

## INFLUENCIA DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN LA IMAGEN CORPORAL EN UNA MUESTRA DE ADOLESCENTES

**Marina Rojas Valverde**

Facultad de Formación del Profesorado  
Universidad de Extremadura

**Elena Felipe-Castaño**

Facultad de Formación del Profesorado  
Universidad de Extremadura  
efelipe@unex.es

Estos autores contribuyeron por igual en este trabajo

*Received: 13 abril 2025*

*Revised: 17 abril 2025*

*Evaluator 1 report: 23 abril 2025*

*Evaluator 2 report: 27 abril 2025*

*Accepted: 20 mayo 2025*

*Published: mayo 2025*

### RESUMEN

Las redes sociales están teniendo un gran auge en los últimos años, especialmente Instagram y Tiktok, que son las más usadas por los adolescentes. Los cambios físicos pueden generar alteraciones en la imagen y satisfacción corporal de los adolescentes, que son los más vulnerables a la exposición continuada de imágenes de estas redes sociales. El objetivo principal del estudio fue analizar la relación entre el uso de las redes y la satisfacción de la imagen corporal, además de analizar la interacción entre el sexo y el uso de Instagram y Tiktok sobre la satisfacción de la imagen corporal en una muestra de adolescentes. Los participantes fueron 208 adolescentes de los que el 53,7% ( $n=118$ ) eran mujeres y el 46,3% ( $n=90$ ) eran hombres, de edades comprendidas entre 11 y 17 años ( $M= 14,39$ ;  $DT=1,23$ ). Se utilizó la Encuesta sociodemográfica y de redes sociales y el Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Spanish versión. Se obtuvieron resultados significativos entre el uso de Tiktok y las escalas de evaluación y orientación frente a la apariencia y preocupación por la salud y entre el uso de Instagram y las escalas de condición física y evaluación y orientación frente a la apariencia, así como diferencias según el sexo e Instagram en los hombres, pero no en las mujeres. El uso de las redes sociales y las tecnologías en la adolescencia juegan un papel importante que pueden afectar a la forma en que los adolescentes autoperceben su apariencia física.

**Palabras clave:** Instagram; TikTok; redes sociales; imagen corporal; adolescencia

### ABSTRACT

**Influence of instagram and tiktok on body image in a sample of adolescents.** Social networks have been booming in recent years, especially Instagram and Tiktok, which are the most widely used by adolescents. Physical changes can generate alterations in the body image and satisfaction of adolescents, who are the most vulnerable to continuous exposure to images on these social networks. The main objective of the study was to analyse the relationship between the use of the networks and body image satisfaction, as well as to analyse the interaction between sex and the use of Instagram and Tiktok on body image satisfaction in a sample of adolescents. Participants were 208 adolescents of whom 53.7% (n=118) were female and 46.3% (n=90) were male, aged 11-17 years (M=14.39, SD=1.23). The Sociodemographic and Social Network Survey and the Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Spanish version were used. Significant results were obtained between the use of Tiktok and the scales of evaluation and orientation towards appearance and health concern and between the use of Instagram and the scales of physical condition and evaluation and orientation towards appearance, as well as differences according to sex and Instagram in men, but not in women. The use of social media and technologies in adolescence plays an important role that may affect how adolescents self-perceive their physical appearance.

**Keywords:** Instagram; TikTok; social media; body image; adolescence

### INTRODUCCIÓN

La imagen corporal es un concepto multidimensional que ha ido ampliándose a lo largo del tiempo hasta incluir las disposiciones actitudinales, evaluativas, cognitivas y conductuales que la persona mantiene hacia el yo físico (Brown et al., 1990; Cash, 2000). Otros aspectos que se consideran vinculados a la imagen corporal son el estilo de alimentación, en el que se incluyen las conductas y hábitos alimentarios (Cano y Gianella, 2019; Díaz et al., 2019), el género (Cruzat et al., 2016; Delgado et al., 2017) y la motivación, autocompasión y autoestima (Fernández et al., 2015; Horcajo et al., 2019; Sierra, 2017).

La adolescencia se considera un momento evolutivo crucial, en el que tienen lugar importantes cambios morfológicos y psicosociales que pueden afectar a la autopercepción del cuerpo (Nápoles et al., 2022). Durante esta etapa se incrementa la búsqueda del físico ideal, generando consecuencias como distorsiones corporales (De Pinho et al., 2019), o una evaluación negativa de la imagen corporal debido a las distorsiones perceptivas resultado de la disociación entre una representación ideal y la real (Jiménez et al., 2017).

La población adolescente ha crecido con la presencia de tecnologías y recursos digitales, por lo que se les denomina "nativos digitales". Vinculado a ello, tenemos las redes sociales, comunidades virtuales muy presentes en la vida de los adolescentes y que tienen una parte positiva como es la comunicación e interacción entre los usuarios registrados (Echeburúa y Requesens, 2012). Pero tiene otra cara, que tiene que ver con su uso, ya que se ha visto que su uso excesivo e intenso puede tener consecuencias, como dar lugar a un mayor estrés y una peor cantidad y calidad de sueño (Vorderer et al., 2017), poner en peligro la autoestima y el bienestar, y un mayor riesgo de sufrir ciberacoso, grooming, o sexting (Kowalski et al., 2014).

Instagram y TikTok son redes sociales muy populares en la adolescencia. Instagram es una red social dedicada exclusivamente a compartir fotos y vídeos, centrada en una autopresentación y la promoción de uno mismo/a (Dumas et al., 2017). La cifra de usuarios activos mensuales de Instagram en el año 2023 fue de aproximadamente 1.336 millones, con una tendencia global a crecer (Fernández, 2024). A pesar de la popularidad de esta plataforma, numerosos estudios demuestran que su uso puede conllevar efectos perjudiciales para la salud mental de los usuarios, sobre todo para la población adolescente (Royal Society for Public Health, 2017). En Instagram los usuarios están más fácilmente expuestos a otros perfiles y publicaciones de personas que enseñan un ideal de vida, lo que, junto con una motivación indirecta hacia los usuarios a exponer la mejor parte de sus experiencias, la convierte en la red de mayor riesgo para la salud (Rosenberg y Egbert, 2011).

En cuanto a TikTok, es una red que está adquiriendo una gran popularidad e impacto (Vall-Roqué et al., 2021). Esta red social se presenta como el principal destino para vídeos móviles de formato corto. TikTok está incrementando sus usuarios y cada vez más adolescentes la prefieren frente a otras (Briskman, 2021). En España, el número

de usuarios activos mensuales de TikTok en 2023 era de catorce millones (Fernández, 2023). Las investigaciones que se centran en la relación entre la imagen corporal y las llamadas plataformas centradas en la apariencia (*appearance-focused social media*, ASM) se han centrado menos en la red social TikTok (Huang et al., 2020).

Las características de estas redes sociales centradas en la apariencia han incrementado la probabilidad de que sean utilizadas por los adolescentes de una manera más superficial y centrada en la imagen. Numerosos metaanálisis han asociado el uso y exposición a las redes sociales con indicadores de bienestar (Huang, 2017; Liu et al., 2016) y están poniendo de manifiesto la preocupación por el impacto que este tipo de redes sociales tienen sobre la adolescencia (Nesi, 2020) y en especial sobre la imagen corporal y la satisfacción con el propio cuerpo. Estos aspectos se consideran factores de riesgo para los trastornos de la alimentación.

Por todo ello, el principal objetivo del estudio fue describir y analizar la relación entre el uso y exposición a las redes sociales Instagram y TikTok y la imagen corporal de una muestra de adolescentes. Se centrará el objetivo en estas dos redes sociales por dos motivos, son las que más han crecido en los últimos años, tanto en su uso como en su impacto en la población de interés, y se trata de redes sociales con una gran carga y exposición a imágenes sobre cánones de belleza. Como hipótesis se planteó que los adolescentes que hacían un mayor uso de las redes sociales informaban de una mayor insatisfacción con su imagen corporal, así como que encontráramos diferencias en el uso de Instagram y TikTok y el sexo.

## METODOLOGÍA

### Participantes

La muestra de participantes fue de 208 adolescentes estudiantes de educación secundaria obligatoria, con edades comprendidas entre 11 y 17 años ( $M = 14,42$ ;  $DT = 1,253$ ), de los que 110 (52,9%) eran mujeres, 95 (47,1%) eran hombres.

Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia en tres centros educativos de educación secundaria. En cada uno de ellos se seleccionaron al azar tres clases.

### Instrumentos

*Encuesta sociodemográfica y de Redes Sociales* (Echeburúa y Requesens, 2012). Consta de 15 ítems con diferentes tipos de escala de respuesta (poner un número o elegir entre distintas opciones). Se recogieron los siguientes datos: edad, sexo, curso académico y centro de estudios, y en qué redes sociales tienen un perfil, qué red social es la que más utilizan, cómo utilizan y para qué las redes sociales e Internet, tipo de fotografías que comparten y como valoran la influencia de las redes sociales sobre su vida.

*Cuestionario Multidimensional de relaciones con el cuerpo (Multidimensional Body Self Relations Questionnaire, MBSRQ)* (Brown et al., 1990; Cash, 2002); adaptación española de Botella et al. (2009). El MBSRQ es un autoinforme que evalúa la imagen corporal, definiéndola como las disposiciones actitudinales hacia el yo físico, que abarcaría la apariencia física, las competencias o aptitudes del cuerpo e inseguridades biológicas, y la salud. Utiliza una escala de respuesta tipo Likert de cinco intervalos que van de 1 a los 5 puntos, siendo el 1 (*totalmente en desacuerdo*) y 5 (*totalmente de acuerdo*). Los participantes deben contestar a su acuerdo con respecto a su patrón de pensamientos en determinadas situaciones concretas. Se utilizó la versión española de Botella et al. (2009) conformado por cuatro escalas: Escala de satisfacción corporal ( $=0,918$ ), Condición física ( $=0,907$ ), Escala de evaluación y orientación frente a la apariencia ( $=0,864$ ) y Preocupación por la salud ( $=0,753$ ). Entre paréntesis pueden verse los valores de consistencia interna calculados mediante el valor de Cronbach obtenidos por nuestros participantes.

### Procedimiento

El primer paso fue solicitar la aprobación por el Comité de Bioética de la Universidad de Extremadura (142/2023). Posteriormente se solicitó la autorización a la dirección de los centros para poder recoger los datos

## INFLUENCIA DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN LA IMAGEN CORPORAL EN UNA MUESTRA DE ADOLESCENTES

a través del departamento de orientación. Los cuestionarios se administraron en las aulas seleccionadas. En primer lugar, se realizaba una breve explicación de la investigación y se resolvían todas las dudas, insistiendo en la voluntariedad de la participación y el anonimato de las respuestas y su uso exclusivo para la investigación. La duración de la recogida de datos fue de aproximadamente 20-30 minutos en cada aula.

### Análisis de datos

Los datos recogidos fueron codificados y analizados mediante el programa estadístico SPSS 25.0. Inicialmente se realizaron análisis de ajuste a la normalidad mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov (K-S), encontrando que todas las variables recogidas se ajustaban a la curva normal ( $p \geq 0,05$ ), por lo que se decidió utilizar pruebas paramétricas para el contraste de las hipótesis.

Se realizaron análisis descriptivos, frecuencia, porcentaje, media, DT, rango, Tablas de contingencia y prueba de Chi cuadrado. Para analizar las diferencias entre dos grupos independientes, se utilizó la prueba t de Student para muestras independientes, y cuando eran más de dos grupos ANOVA de un factor. Por último y para analizar la interacción entre dos variables independientes, se utilizó la prueba ANOVA de dos factores.

En todos los contrastes estadísticos se asumió un error del 5% y un nivel de significatividad  $p \geq 0,05$ .

### RESULTADOS

La mayoría de los participantes tenían abierto un perfil en una de las dos redes sociales o en las dos. En TikTok, 181 participantes (87%) tenían al menos un perfil, seguido de Instagram con 171 participantes que tenían un perfil (82,2 %). Con respecto a la red social que más utilizan, el 45,2% (n= 94) utilizaba Instagram, y un 22,1% (n = 46) utilizaba TikTok.

En cuanto al tipo de uso que realizan los participantes de las redes sociales, el 48,6% de los participantes (n= 101) contestaron que "más de la mitad del tiempo que estoy en internet me conecto a las redes sociales". Respecto al tipo de fotografías que suben a la red, el 21,6% (n= 45) suben fotografías en las que están solos. Estos mismos participantes, el 20% consideran que las redes sociales no influyen en su vida diaria, mientras que un 2,4% consideran que influyen mucho.

En cuanto a las diferencias en la imagen corporal autoinformada entre los usuarios que preferían Instagram y los que no, encontramos diferencias estadísticamente significativas en la imagen corporal, en el sentido de que los participantes que tenían un perfil y usaban habitualmente Instagram obtienen puntuaciones más elevadas en evaluación y orientación frente a la apariencia, en comparación con los que no usan Instagram (ver Tabla 1). Esto supone que los usuarios le dan más importancia a ciertos rituales que realizan habitualmente o antes de salir de casa para comprobar su aspecto físico.

Tabla 1. Diferencias de media en las escalas del MBSRQ entre usuarios y no usuarios de Instagram. t de Student para muestras independientes

	Instagram		t	p	95% IC	
	SI	NO			Inferior	Superior
	M(DT)	M(DT)				
Satisfacción corporal	3,22(0,83)	3,29(0,65)	-0,567	0,072	-0,401	0,222
Condición física	3,49(0,75)	3,50(0,45)	0,056	0,955	-0,289	0,272
Evaluación y orientación frente a la apariencia	3,88(0,66)	3,23(0,78)	4,937	<b>0,000</b>	0,390	0,909
Preocupación por la salud	2,98(0,50)	2,96(0,50)	0,165	0,869	-0,178	0,211

En cuanto a las diferencias en la imagen corporal autoinformada entre los usuarios que preferían TikTok y los que no encontramos diferencias estadísticamente significativas en la evaluación y orientación frente a la apariencia, y en preocupación por la salud, en el sentido de que aquellos que no tenían un perfil activo en Tiktok obtienen puntuaciones más elevadas en evaluación y orientación frente a la apariencia en comparación con los que si hacen uso de esta red social (ver Tabla 2). Por otro lado, aquellos que tenían un perfil y hacían uso de la red social Tiktok, obtienen puntuaciones más elevadas en preocupación por la salud frente a lo que no hacen un uso de esta red social. Obtener puntuaciones elevadas en preocupación por la salud hace referencia a la atención que presta el sujeto a su salud física y en qué medida es importante para él/ella.

Tabla 2. Diferencias de media en las escalas del MBSRQ entre usuarios y no usuarios de TikTok. *t* de Student para muestras independientes

Variable dependiente	Sexo	Instagram	M	Error estándar	Intervalo de confianza al 95%		F	p	Eta cuadrada parcial
					Límite inferior	Límite superior			
Satisfacción corporal	Mujer	Si	2,95	0,07	2,80	3,11	0,429	0,513	0,002
		No	2,98	0,31	2,37	3,60			
	Hombre	Si	3,58	0,09	3,40	3,76			
		No	3,37	0,15	3,06	3,68			
Condición física	Mujer	Si	3,18	0,06	3,06	3,30	7,070	<b>0,009</b>	0,036
		No	3,50	0,25	3,01	4,00			
	Hombre	Si	3,97	0,07	3,82	4,12			
		No	3,51	0,12	3,26	3,76			
Evaluación y orientación frente a la apariencia	Mujer	Si	4,12	0,06	3,99	4,24	4,729	<b>0,031</b>	0,025
		No	4,19	0,25	3,70	4,69			
	Hombre	Si	3,56	0,07	3,41	3,71			
		No	2,98	0,12	2,73	3,23			
Preocupación por la salud	Mujer	Si	3,05	0,05	2,95	3,15	2,274	0,133	0,012
		No	3,41	0,20	3,01	3,81			
	Hombre	Si	2,84	0,06	2,72	2,96			
		No	2,83	0,10	2,63	3,04			

Encontramos una interacción estadísticamente significativa entre las variables sexo y la preferencia de Instagram (*Lambda de Wilks*= 0,942; *F* = 2,827; *gl*= 4; *p* = 0,026; *Eta cuadrado parcial* = 0,58), en las escalas de condición física y evaluación y orientación frente a la apariencia (ver Tabla 3). Este resultado supone que las mujeres y los hombres obtienen puntuaciones diferentes en las escalas de condición física y evaluación y orientación frente a la apariencia según prefieran o no Instagram.

**INFLUENCIA DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN LA IMAGEN CORPORAL EN UNA MUESTRA DE ADOLESCENTES**

*Tabla 3. ANOVA de dos factores. Escalas del MBSRQ entre usuarios para los que Instagram sea su red social preferida y sexo.*

Variable dependiente	Sexo	Instagram	M	Error estándar	Intervalo de confianza al 95%		F	p	Eta cuadrado parcial
					Límite inferior	Límite superior			
Satisfacción corporal	Mujer	Si	2,95	0,07	2,80	3,11	0,429	0,513	0,002
		No	2,98	0,31	2,37	3,60			
	Hombre	Si	3,58	0,09	3,40	3,76			
		No	3,37	0,15	3,06	3,68			
Condición física	Mujer	Si	3,18	0,06	3,06	3,30	7,070	<b>0,009</b>	0,036
		No	3,50	0,25	3,01	4,00			
	Hombre	Si	3,97	0,07	3,82	4,12			
		No	3,51	0,12	3,26	3,76			
Evaluación y orientación frente a la apariencia	Mujer	Si	4,12	0,06	3,99	4,24	4,729	<b>0,031</b>	0,025
		No	4,19	0,25	3,70	4,69			
	Hombre	Si	3,56	0,07	3,41	3,71			
		No	2,98	0,12	2,73	3,23			
Preocupación por la salud	Mujer	Si	3,05	0,05	2,95	3,15	2,274	0,133	0,012
		No	3,41	0,20	3,01	3,81			
	Hombre	Si	2,84	0,06	2,72	2,96			
		No	2,83	0,10	2,63	3,04			

La puntuación en la escala de condición física es similar en los que no prefieren Instagram, pero en los que sí prefieren Instagram, es más elevada en los hombres. En cuanto a la evaluación y orientación frente a la apariencia, las mujeres no encontramos diferencias entre las que prefieren o no Instagram, mientras que en los hombres encontramos diferencias estadísticamente significativas, en el sentido de que los que la prefieren obtienen una puntuación más elevada.

En cuanto a la interacción entre sexo y uso de TikTok, encontramos que la interacción no es estadísticamente significativa (Lambda de Wilks= 0,995;  $F = 0,222$ ;  $g = 4$ ;  $p = 0,926$ ; Eta cuadrado parcial=0,58). Este resultado supone que no encontramos diferencias en las puntuaciones media de las mujeres y los hombres en la satisfacción con la imagen corporal entre aquellos que prefieran o no utilizar la red TikTok.

*Tabla 4. ANOVA de dos factores. Escalas del MBSRQ entre usuarios para los que TikTok sea su red social preferida y sexo.*

Variable dependiente	Sexo	TikTok	M	Error estándar	Intervalo de confianza al 95%		F	p	Eta cuadrado parcial
					Límite inferior	Límite superior			
Satisfacción corporal	Mujer	Si	2,96	0,07	2,81	3,12	0,221	0,639	0,047
		No	2,75	0,38	1,99	3,50			
	Hombre	Si	3,53	0,08	3,35	3,71			
		No	3,52	0,18	3,15	3,88			
Condición física	Mujer	Si	3,21	0,06	3,08	3,33	0,020	0,888	0,074
		No	3,01	0,31	2,39	3,63			
	Hombre	Si	3,88	0,07	3,74	4,03			
		No	3,73	0,15	3,43	4,03			
Evaluación y orientación frente a la apariencia	Mujer	Si	4,15	0,06	4,03	4,27	0,190	0,664	0,074
		No	3,56	0,30	2,97	4,16			
	Hombre	Si	3,55	0,07	3,41	3,69			
		No	2,81	0,14	2,52	3,10			
Preocupación por la salud	Mujer	Si	3,07	0,05	2,97	3,17	0,673	0,413	0,025
		No	3,10	0,24	2,61	3,59			
	Hombre	Si	2,88	0,05	2,76	2,99			
		No	2,67	0,12	2,43	2,91			

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El objetivo principal del estudio fue describir y analizar la relación entre el uso y exposición a las redes sociales Instagram y TikTok y la imagen corporal de una muestra de adolescentes.

Según los resultados de esta investigación la red social en la que más frecuentemente abren perfiles los usuarios es TikTok, seguida de Instagram. Sin embargo, la más utilizada (preferida) por los participantes es Instagram, dejando esta vez en segundo lugar a TikTok. El número de usuarios activos en Instagram ha aumentado de 60 millones en los dos últimos años hasta 1336 millones en 2024, mostrando tanto una tendencia global al crecimiento en los usuarios activos (Fernández, 2024). En 2022, TikTok se encontraba en el ranking de redes sociales con mayor número de usuarios activos mensuales a nivel mundial. Sin embargo, Estados Unidos e Indonesia se encuentran en el top de países que más usuarios activos en TikTok en 2025, estando España muy por debajo de ellos. El despegue de esta red social empezó en 2020 a raíz de la pandemia del Covid-19. Además, según las encuestas, TikTok tiene un nicho de mercado joven, por debajo de los 25 años, a diferencia de otras redes sociales (Fernández, 2025).

El tiempo que los participantes pasan en Internet es casi en su totalidad para el uso de las Redes Sociales. En cuanto al tipo de fotografías que publican en estas redes son aquellas en las que aparecen solos/as, y no consideran que afecte a la imagen que proyectan. Por último, los usuarios expresan que la influencia de las redes sociales en su vida diaria es significativa, pero sin llegar a ser extrema. Por último, los resultados de investigaciones anteriores acerca del uso de Instagram indican que los usuarios de esta red social suelen subir contenido según el tipo de uso que hagan de la red social y cómo interpreten esta plataforma, como selfies, fotos artísticas, fotos de comida, etc. (Hu et al., 2014).

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis propuesta de que encontraríamos diferencias entre el uso de redes y el sexo, con respecto a la satisfacción con la imagen corporal, ya que encontramos que las mujeres hacen un uso de esta red social más centrado en la evaluación y orientación hacia la apariencia que los hombres.

En Instagram, encontramos que en los adolescentes que la prefieren, van a ver afectada su imagen corporal de forma diferenciada entre hombres y mujeres, de manera que los hombres obtienen puntuaciones superiores en condición física con factores referidos a la fuerza y la musculatura, y a las mujeres cuando se habla de apariencia, es decir, cómo pensamos que los demás nos perciben.

Los resultados de investigaciones previas confirman una influencia en la imagen corporal por parte de los medios de comunicación, por lo que la exposición de cuerpos delgados podría activar los niveles de insatisfacción corporal en hombres y mujeres (Huang et al., 2020). Según el estudio de Vall-Roqué et al., (2021), la frecuencia en el uso de Instagram se asoció positivamente con la insatisfacción corporal, la búsqueda de la delgadez y baja autoestima. Una mayor frecuencia en el uso de Instagram podría asociarse a niveles mayores en la búsqueda de la delgadez en mujeres.

Un reciente metaanálisis aportó resultados acerca de pautas según las cuáles un cuerpo delgado o musculado llamará probablemente más la atención en determinados contextos. En general, la exposición a las redes sociales y medios de comunicación se va a ver asociada a la evaluación de la figura corporal de las personas en su vida cotidiana y los mecanismos de afrontamiento ante esa insatisfacción y presión (Huang et al., 2020).

Sin embargo, en los usuarios de TikTok, no se obtienen resultados significativos. Según la literatura, las personas con alta autoestima van a hacer un uso menor de TikTok (Carwati et al., 2024; Evelin y Adishea, 2020). Por otro lado, las personas con autoestima baja van a hacer mayor uso de las redes sociales comparándose con los demás (Hunt et al., 2018). Este resultado podría ser debido a que en TikTok la mayoría de los usuarios son consumidores de contenido únicamente y el contenido que se consume es distinto al de Instagram (Rahmalia y Laili, 2025).

Por último, como aportaciones complementarias sobre resultados que se ven relacionados con los objetivos propuestos, el uso de Instagram se ha visto relacionado con alteraciones alimentarias como la ortorexia, anorexia y bulimia nerviosa, patologías alimentarias que se vinculan a problemas en la imagen corporal, depresión y comparación social (Segura-García et al., 2015; Turner y Leferve, 2017)

## INFLUENCIA DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN LA IMAGEN CORPORAL EN UNA MUESTRA DE ADOLESCENTES

El estudio cuenta con limitaciones, entre ellas el uso de cuestionarios para la recogida de datos, relacionado con la sinceridad y la deseabilidad social, así como el tamaño de la muestra de participantes y el tipo de muestreo utilizado que no garantiza la generalización de los resultados obtenidos. Por otro lado, son datos que tienen una validez limitada dada la velocidad en la que evoluciona el uso de las redes sociales entre los adolescentes.

En futuras investigaciones se ampliará el número de participantes, así como incrementar los participantes de los ciclos formativos y de bachillerato. Por otro lado, profundizar en las actividades que realizan en las redes y que pueden influenciar la satisfacción con su propia imagen. En este sentido, identificar si es la exhibición de sus propias imágenes en determinadas redes sociales afecta a la satisfacción corporal o es la percepción de las ya expuestas en las mismas como ocurre en Tiktok según los resultados obtenidos en esta investigación. Conocer la relación entre el uso de las redes sociales y la satisfacción corporal puede ser útil en el diseño de programas de promoción de hábitos saludables relacionados con la imagen corporal, así como programas de promoción de un uso responsable de las redes sociales.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Botella, L., Ribas Rabert, E. y Ruiz, J. B. (2009). Evaluación psicométrica de la imagen corporal: Validación de la versión española del multidimensional body self relations questionnaire (MBSRQ). *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 18(3), 253-264. <https://merit.url.edu/es/publications/evaluaci%C3%B3n-psicom%C3%A9trica-de-la-imagen-corporal-validaci%C3%B3n-de-la-ve-4>
- Briskman, J. (2021). Sensor Tower's Q4 2021 Data Digest: Worldwide App Downloads Totaled 36.1 billion Last Quarter. SensorTower <https://sensortower.com/blog/q4-2021-data-digest/>
- Brown, T. A., Cash, T. F., & Mikulka, P. J. (1990). Attitudinal body-image assessment: factor analysis of the Body-Self Relations Questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55 (1-2), 135-144. <https://doi.org/10.1080/00223891.1990.9674053>
- Cano, M. y Gianella, M. (2019). *Factores de riesgo en problemas de conducta alimentaria e imagen corporal en adolescentes de una universidad de Lima*. Tesis inédita de Licenciatura. Lima: Universidad de Lima.
- Carwati, C., Apriliyani, I. & Haniyah, S. (2024). The relationship between the intensity of social media use and self-esteem in adolescents at smk kesehatan kesatrian 2 purwokerto. *Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*, 7(1), 14-19. <https://doi.org/10.32832/pro.v7i1.475>
- Cash, T. F. (2000). Body image. En A. E. Kazdin (Ed.), *Encyclopedia of psychology* (Vol. 1, pp. 436-439). Oxford University Press.
- Cash, T. F., (2002). Body Image Assessments: MBSRQ. *Body Image*. Recuperado de <http://www.body-images.com/assessments/mbsrq.html>
- Cruzat, C., Díaz, F., Lizana, P. y Castro, A. (2016). Comparación por sexo en imagen corporal, síntomas psicopatológicos y conductas alimentarias en jóvenes entre 14 y 25 años [Gender comparison of body image, psychopathological symptoms and eating behaviours in 14-25 year-olds]. *Revista Médica de Chile*, 144(6), 743-750. <https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872016000600008>
- De Pinho, L., Santos, M., Ramos, R., Brito, R., De Olivera, C., Barbosa, D. & Prates, A., (2019). Percepção da imagem corporal e estado nutricional em adolescentes de escolas públicas. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 72(2), 229-235. <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2018-0644>
- Delgado, P., Caamaño, F., Osorio, A., Jerez, D., Fuentes, J., Levin, E. y Tapia, J. (2017). Imagen corporal y autoestima en niños según su estado nutricional y frecuencia de actividad física [Body image and self-esteem in children according to nutritional status and frequency of physical activity]. *Revista Chilena de Nutrición*, 44(1), 12-18. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182017000100002>
- Díaz, M. C., Bilbao, G. M., Unikel, C., Escalante, E. y Parra, A. (2019). Relación entre estatus nutricional, insatisfacción corporal y conductas alimentarias de riesgo en estudiantes de nutrición [Relationship between nutritional status, body dissatisfaction and risky eating behaviours in nutrition students]. *Revista Mexicana de*

- Trastornos Alimentarios*, 10(1), 53-65. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2019.1.490>
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith M., Davis J. P., & Giulietti P. A. (2017). Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- Echeburúa, E. y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes (Guía para educadores)*. Pirámide.
- Evelin, & Adishesa, M.S. (2020). Instagram Use and Self-Esteem among Adolescents. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 11(1), 26-36. <https://doi.org/10.35814/mindset.v11i01.1297>
- Fernández, J., González, I., Contreras, O. y Cuevas, R. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes [Relationship between body image and physical self-concept in adolescent females]. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 47(1), 25-33. [https://doi.org/10.1016/S0120-0534\(15\)30003-0](https://doi.org/10.1016/S0120-0534(15)30003-0)
- Fernández, R. (2023). Número de usuarios activos mensuales (MAU) de TikTok a nivel mundial desde 2021 hasta 2026. Recuperado de <https://es.statista.com/previsiones/1194895/usuarios-de-tiktok-mundiales-prevision>
- Fernández, R. (2024). Ranking mundial de redes sociales por número de usuarios activos mensuales en 2024. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Fernández, R. (2025). Los países con más usuarios de Tiktok en 2025. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1194946/usuarios-de-tiktok-en-el-mundo-por-pais/>
- Horcajo, L., Quiles, Y. y Quiles, M. J. (2019). Aplicación de la terapia centrada en la compasión en pacientes con un trastorno de la conducta alimentaria: un estudio piloto [Application of compassion-focused therapy in patients with an eating disorder: a pilot study]. *Psicología Conductual*, 27(2), 295-309. <https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2019/10/07.Horcajo-27-2-1.pdf>
- Hu, Y., Manikonda, L. & Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the 8th International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 595-598. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14578>
- Huang, C. (2017). Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behaviour, and Social Networking*, 20, 346-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0758>
- Huang, Q., Peng, W. & Ahn, S. (2020). When media become the mirror: a meta-analysis on media and body image. *Media Psychology*, 24(4), 437–489. <https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1737545>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751–768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Jiménez, P., Cruz, A. y Bacardí, M. (2017). Insatisfacción con la imagen corporal en niños y adolescentes: revisión sistemática [Body image dissatisfaction in children and adolescents: a systematic review]. *Nutrición Hospitalaria*, 34(2), 479-489. <https://doi.org/10.20960/nh.455>
- Koven, N. S. & Abry, A. W. (2015). The clinical basis of orthorexia nervosa: emerging perspectives. *Neuropsychiatric Disease & Treatment*, 11, 385-394. <https://doi.org/10.2147/NDT.S61665>
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N. & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140, 1073-1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>
- Liu, D., Ainsworth, S. E. & Baumeister, R. F. (2016). A metaanalysis of social networking online and social capital. *Review of General Psychology*, 20, 369-391. <https://doi.org/10.1037/gpr0000091>
- Nápoles, N. N., Blanco V. H. y Jurado G. P. J. (2022). La autoeficacia y su influencia en la insatisfacción de la imagen corporal: revisión sistemática [Self-efficacy and its influence on body image dissatisfaction: a systematic review]. *Psicología y Salud*, 32(1), 57-70. <https://doi.org/10.25009/pys.v32i1.2711>
- Nesi, J. (2020). The impact of social media on youth mental health: challenges and opportunities. *North*

## INFLUENCIA DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN LA IMAGEN CORPORAL EN UNA MUESTRA DE ADOLESCENTES

*Carolina Medical Journal*, 81(2), 116-121. <https://doi.org/10.18043/ncm.81.2.116>

Rahmalia, M. N. & Laili, L. (2025). Intensity of using TikTok social media as a mediator of self-esteem and body image in adolescents. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 13(1), 54-60. <https://doi.org/10.22219/jipt.v13i1.36002>

Rosenberg, J. & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1-18. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x>

Royal Society for Public Health, (2017). #StatusOfMind: social media and young people's mental health and wellbeing. London.

Segura-García, C., Ramacciotti, C., Rania, M., Aloï, M., Caroleo, M., Bruni, A., Gazzarrini, D., Sinopoli, F., & De Fazio, P. (2015). The prevalence of orthorexia nervosa among eating disorder patients after treatment. *Eating and Weight Disorders: EWD*, 20(2), 161-166. <https://doi.org/10.1007/s40519-014-0171-y>

Sierra, M. (2017). *Relación entre satisfacción de la imagen corporal y la autoestima en estudiantes de Medicina y Enfermería. UNSA-Arequipa 2016*. Tesis inédita de maestría. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

TikTok (2020). *Nuestra Misión*. Recuperado de [www.tiktok.com/about?lang=eS](http://www.tiktok.com/about?lang=eS)

Turner, P. G. & Lefevre, C. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating Weight Disorder*, 22(2) 277-284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>

Vall-Roqué, H., Andrés, A., & Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites uses, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology & Biological Psychiatry*, 110, 110293. <https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2021.110293>

Vorderer, P., Hefner, D., Reinecke, L. & Klimmt, C. (Eds.). (2017). *Permanently online, permanently connected: Living and communicating in a POPC World*. Routledge.