

La influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en mujeres jóvenes: Una revisión narrativa.

The influence of social networks on body image perception in young women: A narrative review.

Yareli Zuñiga Acosta ^a, Jorge Alberto Guzmán-Cortés ^b, Javier Tadeo Sánchez Betancourt ^c,
Fernando Bolaños-Ceballos ^d, Sandra Flor Canales Basulto ^e

Abstract:

The increase in the use of the internet and social networks is significant, particularly among young people. This increase raises several questions about the possible effects on the mental health of this population. In particular, young women are more susceptible to these effects due to greater exposure to these platforms. The objective of this article was to conduct a narrative review on the way in which social networks impact the perception of body image in young women. Through the analysis of studies published between 2014 and 2024, negative and positive aspects of the use of these platforms were identified. The conclusions indicate that exposure to idealized images and frequent social comparisons can increase body dissatisfaction and contribute to the development of mental disorders. However, social media can also be used to encourage body positivity and provide emotional support.

Keywords:

Mental health, social networks, body image, women, youth.

Resumen:

El aumento en el uso de internet y redes sociales es significativo, particularmente entre los jóvenes. Este incremento presenta diversas interrogantes sobre los posibles efectos en la salud mental de esta población. En particular, las mujeres jóvenes son más susceptibles a estos efectos debido a una mayor exposición a estas plataformas. El objetivo de este artículo fue realizar una revisión narrativa sobre la manera en que impactan las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en mujeres jóvenes. Mediante el análisis de estudios publicados entre 2014 y 2024, se lograron identificar aspectos negativos y positivos del uso de estas plataformas. Las conclusiones señalan que la exposición a imágenes idealizadas y las comparaciones sociales frecuentes pueden aumentar la insatisfacción corporal y contribuir al desarrollo de trastornos mentales. No obstante, las redes sociales también pueden ser utilizadas para fomentar la positividad corporal y proveer apoyo emocional.

Palabras Clave:

Salud mental, redes sociales, imagen corporal, mujeres, jóvenes.

Introducción

Acorde a lo señalado por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) en el año 2022, el 78.6% de la

población mexicana de 6 años o más, equivalente a 93.1 millones de personas, utilizaba internet. De igual manera, se señaló que el 79.2% de la población tenía acceso a teléfono celular, lo que representaba 93.8 millones de personas. Mientras que el uso de computadoras

^a Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, <https://orcid.org/0000-0002-9435-6694>, Email: zu358194@uaeh.edu.mx

^b Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, <https://orcid.org/0000-0001-6359-4131>, Email: jorge_guzman@uaeh.edu.mx

^c Universidad Nacional Autónoma de México, México, <https://orcid.org/0000-0003-1122-6438>, Email:

javier.sanchez@iztacala.unam.mx ^d Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, <https://orcid.org/0000-0003-4656-6811>, Email: fernando_bolanos@uaeh.edu.mx

^e Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, <https://orcid.org/0000-0002-6224-5746>, Email: sandra_canales@uaeh.edu.mx

Fecha de recepción: 26/06/2024, Fecha de aceptación: 29/08/2024, Fecha de publicación: 30/09/2024

DOI: <https://doi.org/10.29057/esa.v12iEspecial.13308>

experimentó una ligera disminución en comparación con el año 2019, con un 37.0% de la población utilizando este dispositivo, lo que equivale a una reducción de 5.4 puntos porcentuales (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2023).

Entre 2019 y 2022, el uso de Internet experimentó una tendencia al alza en la mayoría de los grupos de edad, destacando el grupo de 18 a 24 años como el de mayor participación, alcanzando el 95.1%, seguido de cerca por los grupos de 25 a 34 años y de 12 a 17 años, con porcentajes del 92.8% y 92.4%, respectivamente (INEGI, 2023). Estos datos señalan que el aumento en el uso de tecnologías entre los jóvenes es significativo. En cuanto a las actividades que más se realizan a través de estos dispositivos, un estudio realizado por la Asociación de Internet MX (2023) sobre los hábitos de usuarios de internet en México reveló que la actividad que más realizó el 84.40 % de los usuarios de internet es acceder a sus redes sociales.

Dada la popularidad de redes sociales como *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Threads* y *WhatsApp* en la actualidad, se ha generado un interés creciente en comprender sus efectos sobre la salud mental en diversas poblaciones. En muchas publicaciones que se realizan en estas plataformas se refuerzan conductas narcisistas, un estilo de vida superficial, comparaciones sociales y el consumismo excesivo, contribuyendo así a la aparición de diversos trastornos psiquiátricos, en particular, sintomatología ansiosa y depresiva (Karim et al., 2020). Asimismo, se ha observado una tendencia en el aumento del tiempo dedicado a estas plataformas, y una percepción de aislamiento del mundo real y la aparición de trastornos alimenticios (Holland y Tiggemann, 2016).

La mayoría de los estudios realizados se centran en adolescentes (Liu et al., 2022; Tiggemann y Slater, 2013), o en adultos jóvenes de ambos sexos (Berryman et al., 2018). En el caso de las mujeres, este fenómeno cobra gran

relevancia, de acuerdo con Fardouly et al. (2015), las mujeres jóvenes tienden a utilizar las redes sociales con mayor frecuencia que los hombres, lo que podría tener un impacto significativo sobre la percepción de su imagen corporal.

La imagen corporal ha tomado un rol central en la identidad de muchas mujeres, especialmente entre las jóvenes (Kumar & Lalit, 2023). La preocupación por la apariencia física de las mujeres está intrínsecamente relacionada con una construcción social que asocia su valor y éxito con el cumplimiento de estándares estéticos específicos y rígidos, como la delgadez, la piel tersa, el tono de piel y rasgos faciales simétricos. Esta construcción, históricamente perpetuada por los medios y ahora intensificada por las redes sociales, refuerza imágenes idealizadas del cuerpo femenino. Coffey y Watson (2015) destacan que las percepciones del cuerpo en la juventud impactan profundamente el bienestar emocional y la identidad.

En este sentido, las mujeres son más propensas a experimentar baja autoestima, insatisfacción corporal y a desarrollar trastornos alimenticios, que ponen en riesgo su bienestar emocional y psicológico (Abjaude et al., 2020; Choukas-Bradley et al., 2022; Myers & Crowther, 2009).

El presente artículo analiza investigaciones cuantitativas y cualitativas realizadas en los últimos años sobre la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en mujeres jóvenes de 18 a 30 años, con el fin de conocer sus implicaciones psicológicas.

Método

Se realizó una revisión de tipo narrativo, tomando en cuenta los criterios contenidos en la escala para evaluar la calidad de artículos de revisión narrativa SANRA (por sus siglas en inglés) (Baethge et al., 2019) mediante una

búsqueda de artículos en diversas bases de datos *PubMed*, *Google Académico*, *ScienceDirect* y *Dialnet*, durante los meses de mayo a julio 2024. La búsqueda se llevó a cabo utilizando palabras clave y operadores booleanos: “social networks” OR “social media” OR “social networking” OR “Instagram” OR “Facebook” AND “body image” AND “women” NOT “men” NOT “adolescents”.

Los criterios de inclusión y exclusión utilizados fueron los siguientes:

Criterios de inclusión:

- Año de publicación: 2014 a 2024.
- Idioma: artículos en español e inglés.
- Tipo de población: mujeres adultas jóvenes (18 a 30 años).
- Tipo de estudio: cuantitativos (transversales y longitudinales) y cualitativos.

Criterios de exclusión:

- Artículos que incluyeran participantes con condiciones preexistentes que afectaran su salud mental de manera independiente a las redes sociales, o que incluyeran otras variables de estudio como trastornos alimentarios o trastornos mentales.

Procedimiento

Los estudios fueron seleccionados por pares de manera independiente y de forma ciega. En un primer momento, se identificaron 261 artículos, los cuales se seleccionaron con base en su título y resumen para evaluar su relevancia, y se eliminaron los duplicados. De manera posterior, se seleccionaron aquellos que cumplían con los criterios de inclusión para revisarlos a profundidad. Los 9 artículos incluidos para la revisión se evaluaron en términos del tipo de estudio, las variables estudiadas, los métodos de análisis y los principales hallazgos (ver Figura 1).

Los resultados se sintetizaron para identificar características comunes en la percepción de la imagen corporal en mujeres jóvenes.

Resultados

La tabla 1 resume el tipo de estudio, las variables evaluadas y los principales hallazgos de cada investigación. El análisis de los artículos permitió obtener dos categorías temáticas: Aspectos Negativos y Aspectos Positivos de las redes sociales en la imagen corporal.

El 66.6 % de los artículos ($n=6$) puso de manifiesto las consecuencias negativas de las redes sociales en la imagen corporal de las mujeres jóvenes. Por otro lado, el 22.22 % de los artículos ($n=2$) señaló usos positivos de las redes sociales en la imagen corporal, mientras que 1 artículo (11.11 %) abordó ambos aspectos. Del total de artículos ($n=9$), solo un estudio fue de corte cualitativo, el resto de los artículos fue de corte cuantitativo. El total de la muestra en las investigaciones fueron 1691 mujeres, con un rango de edad de 18 a 27 años. Las redes sociales que se analizaron fueron *Instagram*, *Facebook* y *Tik Tok*.

A continuación, se presenta una síntesis de los resultados acorde a las categorías temáticas:

Aspectos Negativos

La exposición a imágenes de celebridades y pares atractivas en plataformas forma parte de la rutina diaria de muchas mujeres jóvenes. Desafortunadamente, esta conducta puede tener consecuencias negativas en su estado de ánimo y percepción corporal.

Un estudio realizado por Brown & Tiggemann (2016) subrayó cómo la visualización constante de imágenes idealizadas en redes sociales puede desencadenar comparaciones sociales que resultan en un aumento del estado de ánimo negativo y la insatisfacción corporal. Además, la investigación de Fardouly et al. (2015) reveló que las mujeres jóvenes que participan activamente en actividades fotográficas en *Facebook* tienden a internalizar el

ideal de delgadez y a adoptar una postura constante de vigilancia corporal.

Este fenómeno se intensifica aún más en *Instagram*, donde seguir cuentas centradas en la apariencia se ha asociado directamente con la internalización de estándares de belleza poco realistas (Cohen et al., 2019).

Asimismo, estos hallazgos son consistentes con estudios que han explorado la relación entre el uso de redes sociales y la imagen corporal. (Hendrickse et al., 2017)

encontraron que las actividades fotográficas en *Instagram* están vinculadas a mayores preocupaciones sobre la percepción corporal, especialmente entre mujeres universitarias. Este impacto negativo se ha extendido incluso a plataformas emergentes como *TikTok*, donde los videos de belleza pueden aumentar la vergüenza y la ansiedad facial, como revelaron Seekis & Kennedy (2023).

Figura 1.

Diagrama de Flujo para la selección de artículos.

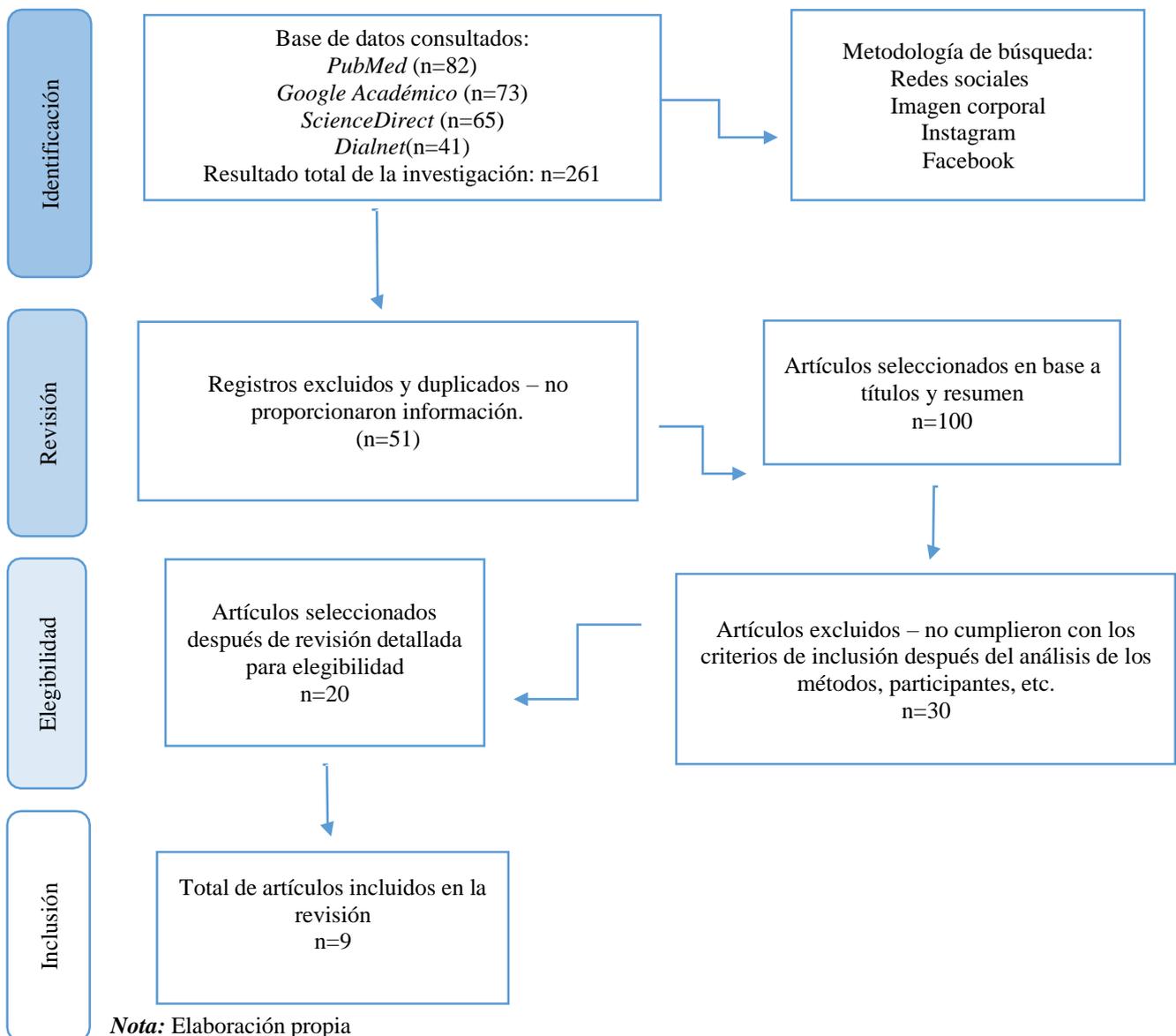


Tabla 1:
Influencia de las redes sociales en la imagen corporal

<i>Autor(es)</i>	<i>Año/País</i>	<i>Tipo de Estudio</i>	<i>Variable evaluada/ tamaño de la muestra (n)</i>	<i>Resultados principales</i>
Allewa et al.	2015/Países Bajos	Cuantitativo-Longitudinal	Funcionalidad vs. apariencia del cuerpo/ n=81	Mejoría en la satisfacción corporal y reducción del interés en la cirugía estética.
Fardouly et al.	2015/Australia	Cuantitativo-Transversal	Comparaciones sociales en <i>Facebook</i> / n=112	Impacto negativo en las preocupaciones sobre la imagen corporal y el estado de ánimo.
Brown & Tiggemann	2016/Australia del Sur	Cuantitativo-Transversal	Imágenes de celebridades y pares en <i>Instagram</i> / n=138	Efecto negativo en el estado de ánimo (tristeza, ansiedad) y la imagen corporal, especialmente en términos de la percepción propia de la apariencia física.
Hendrickse et al.	2017/EE. UU.	Cuantitativo-Transversal	<i>Impacto de Instagram</i> o en la imagen corporal/ n=185	Impacto negativo en la percepción de la imagen corporal.
Cohen et al.	2019/Australia	Cuantitativo-Transversal	Actividades centradas en la apariencia en <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> / n=259	Existe asociación con preocupaciones sobre la imagen corporal.
Evens et al.	2021/Países Bajos	Cualitativo-Transversal	Estrategias de filtrado protector frente a imágenes de ideales de belleza en <i>Instagram</i> / n=20	Aceptación y apreciación del propio cuerpo. Enfoque en valores y personalidad de las mujeres representadas.
Graham et al.	2023/Nueva Zelanda	Cuantitativo-Transversal	Satisfacción corporal, apreciación del cuerpo, autoestima, afecto positivo y negativo posterior a exposición a imágenes de <i>Instagram</i> / n=560	No se encontró que las publicaciones positivas mitigaran los efectos negativos en la satisfacción corporal, apreciación del cuerpo, autoestima o afecto positivo
Gurtala & Fardouly	2023/Australia	Cuantitativo-Transversal	Impacto de contenido de video de formato cortó con apariencia ideal en la imagen corporal, el estado de ánimo y la auto objetivación de las mujeres jóvenes/ n=211	Disminución de la satisfacción con la apariencia, aumento del estado de ánimo negativo y la auto objetivación.
Seekis & Kennedy	2023/Australia	Cuantitativo-Transversal	Vergüenza y ansiedad por la apariencia facial, autocompasión, estado de ánimo, comparaciones de apariencia y pensamientos relacionados con la apariencia/ n=115	Aumento de la vergüenza y ansiedad por la apariencia con videos de belleza, disminución en autocompasión.

Nota: Elaboración propia

En línea con estos estudios, Gurtala & Fardouly (2023) encontraron que tanto los videos como las imágenes de apariencia ideal en redes sociales afectan negativamente la imagen corporal, el estado de ánimo y promueven la autoobjetivación de las mujeres jóvenes. Este fenómeno se ve exacerbado por la omnipresencia de imágenes de apariencia perfecta en plataformas.

Aspectos Positivos

Si bien es cierto que existen efectos negativos asociados al uso de redes sociales en la imagen corporal y el bienestar emocional de las mujeres jóvenes, es importante señalar que también se han identificado aspectos positivos.

El estudio de Graham et al. (2023) señala como las redes sociales pueden utilizarse para contrarrestar los aspectos negativos mediante la integración de publicaciones positivas sobre el cuerpo. Aunque los resultados no respaldaron del todo la efectividad de estas publicaciones para disminuir los efectos adversos de las imágenes idealizadas de delgadez, los autores sugieren indagar sobre diversas estrategias para incrementar el impacto de la positividad corporal.

Por otro lado, algunas investigaciones sugieren que el apoyo social y la promoción de la diversidad corporal pueden disminuir algunos de los efectos perjudiciales de las redes sociales. Acorde a Cohen et al. (2019), seguir cuentas que promueven la positividad corporal puede tener un impacto positivo en la autoestima de mujeres jóvenes. Asimismo, Alleva et al. (2015) señalan que las intervenciones diseñadas a través de redes sociales para fomentar la aceptación corporal pueden tener beneficios en la percepción de la imagen corporal. Este estudio señaló que enfocarse en la funcionalidad del cuerpo en lugar de la apariencia puede incrementar la satisfacción corporal y disminuir el interés en cirugías estéticas.

Para finalizar, Evens et al. (2021) identificaron estrategias cognitivas utilizadas por mujeres jóvenes en Instagram para mantener una imagen corporal positiva. Estas estrategias

incluyen el "filtrado protector", que implica apreciar el propio cuerpo y tener una perspectiva crítica de los aspectos poco realistas de los estándares de belleza, lo que puede contribuir significativamente a una imagen corporal más positiva y saludable.

Discusión

Los resultados encontrados en esta revisión se clasificaron en aspectos negativos y positivos sobre la percepción de la imagen corporal después de interactuar con las redes sociales. Por una parte, el efecto negativo que se encontró en la mayoría de los artículos revisados se resume en la alteración del estado de ánimo, imagen corporal distorsionada y menor satisfacción con la apariencia. Liu et al. (2022) reportaron hallazgos similares con una muestra de más de 55,000 participantes, en quienes hubo una correlación positiva entre el tiempo de uso de redes sociales con la presencia de sintomatología depresiva en adolescentes.

Infante & Ramírez (2017) ya habían encontrado que a mayor uso de Facebook hay una mayor imagen negativa de la imagen corporal en alumnas de psicología de la ciudad de Lima. De manera adicional, Ladera (2016) encontró que las redes sociales también afectaron a la insatisfacción corporal y que esta última se relacionaba con los niveles de autoestima en mujeres de 18 a 27 años, por lo que las redes sociales tendrán un impacto más negativo sobre la salud mental cuando se tiene una baja autoestima.

El efecto negativo sobre la imagen corporal también puede explicarse por la influencia de los factores socioculturales; Cortez et al. (2016) realizaron un estudio de tipo cualitativo en cinco adolescentes en las que los parámetros socioculturales percibidos de los medios de comunicación masiva eran más influyentes que los de pares o de la familia. En un estudio donde se evaluó la satisfacción corporal de 2236 participantes (de los cuales el 85.5 % eran mujeres) se encontró había una

relación inversa entre la edad y el efecto negativo que tiene las redes sociales sobre su percepción corporal (había un mayor deseo para hacer un programa de pérdida de peso); este efecto negativo fue acentuado en personas que no estaban conformes con su peso previo al aislamiento obligado por la pandemia) (Panzitta et al., 2023)

Algunos autores sugieren diversas formas de mitigar los efectos negativos de las redes sociales en los jóvenes. Smith et. al. (2024) señalan que alejarse de las redes sociales al menos una semana tiene efectos positivos sobre la imagen corporal y la autoestima.

Por otra parte, se encontraron algunos artículos que destacan un efecto positivo de las redes sociales sobre la imagen corporal (Alleva et. al., 2015; Cohen et. al., 2019). En estos estudios se encontró el contenido digital que fomenta la positividad corporal tuvo un efecto favorable sobre la aceptación y autoestima. Cabe señalar que la autoestima es una de las variables que más se ven afectadas en la exposición al contenido digital que no fomenta la positividad corporal (Ladera, 2016). Los resultados concuerdan con los señalados por otros autores acerca del uso positivo de las redes sociales para promover la aceptación corporal aumentando la diversidad y la inclusión al tiempo que se rechazan los ideales de apariencia perjudiciales (Rodgers et al., 2022). Este efecto positivo debe tomarse con precaución, ya que en ocasiones este resultado no pueda darse cuando el nivel de autoestima es bajo o existe poca satisfacción corporal (Graham et. al., 2023).

Como limitaciones del presente estudio se encuentran, en primer lugar, lo reciente de este fenómeno, ya que no existe suficiente evidencia para generalizar los resultados y concluir de manera definitiva sobre los efectos negativos que se presentan por el uso de las redes sociales. Por otro lado, al tratarse de muestras con distintos contextos sociales y culturales, no es posible establecer el peso de distintos factores como el grupo étnico, el nivel

socioeconómico, el grado de escolaridad, entre otros sobre la percepción de la imagen corporal.

Como futuras líneas de investigación, se recomienda el uso de diseños longitudinales y de corte mixto que exploren cómo el uso de redes sociales impacta la percepción de la imagen corporal a lo largo del tiempo, así como las experiencias de las usuarias sobre este fenómeno, mediante estudios de corte cualitativo y mixto. Asimismo, sería interesante conocer cómo el uso de filtros y aplicaciones para modificar la apariencia en redes sociales puede generar un impacto sobre la percepción de la imagen corporal.

Conclusiones

Los resultados de la presente investigación sugieren que las redes sociales podrían tener un impacto en la percepción de la imagen corporal en mujeres jóvenes. La exposición frecuente y prolongada a imágenes idealizadas y la tendencia a realizar comparaciones sociales parecen estar asociadas con un aumento en la insatisfacción corporal, lo cual podría estar vinculado a la presencia de trastornos mentales. No obstante, estas plataformas también podrían utilizarse de manera positiva, con la finalidad de contribuir a la promoción de la aceptación corporal y fortalecer la autoestima. Las evidencias recientes muestran que algunos factores clave para que se mitiguen los efectos negativos y se potencialicen los positivos son el fortalecimiento de la autoestima, la reducción del tiempo a redes sociales y el seguimiento de contenido que fomente la positividad corporal.

Resulta de gran importancia educar y sensibilizar a las jóvenes y la población en general sobre el uso de estas plataformas, señalando los posibles riesgos. Asimismo, podría ser beneficioso identificar y promover contenidos que refuercen la diversidad corporal y la salud mental.

Referencias

- Abjaude, S. A. R., Pereira, L. B., Zanetti, M. O. B., & Pereira, L. R. L. (2020). ¿Cómo influyen las redes sociales en la salud mental?. *SMAD, Revista Eletrônica Saúde Mental Álcool E Drogas*, 16(1), 1-3. <https://doi.org/10.11606/issn.1806-6976.smad.2020.0089>
- Alleva, J. M., Martijn, C., Van Breukelen, G. J., Jansen, A., & Karos, K. (2015). Expand your horizon: The influence of showing functionality over appearance on body satisfaction and interest in cosmetic surgery. *British Journal of Health Psychology*, 20(1), 146-163. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.001>
- Asociación de Internet MX (2023). *19o Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet 2023*. <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/19%20Estudio%20sobre%20los%20Habititos%20de%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Mexico%202023%20pptx.pdf>
- Baethge, C., Goldbeck-Wood, S., & Mertens, S. (2019). SANRA-a scale for the quality assessment of narrative review articles. *Research integrity and peer review*, 4, 5. <https://doi.org/10.1186/s41073-019-0064-8>
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *The Psychiatric Quarterly*, 89(2), 307-314. <https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Choukas-Bradley, S., Roberts, S. R., Maheux, A. J., & Nesi, J. (2022). The Perfect Storm: A Developmental-Sociocultural Framework for the Role of Social Media in Adolescent Girls' Body Image Concerns and Mental Health. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25(4), 681-701. <https://doi.org/10.1007/s10567-022-00404-5>
- Coffey, J., Watson, J. (2015). Bodies: Corporeality and Embodiment in Childhood and Youth Studies. In: Wyn, J., Cahill, H. (eds) *Handbook of Children and Youth Studies*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-4451-15-4_1
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 29, 54-59. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., Díaz-Castrillón, F., Behar, R., & Arancibia, M. (2016). Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(2), 116-124. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425747926004>
- Evens, O., Stutterheim, S. E., & Alleva, J. M. (2021). Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram. *Body Image*, 39, 40-52. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.002>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Graham, S., Newell, E., Phillips, J. B., Pritchard, M., & Scarf, D. (2023). Curating a body-positive feed? An attempt to mitigate the negative impacts of thin-ideal content on Instagram. *Body Image*, 46, 168-173. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.002>
- Gurtala, J. C., & Fardouly, J. (2023). Does medium matter? Investigating the impact of viewing ideal image or short-form video content on young women's body image, mood, and self-objectification. *Body Image*, 46, 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.005>
- Hendrickse, J., et al. (2017). Instagram and body image: A correlational, experimental, and longitudinal investigation. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Infante F., J. del R., & Ramírez L., C. M. (2017). Uso de Facebook y la autopercepción de la imagen corporal en mujeres. *Avances En Psicología*, 25(2), 209-222. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2017.v25n2.356>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2023). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022*. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>
- Karim, F., Oyewande, A. A., Abdalla, L. F., Chaudhry Ehsanullah, R., & Khan, S. (2020). Social Media Use and Its Connection to Mental Health: A Systematic Review. *Cureus*, 12(6), e8627. <https://doi.org/10.7759/cureus.8627>
- Kumar, Lalit. (2023). Social Media Influencers' Impact On Young Women's Acceptance Of Beauty Standards. *International journal of research and analytical reviews*. 10. 597-614.
- Ladera Otones, I. (2016). La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima. [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Institucional - Universidad Pontificia Comillas.
- Liu, M., Kamper-DeMarco, K. E., Zhang, J., Xiao, J., Dong, D., & Xue, P. (2022). Time Spent on Social Media and Risk of Depression in Adolescents: A Dose-Response Meta-Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 5164. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095164>
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*. <https://doi.org/10.1037/a0016763>
- Panzitta, M. T., Pees Labory, J., Anger, V. É., Chulibert, M. E., Mayer, M. A., & Kalfaian, L. (2023). Influencia del uso de redes sociales sobre la conformidad con la imagen corporal. <https://doi.org/10.48061/SAN.2022.24.2.109>
- Rodgers, R. F., Wertheim, E. H., Paxton, S. J., Tylka, T. L., & Harriger, J. A. (2022). #Bopo: Enhancing body image through body positive social media- evidence to date and research directions. *Body Image*, 41, 367-374. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.008>
- Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45, 117-125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>
- Smith, O. E., Mills, J. S., & Samson, L. (2024). Out of the loop: Taking a one-week break from social media leads to better self-esteem and body image among young women. *Body Image*, 49, 101715. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101715>

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