

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

### The influence of social media on body image perception in young heterosexual: A narrative review.

*Silvia Montserrat González Cruz<sup>a</sup>, Jorge Alberto Guzmán-Cortés<sup>b</sup>, Javier Tadeo Sánchez Betancourt<sup>c</sup>, Vicente Arturo López Cortés<sup>d</sup>, Sandra Flor Canales Basulto<sup>e</sup>*

---

#### **Abstract:**

The use of social media has increased significantly in recent years, particularly among young people. This increase raises several questions about the impact on the mental health of this population. The objective of this article was to analyze research conducted between 2015 and 2025 on the influence of social media on body image perception in young heterosexual men aged 18 to 35, in order to understand the relationship between the content they consume and their perception of body image. Three categories of effects were identified: clinical, affective, and behavioral, due to the use of digital platforms. The conclusions suggest that viewing idealized images of male bodies on social media is related to emotional disturbances, the presence of psychopathologies, and decisions to undergo surgical procedures. However, these platforms could be used in a positive way to contribute to campaigns focused on health care and body acceptance.

#### **Keywords:**

*Body image, social media, men, young people, mental health.*

---

#### **Resumen:**

El uso de las redes sociales se ha incrementado de manera significativa en los últimos años, de manera particular entre los jóvenes. Este aumento presenta diversas interrogantes sobre las secuelas en la salud mental de esta población. El objetivo de este artículo fue analizar investigaciones realizadas entre 2015-2025, sobre la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en hombres jóvenes heterosexuales de 18 a 35 años, para comprender la relación entre el contenido que consumen y su percepción en la imagen corporal. Se lograron identificar afectaciones en tres categorías: clínica, afectiva y conductual por el uso de plataformas digitales. Las conclusiones sugieren que la visualización de imágenes idealizadas de cuerpos masculinos en redes sociales guarda relación con alteraciones emocionales, presencia de psicopatologías y la toma de decisiones para realizar procedimientos quirúrgicos. No obstante, estas plataformas se podrían manejar de manera positiva para contribuir a campañas enfocadas en el cuidado de la salud y la aceptación corporal.

#### **Palabras Clave:**

*Imagen corporal, redes sociales, hombres, Jóvenes, salud mental.*

---

<sup>a</sup> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Actopan | Estudiante | Actopan | México, <https://orcid.org/0009-0002-2887-1572>, Email: go420439@uaeh.edu.mx

<sup>b</sup> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Actopan | Profesor Investigador | Actopan | México, <https://orcid.org/0000-0001-7899-2183>, Email: jorge\_guzman@uaeh.edu.mx

<sup>c</sup> Universidad Nacional Autónoma de México | Facultad de Estudios Superiores Zaragoza | Actopan | México, <https://orcid.org/0000-0003-1122-6438>, Email: javier.sanchez@iztacala.unam.mx

<sup>d</sup> Benemérita Universidad Autónoma de Puebla | Maestría en diagnóstico y rehabilitación neuropsicológica | Actopan | México, <https://orcid.org/0000-0003-0888-3285>, Email: vicente.lopez@correo.buap.mx

<sup>e</sup> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Actopan | Profesor Investigador | Actopan | México, <https://orcid.org/0000-0002-6224-5746>, Email: sandra\_canales@uaeh.edu.mx

*Fecha de recepción: 11/08/2025, Fecha de aceptación: 12/09/2025, Fecha de publicación: 12/10/2025*

**DOI: <https://doi.org/10.29057/esa.v13iEspecial2.15705>**



## Introducción

Los medios de comunicación como constructo teórico nos sirven para estudiar y examinar procesos propios de la vida en sociedad y su impacto sobre la salud mental de cada persona que interactúa con tales medios. En la actualidad dos de cada tres personas en el mundo utilizan internet de las cuales hay 845 millones de usuarios activos al mes en Facebook, aplicación que se encuentra disponible en 70 idiomas.

Del mismo modo, Twitter registra más de 50 millones de mensajes por día. Por su parte, la red social Instagram se lanzó al mundo en 2010 y cuenta en la actualidad con más de 500 millones de usuarios activos por mes (García, 2021). El portal *We are social* en febrero 2025 reportó que más 5.640 millones de personas están conectadas en todo el mundo con un aumento de 144 millones respecto al año pasado, de los cuales 87.5% son adultos (We are Social, 2025).

Por otro lado, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) informó que en 2023 había 97.0 millones de personas usuarias de internet en México, lo que representó 81.2% de la población de 6 años o más, evidenciando que el grupo de 18 a 24 años presentó el mayor porcentaje de usuarios de internet, con 96.7 % (INEGI, 2024).

Debido al aumento del tiempo que se dedica a las redes sociales y la reducción de las interacciones cara a cara que conlleva, se ha incrementado de manera significativa los trastornos de salud mental en las últimas décadas, principalmente en trastornos emocionales como son la ansiedad y la depresión (Troya-Fernández, 2023). Además, se ha encontrado que los comentarios negativos y la exposición a figuras idealizadas en redes sociales pueden establecer un vínculo directo con la insatisfacción corporal, dando como resultado daño en la autoimagen, autoconcepto y autoevaluación (Castillo-Retamal et al., 2025). Al respecto, Fardouly y Vartanian (2016) mencionan que las imágenes idealizadas que se proyectan de cuerpos musculosos y que se presentan como “perfectos” generan insatisfacción corporal al no poder diferenciar entre lo “real” y lo “ideal”, buscando la aceptación por medio de comentarios o mayores

reacciones en redes sociales.

Las redes sociales como: *Instagram*, *Facebook* y *TikTok*, se han consolidado como herramienta clave para la difusión de ideales sobre la imagen física, en particular con la imagen corporal femenina (Chae, 2017). En el caso de los hombres se promueven estándares de belleza que frecuentemente giran en torno a la delgadez, la musculatura definida y comportamientos alimentarios desordenados, tales como la restricción calórica y el uso excesivo de suplementos y sustancia sintéticas para aumentar la masa muscular (Griffiths et al., 2016).

Diversas investigaciones han abordado la relación entre el uso de redes sociales y la imagen corporal, destacando su impacto negativo en la autoestima y la percepción del cuerpo, en particular, estudios que han identificado una fuerte correlación entre la exposición a contenido centrados en la apariencia física, la internalización de ideales de delgadez y la insatisfacción corporal (Holland & Tiggemann, 2016; Tiggemann & Slater, 2013; Dondzilo, 2019). No obstante, la mayoría de los estudios se han llevado a cabo de manera principal en mujeres adolescentes y adultas jóvenes (Rodgers et al., 2023; Boursier et al., 2020; Zúñiga et al., 2024) y en hombres con diversidades sexo genéricas (Adams & Descoteaux, 2021; Ganson et al., 2024; Rogers et al., 2021). Sin embargo, proponemos como hipótesis que este fenómeno también afecta de manera significativa a los hombres heterosexuales.

El presente artículo tiene como objetivo analizar investigaciones cuantitativas y cualitativas realizadas entre 2015-2025, sobre la influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en hombres jóvenes heterosexuales, para comprender la relación entre el contenido que consumen y su percepción corporal mediante una revisión narrativa.

## Método

Se realizó una revisión narrativa teniendo como referencia los criterios de la escala para evaluar la calidad de artículos de revisión narrativa SANRA (*Scale for the Assessment of Narrative Review Articles*) (Baethge et al., 2019), a través de una búsqueda de artículos en las bases de datos científicas: *PubMed*, *ScienceDirect*, *EBSCO*, *Scielo*, *Dialnet* y *ResearchGate* durante el periodo de agosto de

2024 a mayo de 2025. La búsqueda se llevó a cabo utilizando las palabras clave y operadores booleanos: “Men” AND “social media” AND “body image” OR “Young men” AND “body image” AND “social media”, NOT “women”.

Los criterios de inclusión fueron:

- Idioma del artículo: español e inglés
- Año de publicación: 2015 a 2025
- Tipo de población: hombres, adultos jóvenes de 18 a 35 años.
- Tipo de estudio: cuantitativo, cualitativo.
- Los criterios de exclusión fueron:
- Artículos que incluyeran a participantes no heterosexuales, que no tengan relación con las redes sociales en la percepción de la imagen corporal, o que incluyera otras variables de estudio como trastornos de la conducta alimentaria.

#### *Procedimiento*

Los estudios fueron seleccionados por pares de manera independiente y de manera ciega. En un primer momento, se identificaron 97 artículos, los cuales se seleccionaron con base a su título y resumen para evaluar su relevancia, eliminar los duplicados. De manera posterior, se seleccionaron aquellos que cumplían con los criterios de inclusión para revisarlos a profundidad. La muestra final fue de 6 artículos, los cuales 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 hombres jóvenes (ver Tabla 1).

## **Resultados**

Del total de artículos ( $n=6$ ), fueron de corte cuantitativo. El total de la muestra en las investigaciones fueron 2399 hombres, con un rango de edad de 18 a 35 años. El origen de los participantes fueron los siguientes países: Países de alto ingreso (Estados Unidos, Italia y Australia), países de ingresos medianos altos (Brasil y Turquía) y país de ingresos medios bajos (Pakistán). Las redes sociales que se analizaron fueron *Facebook* e

*Instagram*.

En el análisis de los artículos seleccionados, se destacaron tres categorías temáticas: clínica (presencia de psicopatologías), afectiva (alteraciones del estado emocional) y conductual (realización de cirugías estéticas) en relación a las redes sociales e imagen

corporal en hombres jóvenes heterosexuales.

El 33.3% de los artículos ( $n=2$ ) puso de manifiesto la presencia de alteraciones psicopatológicas, mientras que el 83.3% ( $n=5$ ), señaló la existencia de alteraciones en el estado del ánimo y para finalizar, el 33.3% ( $n=2$ ) se enfoca en señalar como la exposición a imágenes idealizadas de cuerpos en redes sociales influye en la decisión de realizar un procedimiento de cirugía estética.

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

#### *Alteraciones psicopatológicas*

Se ha señalado que la exposición a imágenes de cuerpos idealizados incrementa la búsqueda de aprobación externa y el riesgo de desarrollar psicopatologías.

Los estudios de Abbas y Karadavut (2017) y de Castro et al. (2018) identificaron la presencia de insatisfacción en la imagen corporal, la cual se manifestó en una percepción negativa del propio cuerpo y una constante disconformidad entre la apariencia real y el ideal físico deseado e insatisfacción que podría estar asociada a trastornos como el Trastorno Dismórfico Corporal (TDC), caracterizado por una preocupación excesiva por defectos físicos percibidos, los cuales podrían estar influenciados por la exposición repetitiva a imágenes de cuerpos “perfectos” en las redes sociales.

#### *Alteraciones del estado emocional*

La mayoría de los estudios revisados señalan la presencia de alteraciones en la esfera afectiva-emocional. Hanan et al. (2021) identificaron experiencias de malestar emocional relacionadas con la apariencia física e influenciadas por la exposición a redes sociales. Estos factores pueden contribuir a generar insatisfacción corporal, estrés psicológico y baja autoestima en hombres que interiorizan ideales de un cuerpo musculoso y perfecto promovido por estos medios audiovisuales. A su vez, Hanan et al. (2021) mencionaron que la ansiedad y la baja

autoestima generada por el uso excesivo de las redes sociales crea una percepción poco realista del propio cuerpo afectando su entorno, de forma principal sus relaciones interpersonales.

Estos hallazgos también concuerdan con lo reportado por Brasil et al., (2024) quienes encontraron que un alta exposición a redes sociales incrementa la preocupación por la apariencia física, lo que repercute en una autoevaluación negativa, comparación constante y vergüenza corporal al no cumplir con estándares digitales de belleza (cuerpos delgados, tonificados y rasgos faciales simétricos), generando malestar emocional persistente, inseguridad, rechazo de la propia imagen y desvalorización personal.

El estudio de Nerini et al. (2023) analizó como se ven afectada la autoconciencia en la percepción del cuerpo. Los resultados señalan que los usuarios no reconocían ni entiendan sus pensamientos y conductas que influyen en la percepción de su cuerpo, generando respuestas emocionales desfavorables como la ansiedad social que conlleva a una hipervigilancia del aspecto físico, especialmente en redes sociales.

Para finalizar, Tiggemann y Anderberg (2020) señalaron que la exposición a imágenes de *influencers* masculinos en *Instagram*, en particular aquellas donde muestran cuerpos musculosos y torsos descubiertos (*fitspiration*), puede afectar la imagen corporal y el bienestar psicológico de hombres jóvenes. No obstante, este estudio menciona que este tipo de contenido puede generar motivación hacia conductas saludables como la practica regular de ejercicio y una alimentación balanceada, contribuyendo a mejorar la calidad de vida. Por lo que los autores sugieren promover la educación crítica sobre el consumo de contenido digital.

### Conductual

La cirugía estética no representa un factor relacionado con la fisionomía, sino una respuesta compleja a presiones psicológicas y sociales, motivada por la búsqueda de aceptación o adaptación a estándares corporales idealizados. Abbas y Karadavut (2017) enfatizaron que un número creciente de hombres considera o recurre procedimientos como la rinoplastia,

liposucción, reducción de pecho (ginecomastia), trasplante capilar y rejuvenecimiento facial, afectado en gran medida por la exposición a redes sociales. Es importante señalar, que los autores destacan que el Índice de Masa Corporal (IMC) es una variable que influye significativamente en la decisión de someterse a procedimientos estéticos quirúrgicos o mínimamente invasivos. Un IMC elevado aumenta la posibilidad de procedimientos estéticos especialmente en abdomen y pecho, mientras que un IMC bajo-normal se asocia a intervenciones quirúrgicas como rinoplastia, marcación abdominal y rellenos faciales.

Para finalizar, acorde al estudio de Nerini et al. (2023), se señala que la decisión de llevar a cabo una cirugía estética en hombres jóvenes, está influenciada principalmente por la presión social ejercida por las redes sociales, que la exposición reiterada genera comparaciones con modelos o *influencers* con físicos idealizados que comparten abiertamente sus procedimientos estéticos, lo que contribuye a que la cirugía sea vista como una práctica cotidiana, accesible y deseable. Asimismo, Hanan et al. (2021) también refirieron que las redes sociales tienen un impacto en la imagen corporal generando un nivel bajo de autoestima y que se relaciona con la decisión de modificar la apariencia corporal sometiéndose a procesos quirúrgicos como la liposucción y abdominoplastia con la finalidad de alcanzar las expectativas impuestas por los estándares de belleza.

## Discusión

Los resultados de los estudios analizados en esta revisión se distribuyeron en tres categorías; clínica, afectiva y conductual. Señalando la presencia de psicopatologías como el TDC, alteraciones en el estado anímico y la decisión de realizar procedimientos quirúrgicos.

Yee et al. (2020) reportaron que la exposición a imágenes de *fitspiration* pueden provocar alteraciones psicológicas significativas como insatisfacción corporal y autoevaluación negativa en los hombres de diferentes orientaciones sexuales donde se utilizó una muestra de 347 usuarios con un rango de edad de 18 a 52 años. Además, los autores señalaron que los síntomas como ansiedad, baja autoestima y conductas de comparación social no son inmediatas, sino que pueden obtenerse a lo largo del tiempo incrementando trastornos como la disforia corporal o la depresión.

Por su parte, García (2022) ya había encontrado alteraciones psicológicas (ansiedad y cuadros depresivos) e insatisfacción corporal por el uso de las redes sociales en adolescentes de 14 a 18 años, derivados de la exhibición de belleza irreal y la frecuente comparación de entornos digitalizados.

En una revisión sistemática realizada por Navadiya et al., (2024), se encontró que las redes sociales no solo afectan el discernimiento de la imagen corporal, sino también en la estructura psicosocial por falta de un uso adecuado y consciente, principalmente en las plataformas *Facebook* e *Instagram* donde se generan comparaciones sociales, así como validación por comentarios o cantidad likes obtenidos.

Por otro lado, en lo relativo a la presencia de psicopatologías por la exposición a redes sociales, Ganson et al. (2024) mencionaron que el uso incontrolado de redes sociales se relacionó con la presencia de cuadros clínicos de comportamientos disfuncionales como el TDC y el abuso de consumo de suplementos, presentándose principalmente en adolescentes y adultos jóvenes de 16 a 30 años de edad, etapas del desarrollo donde el riesgo clínico es mayor. Estos datos concuerdan con los resultados de nuestra revisión. No obstante, en los estudios seleccionados, no se reportó conductas como el uso excesivo de suplementos o sustancias sintéticas. Sin embargo, si se señaló la decisión de realizar procedimientos quirúrgicos.

Los procedimientos estéticos que se realizan son una respuesta conductual a las proyecciones de cuerpos "perfectos" que se muestran en redes sociales, Abbas & Karadavut, (2017) reclutaron a una muestra de 151 hombres (heterosexuales y homosexuales) que anhelaban cirugía estética debido a la insatisfacción corporal que generaba los medios audiovisuales.

A su vez, Maheux et al. (2022) refieren que 428 adultos entre los 18 y 29 años incluyendo a hombres con orientaciones sexuales diversas están preocupados por su apariencia física a causa del uso de plataformas digitales como *Instagram*, *Facebook* y *Snapchat*, quienes a menudo enfrentan presiones por cumplir con

expectativas físicas cada vez más inalcanzables, promovidas por representaciones de cuerpos musculosos, definidos y esculturales. Este fenómeno podría contribuir a generar una distorsión de la percepción corporal masculina, con consecuencias preocupantes para la salud física y mental e influenciándolos en su decisión por realizar procedimientos quirúrgicos.

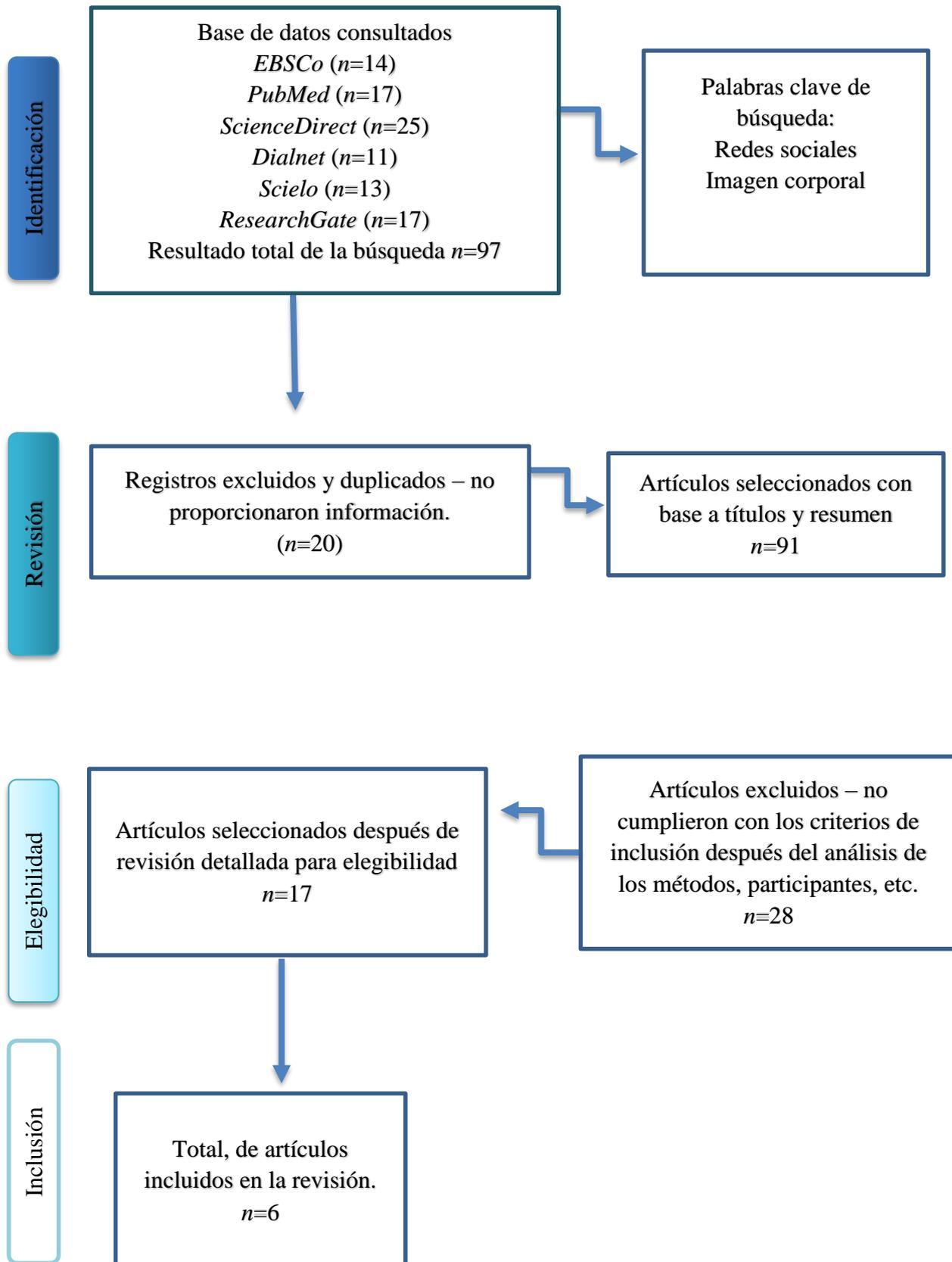
Para finalizar, es importante destacar que aunque la mayoría de los estudios señalan efectos negativos por la exposición a contenido en redes sociales estos también podrían tener un efecto positivo. Tal y como sugieren Cohen et al. (2019), la presentación de contenidos que promueven el "*body positivity*" puede ser una forma de contrarrestar los estándares de belleza idealizados, Haciendo énfasis en contenidos donde el mensaje fomente la autoaceptación, el cuidado físico y psicológico con la finalidad de reducir la insatisfacción corporal y promover la aceptación de un cuerpo real libre de estereotipos impactando de manera significativa en la crítica de los estándares de belleza tradicionales.

Las limitaciones del presente estudio se encuentran en primer lugar, que no existe suficiente información en hombres jóvenes heterosexuales que nos haga sistematizar los resultados y concluir de manera definitiva las implicaciones del uso de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal. También, existe la presencia de diversas variables que no son especificadas en los estudios y que podrían constituir un posible sesgo de sus resultados como son: la maduración cerebral, el aspecto cultural, religioso, educativo y socioeconómico.

Como futuras líneas de investigación, se recomienda el uso del diseño cualitativo o longitudinal donde se recaben las experiencias de usuarios de diferentes edades o durante un periodo de largo tiempo. Así como la relación entre el consumo de las redes sociales y su impacto hábitos de salud, como uso excesivo de sustancias sintéticas o suplementos para aumentar la masa muscular con la finalidad de mejorar su apariencia. A su vez, sería importante conocer y profundizar como influyen variables socioeconómicas de la población en este fenómeno.

**Figura 1**

Diagrama de flujo para la selección de artículos



Nota: Elaboración propia

**Tabla 1**

*La influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en hombres jóvenes heterosexuales*

<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>
Abbas, O. L.& Karadavut, U.	2017/Turquía	Cuantitativo - Transversal	Satisfacción corporal y la actitud hacia la cirugía estética mediante escala de <i>Acceptance of Cosmetic Surgery Scale</i> , la exposición al uso de redes sociales y el <i>Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire</i> / n=302	Impacto negativo en la insatisfacción corporal que conlleva a tomar la decisión de procedimientos estéticos.
Castro, M. R., Morgado, F. F. R., & Freitas, I. F. Jr.	2018/ Brasil	Cuantitativo - Transversal	Percepción corporal e insatisfacción corporal utilizando la Escala pictórica fotográfica personalizada / n=149	Presencia de insatisfacción en la percepción de la imagen corporal relacionada con su IMC.
Tiggemann, M., & Anderberg, I.	2020/Australia	Cuantitativo – Experimental	Satisfacción corporal medida antes y después de la exposición a imágenes mediante la Escala de percepción de delgadez y atractivo, <i>State Appearance Comparison Scale</i> / n=284	Influencia negativa en la imagen corporal al visualizar imágenes de cuerpos masculinos idealizados.
Hanan, M. A., Arshad, A., & Saleem, N.	2021/Pakistán	Cuantitativo – Transversal y correlacional	Estima corporal y autoestima a través de <i>Body Image Avoidance Questionnaire</i> , <i>Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire</i> y <i>Rosenberg Self-Esteem Scale</i> / n=260	La interacción entre la influencia familiar y la autoestima corporal fue significativa. Además, existe una relación positiva y significativa con la conducta de modelado corporal. .
Nerini, A., Di Gesto, C., Lo Bartolo, M., Innocenti, A., Stefanile, C., & Matera, C.	2023/Italia	Cuantitativo – Transversal y correlacional	Insatisfacción corporal y aceptación de cirugía estética utilizando los instrumentos <i>Acceptance of Cosmetic Surgery Scale</i> y <i>Body Esteem Scale</i> / n=203	La influencia de las redes tuvo una relación con la insatisfacción corporal, pero no con la aceptación a la cirugía estética.
Brasil, K. M., Mims, C. E., Pritchard, M. E., & McDermott, R. C.	2024/Estados Unidos	Cuantitativo – Transversal	Preocupación por la apariencia física mediante los instrumentos <i>Social Media Appearance Preoccupation Scale</i> y <i>Self Objectification Questionnaire</i> / n=1201	Preocupación por la apariencia asociada con una mayor auto objetivación. Tienden a criticar y comparar su cuerpo con otros.

Nota: Elaboración propia

## Conclusiones

Se sugiere que la visualización de imágenes idealizadas de cuerpos masculinos en redes sociales guarda relación con alteraciones emocionales, presencia de psicopatologías y la toma de decisiones para realizar procedimientos estéticos como respuesta a las expectativas sociales y los estándares de belleza promovidos por las redes sociales.

Sin embargo, estas plataformas podrían manejarse de forma positiva para contribuir a campañas encaminadas a la educación y el uso correcto de las redes sociales, promoviendo cuerpos diversos, autoaceptación corporal y bienestar emocional.

Además, sería importante diseñar intervenciones dirigidas a jóvenes, en donde se les enseñe estrategias para disminuir la comparación y presión social impuesta por los estándares de belleza en redes sociales.

## Referencias

- Abbas, O., & Karadavut, U. (2017). Analysis of the factors affecting men's attitudes toward cosmetic surgery: Body image, media exposure, social network use, masculine gender role stress and religious attitudes. *Aesthetic Plastic Surgery*, 41(6), 1454–1462. <https://doi.org/10.1007/s00266-017-0882-3>
- Adams, M. M., & Descoteaux, J. (2021). A mixed-methods analysis of a resistance training intervention for trans males. *International Journal of Sport & Society*, 12(1), 127–145. <https://doi.org/10.18848/2152-7857/CGP/v12i01/127-145>
- 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(1), 5. <https://doi.org/10.1186/s41073-019-0064-8>
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification – Which is more influential? *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100263. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100263>
- Brasil, K. M., Mims, C. E., Pritchard, M. E., & McDermott, R. C. (2024). Social media and body image: Relationships between social media appearance preoccupation, self-objectification, and body image, 51, 101767. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101767>
- Castillo-Retamal, F., Levín-Catrilao, A., Vásquez-Vielma, S., Tapia-Gallardo, H., Parada-Flores, B., & Flores-Quezada, M. (2025). Incidencia de redes sociales sobre la imagen corporal en estudiantes de Educación Física. *Journal of Sport and Health Research*, 17(2), 243-258. <https://doi.org/10.58727/jshr.110742>
- Castro, M. R., Morgado, F. F. R., & Freitas, I. F. Jr. (2018). Brazilian Photographic Figure Rating Scale for Men: Psychometric Investigation. *Perceptual and Motor Skills*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1177/0031512518757351>
- Chae, Y. G. (2017). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Social Media + Society*, 3(2), 1–13.
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
- Dondzilo, L., Rodgers, R. F., Turnbull, G., & Bell, J. (2019). The importance of motivational orientation towards the muscular ideal versus the stigmatised burdensome body in male body dissatisfaction. *Body Image*, 31, 81–87. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.08.010>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Ganson, K. T., Testa, A., Rodgers, R. F., & Nagata, J. M. (2024). Use of photo filters is associated with muscle dysmorphia symptomatology among adolescents and young adults. *Body Image*, 50, 101750. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101750>
- García, M. J. (2022). La Influencia de las Redes Sociales en la Imagen Corporal de los Adolescentes. *Comillas Universidad Pontificia*, 1–30. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/1531/66286/TFM-jimenezgarciamarta.pdf?sequence=1>
- García, R. T. (2021). Medios Sociales o Redes Sociales: Conceptualización y Metodología para Sociología en Español. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 18.
- Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., & McLean, S. A. (2016). The contribution of appearance-based rejection sensitivity to body dissatisfaction and disordered eating. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 35(7), 576–590. <https://doi.org/10.1521/jscp.2016.35.7.576>
- Hanan, M. A., Arshad, A., & Saleem, N. (2021). Media and other socializing agents influence on male body-shaping behavior: Body esteem as a mediator. *Asia Pacific Social Science Review*, 21(1), Art. 10. <https://doi.org/10.59588/2350.8329.1354>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2023. <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2023/>
- Maheux, A. J., Roberts, S. R., Nesi, J., Widman, L., & Choukas-Bradley, S. (2022). Psychometric properties and factor structure of the Appearance-Related Social Media Consciousness Scale among emerging adults. *Body*

*Image*, 43, 63–74.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.08.002>

- Navadiya, K., Rafi, S., Harvansh, B., Shamatmika, R., & Sharma, V. (2024). How social media impacts promotion of body image dissatisfaction among youth. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 9(7), 3257–3280.  
<https://doi.org/10.38124/ijisrt/IJSRT24JUL1874>
- Nerini, A., Di Gesto, C., Lo Bartolo, M., & Innocenti, A. (2023). Self-awareness and social influences as predictors of body dissatisfaction and acceptance of cosmetic surgery for social reasons among men. *Aesthetic Plastic Surgery*. Advance online publication.  
<https://doi.org/10.1007/s00266-023-03565-y>
- Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2023). Body image as a global mental health concern. *The Lancet Psychiatry*. Advance online publication.  
[https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(23\)00078-8](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(23)00078-8)
- Rodgers, R. F., Melioli, T., Laconi, S., Boi, M. F., & Chabrol, H. (2021). Take idealized bodies out of the picture: A scoping review of social media content aiming to protect and promote positive body image. *Body Image*, 38, 10–36. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.009>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 35, 237–244.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2021). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 38, 108–115.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *Body Image*, 10(1), 1–5.  
<https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Troya-Fernández, J. P.-S.-M.-P. (2023). El impacto de las redes sociales en la .SANUM *Revista Científico-Sanitaria*, 11.
- We Are Social. (2025). We are social. Obtenido de Special report - Digital 2025:  
<https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>
- Yee, Z. W., Griffiths, S., Fuller-Tyszkiewicz, M., Blake, K., Richardson, B., & Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men's body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.008>
- Zuñiga Acosta, Y., Guzmán-Cortés, J. A., Sánchez Betancourt, J. T., Bolaños-Ceballos, F., & Canales Basulto, S. F. (2024). La influencia de las redes sociales en la percepción de la imagen corporal en mujeres jóvenes: Una revisión narrativa. *Divulgare: Boletín Científico de la Escuela Superior de Actopan*, 12(Esp.), 1–9.  
<https://doi.org/10.29057/esa.v12iEspecial.13308>