jamovi*. (Version 2.2) [Computer Software]. Recuperado de <https://www.jamovi.org>
- Vaquero-Cristóbal, R., Alacid, F., Muyor, J. M. y López-Miñarro, P. A. (2013). Imagen corporal; revisión bibliográfica. *Nutrición hospitalaria*, 28(1), 27-35. <https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v28n1/04revision04.pdf>
- Vendemia, M. A. y DeAndrea, D. C. (2021). The effects of engaging in digital photo modifications and receiving favorable comments on women's selfies share on social media. *Body Image*, 37, 74-83. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144521000115>
- We are social (9 de febrero de 2022). *Digital Report España 2022*. <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>
- Webster, B., Dunne, L. y Hunter, R. (2021). Association Between Social Networks and Subjective Well-Being in Adolescents: A Systematic Review. *Youth and Society*, 53(2), 175-210. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0044118X2091>