

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA**



**ASOCIACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL Y
EL USO DE REDES SOCIALES EN UNIVERSITARIAS**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO(A) EN NUTRICIÓN

PRESENTA:

KATHIAN ALEXANDRA MONTOYA SALAZAR

DIRECTOR DE TESIS

DRA. ANA LILIA ARMENDÁRIZ ANGUIANO

TIJUANA, B.C., MÉXICO

DICIEMBRE, 2021

Tijuana, Baja California, a 07 de diciembre del 2021.

**COMITÉ DE TESIS DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN NUTRICIÓN
FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA**

ASUNTO: Voto Aprobatorio

En calidad de director de la Tesis ***Asociación entre Insatisfacción Corporal y el Uso de Redes Sociales en Universitarias*** elaborada por la C. Kathian Alexandra Montoya Salazar, después de revisar su trabajo, me permito notificarles que la misma reúne los requisitos académicos establecidos para ser considerada por el jurado de examen.

ATENTAMENTE



Dra. Ana Lilia Armendáriz Anguiano

Tijuana, Baja California, a 07 de diciembre del 2021.

**COMITÉ DE TESIS DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN NUTRICIÓN
FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA**

ASUNTO: Voto Aprobatorio

En calidad de sinodal de la Tesis ***Asociación entre Insatisfacción Corporal y el Uso de Redes Sociales en Universitarias*** elaborada por la C. Kathian Alexandra Montoya Salazar, después de revisar su trabajo, me permito notificarles que la misma reúne los requisitos académicos establecidos para ser considerada por el jurado de examen.

ATENTAMENTE



Dra. Glenda Díaz Ramírez

Tijuana, Baja California, a 07 de diciembre del 2021.

**COMITÉ DE TESIS DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN NUTRICIÓN
FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA**

ASUNTO: Voto Aprobatorio

En calidad de sinodal de la Tesis ***Asociación entre Insatisfacción Corporal y el Uso de Redes Sociales en Universitarias*** elaborada por la C. Kathian Alexandra Montoya Salazar, después de revisar su trabajo, me permito notificarles que la misma reúne los requisitos académicos establecidos para ser considerada por el jurado de examen.

ATENTAMENTE

Dra. Diana Bueno Gutiérrez

Tijuana, Baja California, a 07 de diciembre del 2021.

**COMITÉ DE TESIS DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN NUTRICIÓN
FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA**

ASUNTO: Voto Aprobatorio

En calidad de sinodal de la Tesis ***Insatisfacción Corporal en Asociación al Uso de Redes Sociales en Universitarias*** elaborada por la C. Kathian Alexandra Montoya Salazar, después de revisar su trabajo, me permito notificarles que la misma reúne los requisitos académicos establecidos para ser considerada por el jurado de examen.

ATENTAMENTE



Dra. Montserrat Bacardí Gascón

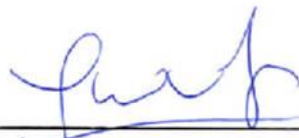
DECLARACIÓN INSTITUCIONAL

“ASOCIACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL Y EL USO DE REDES SOCIALES EN UNIVERSITARIAS”

Se permite el uso académico de información contenida en esta tesis, siempre y cuando se otorgue el crédito correspondiente al autor. Para la reproducción parcial o total de este documento con fines académicos, se deberá contar con la autorización escrita de las autoridades que avalan esta tesis.



Dra. Glenda Díaz Ramírez
RESPONSABLE DE LA MAESTRÍA EN NUTRICIÓN



Dra. Julieta Yadira Islas Limón
DIRECTORA DE LA FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA



Dr. Carlos José Martín Vera Hernández
SUB-DIRECTOR DE LA FACULTAD DE MEDICINA Y PSICOLOGÍA

DEDICATORIA

A mi madre, por ser la persona a quien más amo y admiro. Estoy enormemente agradecida por todo el amor, paciencia y apoyo incondicional que siempre me has brindado. Gracias por ser la mejor madre, por motivarme y ayudarme a cumplir cada uno de mis sueños.

A mi futura hija, quien se ha vuelto mi más grande fortaleza, motivación y valiosa razón para ser la mejor versión de mí. Gracias por darme el regalo y honor de ser tu madre.

A mi familia y amigos, por siempre estar en cada momento importante brindado su cariño, comprensión y apoyo, haciendo la vida más feliz e inolvidable. Soy muy afortunada de tener cerca a personas como ustedes.

A Dios, por darme la oportunidad de vivir esta vida, por regalarme cada una de las lecciones, por no soltarme nunca de su mano y permitirme llegar hasta este momento llena de dicha.

AGRADECIMIENTOS

A la Dra. Ana Lilia Armendáriz Anguiano, por ser mi guía en esta experiencia, por toda su ayuda en cada parte del proceso, por su compromiso e inmensa paciencia, por compartir sus conocimientos, por hacer posible este logro y por representar para mí una inspiración para ser una mejor profesionista.

A mis sinodales, Dra. Diana Bueno Gutiérrez, Dra. Glenda Díaz Ramírez y Dra. Montserrat Bacardí Gascón, por toda su gran paciencia y dedicación, por estar siempre presente para compartir su experiencia y sabiduría, por todo el apoyo que me brindaron para poder llegar a la meta, gracias a ustedes fue posible.

A mis compañeras de clase, QFB. Lupita Gallegos, Dra. Fernanda Tejeda, Dra. Karla Ramírez, LN. Karen Macías y LN. Karla Meza, sin duda el mejor grupo de clase con el que he estado, fue un placer formar parte de este equipo, hacían de cada clase un momento divertido y enriquecedor, aprendí muchísimo de ustedes, las quiero y las admiro mucho como personas y profesionistas, fueron la motivación indicada en el transcurso de la Maestría. Muchas gracias por toda su ayuda.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la Beca de apoyo durante mi formación académica en el periodo 2019-2021.

A mi Alma Máter UABC, por darme la oportunidad de ser orgullosamente Cimarrona.

ÍNDICE

	Página
ÍNDICE DE TABLAS.....	1
ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS.....	2
RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	5
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. ANTECEDENTES.....	9
2.1 Componentes de la imagen corporal, insatisfacción corporal, problemáticas y variables asociadas.....	9
2.2 Asociación de uso de redes sociales con insatisfacción corporal.....	13
2.3 Modelos teóricos.....	16
3. JUSTIFICACIÓN.....	18
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
5. HIPOTESIS.....	21
6. OBJETIVOS.....	21
6.1 Objetivo general.....	21
6.2 Objetivos específicos.....	21
7. METODOLOGÍA.....	22
7.1 Tipo de estudio.....	22
7.2 Población.....	22
7.3 Muestra.....	22
7.4 Criterios de selección.....	22
7.4.1 Criterios de inclusión.....	22
7.4.2 Criterios de exclusión.....	23
7.5 Variables.....	23
7.5.1 Variables sociodemográficas.....	23
7.5.2 Variables antropométricas.....	24
7.5.3 Insatisfacción Corporal (INC).....	24
7.5.4 Uso de Redes Sociales (RS).....	24
7.5.5 Comparación de Apariencia Física (CAF).....	24
7.6 Instrumentos de medición.....	25
7.6.1 Pictogramas corporales.....	25
7.6.2 Cuestionario de Facebook.....	27
7.6.3 Escala de importancia de uso de Instagram.....	28
7.6.4 Comparaciones de apariencia en general en Facebook..	29
7.6.5 Comparaciones relacionadas con la apariencia en Instagram.....	30

7.7 Reproducibilidad.....	30
7.8 Procedimiento.....	31
7.9 Consideraciones bioéticas.....	32
7.10 Análisis de datos.....	33
7.10.1 Nivel descriptivo de la población.....	33
7.10.2 Nivel asociación de variables.....	33
8. RESULTADOS.....	34
8.1 Datos sociodemográficos y antropométricos.....	34
8.2 Uso de Facebook.....	36
8.3 Uso de Instagram.....	36
8.4 Comparación de apariencia en Facebook e Instagram en relación a la Insatisfacción Corporal.....	38
8.5 Insatisfacción Corporal e Índice de Masa Corporal.....	40
9. DISCUSIÓN.....	41
10. CONCLUSIONES.....	46
11. RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS.....	49
ANEXOS.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
Tabla 1. Datos sociodemográficos y antropométricos de estudiantes universitarias de UABC.....	35
Tabla 2. Puntajes de uso de RS en relación a la INC.....	37
Tabla 3. Comparación de apariencia en Facebook e Instagram en relación a la INC.....	38
Tabla 4. Prueba de Chi-cuadrado de Pearson para variables de comparación de apariencia en relación a la INC.....	39
Tabla 5. Medias y desviación estándar de IMC en las distintas categorías de INC.....	40

ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS

CAF Comparación de Apariencia Física

DE Desviación Estándar

FB Facebook

IC Intervalo de Confianza

IG Instagram

IMC Índice de Masa Corporal

INC Insatisfacción Corporal

Kg Kilogramo

m² Metro cuadrado

N Número de muestra

OMS Organización Mundial de la Salud

OR Odds Ratio (Razón de Momios)

P Significancia

RS Redes Sociales

SPSS Statical Package for the Social Sciences (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales)

RESUMEN

Introducción: La Insatisfacción Corporal (INC) es un problema de salud que puede tener consecuencias graves como depresión, ansiedad, trastornos alimenticios, entre otros. Esta problemática ha sido estudiada en relación con distintos factores incluyendo los medios de comunicación tradicionales y actualmente las Redes Sociales (RS). Algunos estudios han mostrado asociación de uso de RS e INC. Uno de los factores propuestos que explican esta asociación es la Comparación de Apariencia Física (CAF). A pesar de esto, no se han encontrado investigaciones en México que evalúen la relación entre INC y RS.

Objetivo: Evaluar la relación entre el uso de Instagram (IG) y Facebook (FB) e INC en estudiantes universitarias.

Metodología: Participaron 399 mujeres estudiantes de licenciatura de una universidad pública. Se obtuvieron datos sociodemográficos y antropométricos de las participantes. Para evaluar la INC se les solicitó a las participantes que indicaran sobre los pictogramas corporales la figura con la que identificaban su imagen y la figura con la cual les gustaría identificarse. Para evaluar el uso de RS se les aplicaron los instrumentos validados “Importance of Instagram Use Scale” y “Facebook Questionnaire”. Para evaluar la CAF se les aplicaron las subescalas validadas “Facebook appearance comparisons in general” y “Appearance-related Comparisons on Instagram”. Para realizar el análisis estadístico se utilizó el programa SPSS 25.

Resultados: El 86% de la muestra reportó INC, la mayoría de las participantes estaban en normopeso (61.4%), seguido del sobrepeso (20.8%), obesidad (11.3%) y desnutrición (6.5%). Las mujeres con INC grave tenían un Índice de Masa Corporal (IMC) mayor. Respecto al uso de RS, el 100% de las participantes utilizaba FB y el 95.7% IG. Las mujeres con un puntaje mayor de comparación en FB tenían un mayor riesgo de presentar INC (OR=1.19; IC 95% 1.07-1.32; p=0.003), y específicamente de comparación de figura (OR=1.68; IC 95% 1.26-2.23; p=0.0001) y comparación de apariencia (OR=1.66; IC 95% 1.20-2.27; p=0.001). Además, las mujeres con un puntaje mayor de comparación en IG tenían un mayor riesgo de presentar INC (OR=1.14; IC 95% 1.04-1.24; p=0.003), y específicamente de comparación de figura (OR=1.63; IC 95% 1.26-2.1; p=0.0001), comparación de apariencia (OR=1.47; IC 95% 1.14-1.9; p=0.003) y además de comparación de vestimenta (OR=1.31; IC 95% 1.03-1.66; p=0.03).

Conclusiones: El uso de RS no tuvo una relación directa con la INC, sin embargo, la CAF en ambas RS si se correlacionó positivamente con la INC y el presentar mayores niveles de CAF señaló un mayor riesgo de presentar INC.

ABSTRACT

Introduction: Body Dissatisfaction (BD) is a health problem that can have serious consequences such as depression, anxiety, eating disorders, among others. This problem has been studied in relation to different factors including traditional media and currently Social Media (SM). Some studies have shown an association between the use of SM and BD. One of the proposed factors that explain this association is the Physical Appearance Comparison (PAC). Despite this, no research has been found in Mexico that evaluates the relationship between BD and SM.

Aim: To evaluate the relationship between the use of Instagram (IG) and Facebook (FB) and BD in female university students.

Methodology: 399 female undergraduate students from a public university participated. Sociodemographic and anthropometric data were obtained from the participants. To evaluate BD, participants were asked to indicate on the body pictograms the figure which they identified their image with and the figure with which they would like to identify. To evaluate the use of SM the validated instruments "Importance of Instagram Use Scale" and "Facebook Questionnaire" were applied to them. To evaluate the PAC, the validated subscales "Facebook appearance comparisons in general" and "Appearance-related Comparisons on Instagram" were applied. Statistical analysis was conducted with SPSS 25 program.

Results: 86% of the sample reported BD, most of the participants had normal weight (61.4%), followed by overweight (20.8%), obesity (11.3%) and malnutrition (6.5%).

Women with severe BD had a higher Body Mass Index (BMI). Regarding the use of SM, 100% of the participants used FB and 95.7% IG. Women with higher FB comparison score had higher risk BD (OR = 1.19; 95% CI 1.07-1.32; $p = 0.003$) and specifically of figure comparison (OR = 1.68; 95% CI 1.26-2.23; $p = 0.0001$) and appearance comparison (OR = 1.66; 95% CI 1.20-2.27; $p = 0.001$). Also, women with higher comparison score in IG had higher risk of presenting BD (OR = 1.14; 95% CI 1.04-1.24; $p = 0.003$), and specifically of figure comparison (OR = 1.63; 95% CI 1.26 -2.1; $p = 0.0001$), appearance comparison (OR = 1.47; 95% CI 1.14-1.9; $p = 0.003$) and in addition to clothing comparison (OR = 1.31; 95% CI 1.03-1.66; $p = 0.03$).

Conclusions: Mean internet use was positively correlated with BD. While SM use did not have a direct relationship with BD, PAC through both SM was positively correlated with BD and presenting higher levels of PAC in SM indicated higher risk of presenting BD.

1. INTRODUCCIÓN

La imagen corporal se refiere a como autopercebimos nuestro cuerpo y apariencia (Ayensa, 2003). Esta percepción puede clasificar la imagen como correcta o incorrecta, dando lugar a la Insatisfacción Corporal (INC) (Contreras Jordán, Gil Madrona, García López, Fernández Bustos, & Pastor Vicedo, 2012). La INC representa la diferencia entre el propio cuerpo percibido y el cuerpo ideal (Ogden, 2011) y es un problema de salud que puede llegar a resultar en consecuencias graves tales como depresión, ansiedad, trastornos alimenticios, entre otros (Gonçalves & Martínez, 2014; Raich, 2004). Existen diversos factores sociales que están asociados a la INC, especialmente los medios de comunicación, los cuales generalmente transmiten ideales estéticos y de belleza que propician preocupaciones de la imagen corporal (Thompson, J. K. Heinberg, L. Altabe, M. Tantleff-Dunn, 1999). Además, las personas tienden a comparar su propia apariencia física con la de sus pares, celebridades u otros individuos presentados en los medios (Festinger, 1954). Actualmente uno de los medios de comunicación más utilizados son las Redes Sociales (RS), las cuales se ha observado a través de distintas investigaciones que impactan negativamente sobre la imagen corporal desencadenando trastornos alimenticios, INC y Comparación de Apariencia Física (CAF) (Holland & Tiggemann, 2016). En México, el uso de internet ha aumentado con el paso del tiempo y la mayoría de los usuarios acceden a sus RS cuando lo utilizan. Según la Asociación de Internet MX (2020), Facebook (FB) es la red social más utilizada en nuestro país (97%) y en tercer lugar se encuentra Instagram (IG) (73%). Referente a los estudios

que evalúan la INC y el uso de RS, se ha observado que las mujeres jóvenes son propensas a presentar INC y preocupaciones de la imagen (Holland & Tiggemann, 2016). En cuanto a investigaciones realizadas en nuestro país, se ha encontrado que las mujeres presentan comportamientos no saludables para lograr perder peso (Hidalgo-Rasmussen, Hidalgo-San Martín, Rasmussen-Cruz, & Montaña-Espinoza, 2011) y generalmente reportan mayores niveles de INC que los hombres (Casillas-Estrella, Montaña-Castrejón, Reyes-Velázquez, Bacardí-Gascón & Jiménez Cruz, 2006; Salgado Espinosa, 2018). Sin embargo, en México no se ha estudiado la relación de estas variables y sus interacciones en mujeres jóvenes universitarias, por lo que este trabajo pretende contribuir evaluando por primera vez la INC y el uso de RS (FB e IG) en universitarias, así como mostrar como interactúan estas variables.

2. ANTECEDENTES

2.1 Componentes de la imagen corporal, insatisfacción corporal, problemáticas y variables asociadas.

La imagen corporal según Ayensa (2003) es un constructo psicológico complejo, que se refiere a cómo la autopercepción del cuerpo/apariencia genera una representación mental, compuesta por un esquema corporal perceptivo así como las emociones, pensamientos y conductas asociadas.

Thompson (1990) menciona que la imagen corporal se puede constituir de tres componentes, el componente “perceptual” (se refiere a la precisión con que se percibe el peso, el tamaño y la forma del cuerpo, ya sea en su totalidad o sus partes), el componente “cognitivo-afectivo” (son las actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones acerca del cuerpo o algunas partes de él) y el componente “conductual” (son las conductas derivadas de las percepciones y sentimientos acerca del cuerpo). Como se puede observar, la imagen corporal no necesariamente se encuentra relacionada con la apariencia física real, si no con las valoraciones y actitudes que las personas tienen acerca de su cuerpo (Sepúlveda, Gandarillas, & Carroble, 2004).

Las personas pueden autopercebir su imagen a través de clasificarla como correcta o bien, subestimarla o sobreestimarla, lo que puede generar satisfacción o INC (Contreras Jordán et al., 2012). La INC puede desarrollarse por una distorsión perceptiva, por la diferencia entre el cuerpo percibido y el cuerpo ideal o por sentimientos y pensamientos de disgusto asociados al propio cuerpo (Ogden, 2011).

La INC representa un problema de salud que puede llegar a resultar en consecuencias graves tales como baja autoestima, depresión, ansiedad, disfunciones sexuales, trastornos alimenticios, realización de tratamientos cosméticos y quirúrgicos de manera desmedida, entre otros (Gonçalves & Martínez, 2014; Raich, 2004). La prevalencia de INC en México ha ido en aumento hasta llegar a ser uno de los cinco primeros países que realizan más cirugías estéticas a nivel mundial según la International Society of Aesthetic Plastic Surgery, siendo las mujeres quienes encabezan la demanda de estos tratamientos (ISAP, 2019).

Existen ciertas variables que están asociadas a la INC, una de las más comentadas es la autoestima, (Fox, Page, Armstrong, & Kirby, 1994; Tiggemann, 2005; Ladera Otones, 2016). En un estudio tipo transversal realizado con universitarias españolas se muestra que, a menor autoestima, mayor INC (Ladera Otones, 2016). En una investigación con diseño prospectivo realizada en Australia por Tiggemann (2005) se observa que las jóvenes con INC eran vulnerables a sufrir baja autoestima. Fox et al., (1994) encontraron que la autoestima estaba altamente asociada con la percepción que tenían los participantes de su apariencia y la INC era mayor en el caso de las mujeres.

Por otro lado, la INC también ha sido investigada con relación a la edad (Jimenez-Flores, Jimenez-Cruz, & Bacardi-Gascon, 2017; Lora-Cortez & Saucedo-Molina, 2006; Salgado Espinosa, 2018). En una revisión sistemática llevada a cabo por Jimenez-Flores et al., (2017) se muestra que la INC se presenta desde los cinco años, aumenta con la edad tanto en niños como adolescentes y es más frecuente en las mujeres que en los hombres. Lora-Cortez & Saucedo-Molina (2006) realizaron un estudio que

analizo la INC en mujeres mexicanas de entre 25 y 45 años, encontrando que 8 de cada 10 estaban insatisfechas con su imagen corporal. En una investigación hecha por Salgado Espinosa (2018) en universitarios de tres estados del Noreste de México, se observó que al 67.4% de los hombres y al 84.5% de las mujeres les preocupaba subir de peso, el 49.2% de los hombres y el 73.8% de las mujeres estaban insatisfechos debido a que deseaban bajar de peso e incluso de los participantes que tenían un peso saludable, el 50% de los hombres y el 68.8% de las mujeres deseaba bajar de peso.

Como se puede observar, otra variable asociada a la INC es el estado de peso. En un estudio realizado en Tijuana, B.C., el 84% de los participantes presento INC (siendo mayor en las mujeres que en los hombres) y a mayor peso, mayor era la INC (Casillas-Estrella, Montaña-Castrejón, Reyes-Velázquez, Bacardí-Gascón, & Jiménez-Cruz, 2006). En otro estudio con universitarios del estado de Veracruz, se observa que el 59.4% de los participantes presentaba INC, además de que el 41.2% suponía tener un peso mayor que el arrojado por la evaluación antropométrica (Mendoza González & Olalde Libreros, 2019).

Por otra parte, el género también se vincula fuertemente con la INC (Hidalgo-Rasmussen et al., 2011). En una investigación con adolescentes españoles se observan diferencias de género significativas en cuanto a la percepción corporal, las mujeres mostraron mayor percepción del propio cuerpo como obeso, más conductas de control de peso como “hacer dieta” y satisfacción corporal más baja que los hombres (Ramos et al., 2016). En México, en un estudio hecho en Ciudad Guzmán, Jalisco, con estudiantes universitarios, casi la mitad de los participantes trataba de

bajar de peso y los comportamientos no saludables para perder peso (dieta sin supervisión, inducir el vómito o tomar laxantes) fueron mayores en mujeres que en hombres (Hidalgo-Rasmussen et al., 2011). En otro estudio que abarco tres estados del noreste de México, con estudiantes universitarios, las mujeres presentaban en general mayor INC que los hombres aun cuando su peso era adecuado (Salgado Espinosa, 2018). En una investigación realizada en España y Argentina con jóvenes de ambos sexos se observa que los hombres tienen deseo de ser mas robustos mientras que las mujeres desean ser mas delgadas, estas observaciones corroboran las diferencias de género en la imagen corporal (Marrodán, Montero-Roblas, Mesa, Pacheco, González, Lomaglio, Bejarano & Carmentate, 2008).

Las diferencias culturales también pueden influir en la INC, es posible observar que en las culturas latinas se valoran ciertos aspectos corporales así como los tipos de cuerpos más grandes, voluptuosos y con curvas son más apreciados que en la cultura americana (Bigman, Wilkinson, Homedes, & Pérez, 2020).

Otra variable que ha sido vinculada a la INC son los medios de comunicación, ya que estos representan una de las principales influencias en la imagen corporal, siendo creadores y transmisores de ideales estéticos (Manuel, Díaz, & Arévalo, 2013). La literatura ha demostrado que existe una fuerte relación entre los medios de comunicación y la INC (Holland & Tiggemann, 2016). En la actualidad, con la introducción de las RS a la sociedad contemporánea cada vez más personas las utilizan como forma de comunicación en su vida diaria, implicando que los usuarios sean a la vez receptores y fuentes de información (Holland & Tiggemann, 2016). El uso de internet ha crecido exponencialmente a nivel mundial y en nuestro país es cada

vez mayor, según La Asociación de Internet MX, aproximadamente 87.4 millones de personas lo utilizan en promedio 8 horas con 57 minutos al día y la mayoría de estos usuarios acceden a sus RS, se estima que en total cada usuario pasa en promedio 4 horas con 8 minutos diariamente en sus RS, de las cuales FB es la más utilizada, seguida por Whatsapp y en tercer lugar IG (Asociación de Internet MX, 2020).

2.2 Asociación de uso de redes sociales con insatisfacción corporal

Existen numerosos estudios que asocian el uso de RS con la INC y algunos de los principales hallazgos encontrados son los siguientes.

En cuanto a estudios de diseño transversal, Vandebosch & Eggermont (2012) realizaron una investigación en Bélgica y observaron que las estudiantes de preparatoria que verificaban más frecuentemente sus cuentas de RS presentaban mayores niveles de vigilancia corporal, además de internalización de ideales de belleza y objetivación sexual a través de estos medios. Tiggemann & Slater (2013) en Australia, también encontraron que las estudiantes de preparatoria que utilizaban Facebook tenían mayores preocupaciones acerca de su imagen que aquellas que no utilizaban esta red social, así como el tener más amigos en FB estaba correlacionado con mayor preocupación corporal. Por otra parte, Tiggemann & Slater (2014) observaron que el uso de RS estaba relacionado con vigilancia corporal, internalización de ideales de belleza y conductas dietéticas en niñas preadolescentes en Australia. Fardouly & Vartanian (2015) de igual manera realizaron una investigación en Australia encontrando que el uso de FB estaba relacionado con INC en universitarias. Manago, Monique Ward, Lemm, Reed, & Seabrook (2015) encontraron

asociación entre el uso de FB, objetivación corporal y mayor vergüenza corporal en estudiantes universitarios en Estados Unidos. Kim & Chock (2015) observaron que los comportamientos de preparación social en RS (por ejemplo, *likes* y comentarios) se relacionaban con un mayor impulso de delgadez y CAF en una muestra de estudiantes universitarios en Estados Unidos, donde la mayor parte eran mujeres. En el estudio de Meier & Gray (2014) se encontró que una mayor exposición a la apariencia en FB estaba vinculada con INC, impulso por la delgadez, internalización del ideal delgado y objetivación del propio cuerpo en mujeres adolescentes. Howard, Heron, MacIntyre, Myers, & Everhart (2017) analizaron a mujeres universitarias en Estados Unidos, de raza blanca y raza negra, encontrando que, a mayor búsqueda de tranquilidad en las RS, mayor INC, en ambas razas, también se encontró que la INC estaba asociada con la frecuencia del uso de FB. Cohen, Newton-John, & Slater (2017), hicieron un estudio en Australia donde el objetivo fue identificar las características específicas de FB e IG que pudieran relacionarse con las preocupaciones de la imagen corporal en mujeres jóvenes de 18 a 29 años. Los resultados que obtuvieron fueron que en FB la exposición a la apariencia se relacionaba con la internalización del ideal delgado y en IG el seguir las cuentas de “salud y estado físico” con la internalización del ideal delgado y el impulso de la delgadez, así como el seguir cuentas de celebridades estaba asociado con la internalización del ideal delgado y la vigilancia del cuerpo. En otro estudio realizado en Estados Unidos por Hendrickse & Arpan (2016) con estudiantes universitarias, se examinó el uso de IG, INC, preocupaciones corporales y CAF, se observó que IG afectaba negativamente la imagen corporal de las usuarias que comparaban su apariencia física por medio de esta red social.

Referente a estudios longitudinales, algunas de las evidencias encontradas como el estudio de De Vries, Peter, Nikken, & de Graaf (2014) observaron que el usar RS más frecuentemente predijo un aumento posterior en inversión de apariencia y un mayor deseo de cirugía estética, en adolescentes de los Países Bajos. Posteriormente, De Vries, Peter, de Graaf, & Nikken (2016) observaron que a mayor uso de RS, mayor INC en adolescentes, 18 meses después. Es importante destacar que en ambos estudios el uso más frecuente de RS predijo la INC posterior, mientras que la INC inicial no predijo el uso posterior de RS. Hummel & Smith (2015) hicieron una investigación en Estados Unidos con universitarios (donde el 78% fueron mujeres) y encontraron que aquellos usuarios de FB que compartían estados con un estilo de búsqueda de comentarios negativos informaban problemas con alimentación y peso. Smith, Hames, & Joiner (2013) observaron que el uso desadaptativo de FB (como participar en comparaciones y buscar evaluaciones negativas) se relacionó con mayores síntomas de bulimia, INC, problemas con la alimentación y preocupación por el peso en universitarias de Estados Unidos.

Por último, algunos estudios con diseño experimental como el de Haferkamp & Krämer (2011) quienes llevaron a cabo una investigación en Alemania con adultos jóvenes encontrando que los participantes sentían mayor INC después de observar fotografías de usuarios atractivos de FB que cuando estuvieron expuestos a usuarios menos atractivos. En el estudio de Lee, Taniguchi, Modica, & Park (2013) se observó que los universitarios coreanos que presenciaron fotos en FB de usuarios con bajo peso realizaban posteriormente comentarios en línea sobre el deseo de perder peso, en contraste con aquellos que presenciaron fotos de usuarios con sobrepeso. Mabe,

Forney, & Keel (2014) encontraron en su estudio en Estados Unidos que las universitarias después de estar expuestas tan solo a 20 minutos a FB, mostraban mayor preocupación por su peso y forma que mujeres expuestas a otros sitios web. Fardouly, Diedrichs, Vartanian, & Halliwell (2015) en su investigación en Australia, observaron que las mujeres reportaban preocupaciones relacionadas con aspectos faciales, de la piel y de cabello después de estar expuestas a 10 minutos en FB, comparado con otros sitios web. Tiggemann & Zaccardo (2015) encontraron en su estudio en población universitaria en Australia, que la exposición a imágenes fitness en IG estaba asociada con INC, en comparación con imágenes consideradas neutrales, por ejemplo, imágenes de viajes. Otra investigación realizada en Australia con universitarias, muestra que ciertos aspectos de las RS, como los *likes* en IG se asocian con CAF e INC en universitarias (Tiggemann, Hayden, Brown, & Veldhuis, 2018). En otro estudio experimental realizado en Estados Unidos con estudiantes universitarias, se evaluó el uso de IG, preocupaciones de la imagen corporal, afecto positivo y negativo, trastornos alimentarios y comparación de apariencia y se observó que el uso general de RS no está directamente relacionado con la INC, pero el participar en comportamientos de riesgo como la CAF a través de las RS si estaba asociado a la INC (Badillo, 2019).

2.3 Modelos teóricos

Grogan (2016) menciona que la INC esta significativamente afectada por factores sociales y esta relación se ha estudiado a través de distintos modelos teóricos. La “Teoría sociocultural” propone que la INC generalmente se atribuye a factores

sociales, siendo los medios de comunicación la causa más influyente y dominante, al presentar ideales de belleza y delgadez, que conducen a CAF e internalización del “ideal delgado”, resultando en preocupaciones corporales y trastornos alimentarios en mujeres (Thompson et al., 1999). Otro modelo teórico relacionado es la “Teoría de la objetivación”, la cual argumenta que, en la sociedad occidental, la mujer es catalogada como un “objeto” para ser visto y evaluado, donde su cuerpo (o una colección de partes del cuerpo) es valorado principalmente por su uso (o consumo) por otros, manifestando de esta manera una opresión del género femenino que conlleva una serie de riesgos para la salud física y mental de niñas y mujeres (Fredrickson & Roberts, 1997). La “Teoría de la comparación social” sugiere que los individuos comparan su propia apariencia física con la de sus pares, celebridades u otras personas presentadas en los medios (Festinger, 1954) y por último la “Teoría de la auto-discrepancia” establece que los individuos comparan su yo “real” con los estándares internalizados o el “yo ideal /debería” (Higgins, 1987).

3. JUSTIFICACIÓN

La investigación de INC asociada al uso de RS se ha centrado en países desarrollados y por lo tanto con características distintas a las de nuestra población. No se han encontrado estudios en Tijuana que evalúen esta relación a pesar de que la cantidad de personas que acceden a las RS en México es de gran magnitud. A través de este estudio podrían identificarse conductas de riesgo en la utilización de RS que estén relacionadas con preocupaciones de la imagen corporal que pueden llevar a INC y al uso de soluciones poco saludables como cirugías estéticas, dietas restrictivas, ejercicio excesivo, entre otras, que pueden desencadenar trastornos alimenticios y/o psiquiátricos. La identificación de estos factores de riesgo puede ser de utilidad para diseñar estrategias de salud pública más eficaces para la prevención y el tratamiento de estas problemáticas, generando de manera individual y comunitaria un impacto positivo. Los resultados de este estudio se compartirán con las autoridades universitarias y servirán como referencia para desarrollar campañas educativas y de seguimiento en beneficio de la comunidad universitaria.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La INC es un problema de salud que puede conducir a consecuencias graves tales como depresión, ansiedad, baja autoestima, disfunciones sexuales, trastornos alimenticios, realización de tratamientos cosméticos y quirúrgicos de manera desmedida, entre otros (Gonçalves & Martínez, 2014; Raich, 2004). Esta problemática ha sido estudiada en relación con distintos factores incluyendo la edad (Jimenez-Flores et al., 2017; Lora-Cortez & Saucedo-Molina, 2006; Salgado Espinosa, 2018), la autoestima (Fox et al., 1994; Tiggemann, 2005; Ladera Otones, 2016) el estado de peso (Casillas-Estrella et al., 2006; Mendoza González & Olalde Libreros, 2019) y el género (Hidalgo-Rasmussen et al., 2011; Salgado Espinosa, 2018; Ramos et al., 2016).

La INC también ha sido vinculada con los medios de comunicación tradicionales y actualmente con las RS (Holland & Tiggemann, 2016). Esta relación se ha investigado en países desarrollados como Estados Unidos y Australia (Howard et al., 2017; Cohen et al., 2017; Tiggemann & Zaccardo, 2015; Tiggemann & Slater, 2013; 2014; Fardouly & Vartanian, 2015; Fardouly et al., 2015; Manago et al., 2015; Kim & Chock, 2015; Meier & Gray, 2014; Hummel & Smith, 2015; Smith et al., 2013; Lee et al., 2013; Mabe et al., 2014). Algunos de los principales hallazgos encontrados son que las mujeres jóvenes que utilizan FB presentan mayor INC (Howard et al., 2017) e internalización del ideal delgado (Fardouly & Vartanian, 2015; Meier & Gray, 2014; Cohen et al., 2017), así como, preocupación por su peso al estar expuestas tan solo 20 minutos a esta red social (Mabe et al., 2014). Aspectos específicos como la cantidad de “amigos”

se relaciona con el impulso por la delgadez y una mayor cantidad de *likes* con la CAF (Kim & Chock, 2015). En cuanto al uso de IG, el seguir cuentas de celebridades ha sido asociado con la vigilancia corporal (Cohen et al., 2017), la exposición a imágenes *fitness* y la CAF con INC (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Badillo, 2019; Hendrickse & Arpan, 2016).

México se encuentra entre los cinco primeros países que realizan más cirugías estéticas a nivel mundial según la International Society of Aesthetic Plastic Surgery, siendo las mujeres quienes encabezan la demanda de estos tratamientos lo que señala que la INC ha ido en aumento (ISAP, 2019). La Asociación de Internet MX reporta que aproximadamente 87.4 millones de personas lo utilizan en promedio 8 horas con 57 minutos al día y la mayoría de los usuarios acceden a sus RS (Asociación de Internet MX, 2020). A pesar de esto, no se han encontrado investigaciones en nuestro país que evalúen la relación entre INC y las plataformas IG y FB.

Por lo tanto, este trabajo pretende dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación:

¿Existe relación entre el uso de IG y FB e INC en estudiantes universitarias?

5. HIPÓTESIS

Las actividades basadas en imágenes al utilizar RS se correlacionarán positivamente con la INC, pero no el uso general de RS.

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo general

Evaluar la relación entre el uso de IG y FB e INC en estudiantes universitarias.

6.2 Objetivos específicos

1. Evaluar la INC a través del método de los Pictogramas corporales adaptado por Marrodán et al., (2008).
2. Calcular Índice de Masa Corporal (IMC).
3. Evaluar el uso de FB mediante el instrumento *Facebook Questionnaire*.
4. Evaluar la relación entre el uso de FB y la INC.
5. Evaluar la CAF en FB mediante la subescala *Facebook appearance comparisons in general*.
6. Evaluar la relación entre CAF en FB e INC.
7. Evaluar el uso de IG mediante el instrumento *Importance of Instagram Use Scale*.

8. Evaluar la relación entre el uso de IG y la INC.
9. Evaluar la CAF en IG mediante la subescala *Appearance-related Comparisons on Instagram*.
10. Evaluar la relación entre CAF en IG e INC.

7. METODOLOGÍA

7.1 Tipo de estudio

Estudio Transversal.

7.2 Población

La muestra consistió en 399 estudiantes universitarias de UABC.

7.3 Muestra

Se calculó la muestra mediante la calculadora en línea Netquest.

Muestra por conveniencia.

7.4 Criterios de selección

7.4.1 Criterios de inclusión

Mujeres estudiantes de licenciatura de cualquier campus de UABC.

Edad: 18 a 25 años

Que utilicen RS (ya sea FB, IG o ambas).

7.4.2 Criterios de exclusión

Tener un trastorno alimenticio diagnosticado.

7.5 Variables

7.5.1 Variables sociodemográficas

Edad

La edad se registró en años cumplidos.

Escolaridad

La escolaridad se registró con base en el semestre que estudiaban al momento de la aplicación del instrumento.

Licenciatura que cursan

Las participantes indicaron la licenciatura que están cursando.

Estado civil

Se preguntó el estado civil de las siguientes categorías: soltera, casada o unión libre, divorciada o separada, viuda.

Trastornos mentales

Se pregunto acerca de si han recibido tratamiento psicológico o psiquiátrico y para que condición.

Trastornos alimentarios

Se pregunto acerca de si han sido diagnosticadas con algún trastorno alimentario y para que condición.

Tener Facebook (FB)

Se registró a través de la respuesta “Sí” o “No”.

Tener Instagram (IG)

Se registró a través de la respuesta “Sí” o “No”.

7.5.2 Variables antropométricas

Peso

El peso fue autoreportado por las participantes en kilogramos (kg).

Talla

La talla fue autoreportada por las participantes en metros al cuadrado.

Índice de Masa Corporal (IMC)

Se calculó mediante la fórmula $IMC = \text{peso} / \text{talla}^2$ (kg/m²). La clasificación de bajo peso, normopeso, sobrepeso y obesidad se realizó de acuerdo con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) de la siguiente manera: <18.5, bajo peso; 18.5 a 24.9, normopeso; 25 a 29.9, sobrepeso; ≥ 30, obesidad.

7.5.3 Insatisfacción Corporal (INC): Hablamos de INC cuando las percepciones, los pensamientos y sentimientos del propio cuerpo son negativos (Grogan, 2016). Se evaluó mediante el método de los “Pictogramas corporales” propuestos por Stunkard & Stellar (1990), modificado por Collins (1991) y adaptado al español por Marrodán et al., (2008). Sobre estas figuras las participantes eligieron con la que identifican su silueta y también señalaron con las que les gustaría identificarse. Comparando los

valores de IMC percibido y deseado, con los del real obtenido por antropometría, se obtuvo un patrón de conformidad o disconformidad de la participante con su figura.

7.5.4 Uso de Redes Sociales (RS): Se consideran RS a FB e IG. Para evaluar el uso de FB, se utilizó el cuestionario validado *Facebook Questionnaire* (Meier & Gray, 2014) que consta de 32 ítems que miden el uso total de Internet, FB y la exposición de apariencia de FB. Para evaluar el uso de IG se aplicó el instrumento *Importance of Instagram Use Scale* (Badillo, 2019) el cual consta de 16 ítems que miden la cantidad de tiempo dedicado a usar IG, las actividades que realizan los usuarios y la importancia que le dan a las funciones de la red social.

7.5.5 Comparación de Apariencia Física (CAF): La CAF para FB se evaluó a través de la subescala *Facebook appearance comparisons in general* (Fardouly & Vartanian, 2015) que consta de 3 ítems que miden la comparación de apariencia mediante la red social FB. Estos ítems fueron adaptados de la escala *Physical Appearance Comparison Scale* (Thompson, Heinberg, & Tantleff, 1991). En el caso de IG, se evaluó mediante de la subescala *Appearance-related Comparisons on Instagram* (Hendrickse & Arpan, 2016) la cual es una versión adaptada de la subescala *Facebook appearance comparisons in general*.

7.6 Instrumentos de medición (Anexo 2)

7.6.1 Pictogramas corporales (método adaptado por Marrodán et al. 2008)

La INC fue evaluada a través del método de los “Pictogramas corporales” propuesto por Stunkard & Stellar (1990), modificado por Collins (1991) y adaptado al español por

Marrodán et al. (2008). Collins (1991) realizó una adaptación de este método, evaluando la validez de criterio al correlacionar los resultados del instrumento con otros indicadores de la imagen tales como el peso real y el IMC de los individuos, así como la consistencia interna, obteniendo una fiabilidad promedio de hasta 0.91 alfa de Cronbach.

Este instrumento se ha asociado con la teoría de la comparación social de Festinger (1954) la cual sugiere que los individuos comparan su propia apariencia física con la de sus pares, celebridades u otras personas presentadas en los medios, así como también se ha relacionado con la teoría de la auto-discrepancia de Higgins (1987) que establece que los individuos comparan su yo “real” con los estándares internalizados o el “yo ideal /debería”. Las inconsistencias entre el yo “real”, “ideal” y “debería” están vinculadas con molestias emocionales (por ejemplo, miedo, amenaza inquietud). El método de los Pictogramas corporales permite medir la imagen corporal de manera sencilla y fiable. Consta de 9 figuras de siluetas corporales femeninas y 9 figuras de siluetas corporales masculinas, para efecto de esta investigación únicamente se utilizaron las figuras femeninas. Cada silueta corresponde a un IMC concreto, mismos que las participantes desconocieron en todo momento, por lo que sólo observarán los dibujos y sobre estas figuras deberán elegir una con la que identifican su silueta. A esta medida se le denominó IMC percibido. También señalaron la silueta con la que les gustaría identificarse. A esta medida se le llamó IMC deseado. Comparando los valores del IMC percibido y deseado, con los del real obtenido por antropometría, se obtuvo un patrón de conformidad o disconformidad de las participantes con su figura. Si la discrepancia es igual a 0, la persona está satisfecha con su imagen corporal; si la

discrepancia tiene valor positivo, la persona tiene un deseo de ser más robusta; si la discrepancia tiene un valor negativo, la persona tiene un deseo de ser más delgada. Se evaluó la reproducibilidad de estabilidad en el tiempo en 32 estudiantes universitarias, antes de aplicarlo a la muestra de estudio.

7.6.2 Cuestionario de Facebook

El *Facebook Questionnaire (FBQ)* fue creado por Meier & Gray (2014), para estimar el uso total de Internet y FB y la exposición de apariencia de FB. Se evaluó la validez de criterio al correlacionar los resultados del instrumento con otros indicadores de distorsión de la imagen corporal, por ejemplo, “internalización del ideal delgado” y “auto-objetivación”, así como la consistencia interna, obteniéndose un alfa de Cronbach de 0.874 para el FBQ total y 0.817 alfa de Cronbach para la subescala de fotografía (PS). El FBQ consta de 32 ítems. El uso total de Internet y FB se estimó preguntando a las participantes si tienen acceso a Internet y cuenta de FB, con opción de respuesta “Sí” o “No”. Las participantes indicaron su uso típico de Internet en seis categorías, que van desde A= “nunca/casi nunca” a F= “3+horas/día”. También señalaron su uso típico de FB en seis categorías, que van desde A= “nunca/casi nunca” a F= “2+horas/día”. En el caso de la evaluación de la exposición a la apariencia de FB, se evaluó la frecuencia de la actividad del usuario en funciones específicas. El FBQ compiló una lista de 24 ítems de actividades individuales en base a una lista de características populares publicadas en el centro de atención de FB. Las participantes indicaron la frecuencia de cada función de FB en una escala de 5 puntos, que va de 1= “casi nunca o nunca” a 5= “casi todas las veces que inicio sesión”. Según pruebas

piloto, hay nueve elementos que pueden tener por naturaleza frecuencia base más baja (por ejemplo, “crear un grupo”) en comparación con actividades más casuales y de alta frecuencia base (por ejemplo, “usar el chat”). Por estos nueve ítems, las opciones de respuesta se ajustarán al rango de 1= “casi nunca/nunca” a 5= “más de una vez al mes”. Las respuestas de los elementos individuales se sumaron para calcular la puntuación total del FBQ. Existen ocho elementos de actividad que involucran fotos y forman la subescala de fotos (PS). Las puntuaciones de frecuencia para estos elementos se sumaron y se dividieron entre puntuación general del FBQ para crear la puntuación de exposición de apariencia “AES” (por sus siglas en inglés), la cual representa la actividad basada en fotos de los usuarios en relación con su actividad general. El FBQ no se ha aplicado en población mexicana por lo que se tradujo al español y se evaluó la reproducibilidad de estabilidad en el tiempo en 32 estudiantes universitarias, antes de aplicarlo a la muestra de estudio.

7.6.3 Escala de importancia de uso de Instagram

Para evaluar el uso de la red social IG, se utilizó el cuestionario *Importance of Instagram Use Scale*, adaptado por Badillo (2019). Consta de 16 ítems que miden la cantidad de tiempo dedicado a usar IG, las actividades que realizan los usuarios y la importancia que dan a las funciones de la red social. Se evaluó la consistencia interna del instrumento obteniéndose un alfa de Cronbach de 0.80. Esta escala es una versión adaptada del cuestionario *Facebook Survey Questions* creado por Mabe et al., (2014). La escala *Importance of Instagram Use Scale* no se ha aplicado en población mexicana por lo que se tradujo al español y se evaluó la reproducibilidad de

estabilidad en el tiempo en 32 estudiantes universitarias, antes de aplicarlo a la muestra de estudio.

7.6.4 Comparaciones de apariencia en general en Facebook

La CAF en FB se evaluó a través de la subescala *Facebook appearance comparisons in general* adaptada por Fardouly & Vartanian (2015) la cual consta de 3 ítems. La consistencia interna obtenida en dicha adaptación fue de 0.75 alfa de Cronbach.

Estos ítems fueron adaptados de la escala *Physical Appearance Comparison Scale* (Thompson et al., 1991). Estas tres declaraciones fueron elegidas porque se refieren a la situación específica o al lugar donde las comparaciones tienen lugar (por ejemplo, en fiestas o eventos sociales) y, por lo tanto, podían ser modificadas para abordar las comparaciones a través de FB. Se les pidió a las participantes que indicaran su nivel de acuerdo o desacuerdo en una escala de 5 puntos (1 = definitivamente en desacuerdo, 5 = definitivamente de acuerdo) con cada una de las siguientes declaraciones: “Cuando uso FB comparo mi apariencia física con la apariencia física de los demás”, “Cuando uso FB, comparo mi vestimenta con la vestimenta de otras personas” y “Cuando uso FB, a veces comparo mi figura con las de otras personas”. Las respuestas se promediaron para formar una medida combinada de la tendencia de comparación de apariencia de FB en general. La subescala *Facebook appearance comparisons in general* no se ha aplicado en población mexicana por lo que se tradujo al español y se evaluó la reproducibilidad de estabilidad en el tiempo en 32 estudiantes universitarias, antes de aplicarlo a la muestra de estudio.

7.6.5 Comparaciones relacionadas con la apariencia en Instagram

Se evaluó la comparación de apariencia en Instagram mediante la subescala *Appearance-related Comparisons on Instagram* adaptada por Hendrickse & Arpan (2016). Se evaluó la consistencia interna de esta subescala a través del alfa de Cronbach el cual fue de 0.95. Esta subescala fue adaptada de la subescala *Facebook appearance comparisons in general* (Fardouly & Vartanian, 2015). Se les pidió a las participantes que indicaran su nivel de acuerdo o desacuerdo en una escala de 5 puntos (1 = definitivamente en desacuerdo, 5 = definitivamente de acuerdo) con cada una de las siguientes declaraciones: “Cuando uso IG, comparo mi apariencia física con la apariencia física de los demás”, “Cuando uso IG, comparo mi vestimenta con la vestimenta de otras personas” y “Cuando uso IG, a veces comparo mi figura con las de otras personas”. Las respuestas se promediaron para formar una medida combinada de la tendencia de comparación de apariencia de IG en general. La subescala *Appearance-related Comparisons on Instagram* no se ha aplicado en población mexicana por lo que se tradujo al español y se evaluó la reproducibilidad de estabilidad en el tiempo en 32 estudiantes universitarias, antes de aplicarlo a la muestra de estudio.

7.7 Reproducibilidad

Se evaluó la reproducibilidad del instrumento en 32 participantes con características similares a la población de estudio. Se realizó *test-retest* de una semana, obteniendo una buena fiabilidad en las siguientes categorías: para los pictogramas corporales se obtuvo un coeficiente de correlación intraclase de 0.71– 0.86, para el *Facebook*

Questionnaire se obtuvo un coeficiente de correlación intraclase de 0.61, para la subescala *Facebook appearance comparisons in general* se obtuvo un coeficiente Gamma de 0.64– 0.74 y para la subescala *Appearance-related Comparisons on Instagram* se obtuvo un coeficiente Gamma de 0.77– 0.81.

7.8 Procedimiento

1. Se envió el protocolo de la investigación al Comité de Bioética y se obtuvo su aprobación.
2. Se reclutó a 32 participantes en total para llevar a cabo la reproducibilidad en el tiempo. Tales estudiantes fueron 1 de la carrera de Licenciatura en Educación, 3 estudiantes de la Licenciatura en Arquitectura, 2 estudiantes de la Licenciatura en Gastronomía, 7 estudiantes de la Licenciatura en Nutrición y 19 estudiantes de la Licenciatura en Medicina.
3. Se brindó el consentimiento informado a las participantes.
4. Se aplicó el instrumento a las participantes para llevar a cabo la reproducibilidad en el tiempo.
5. Después de una semana, se volvió a aplicar el cuestionario a las mismas participantes.
6. Se diseñó la base de datos correspondiente a la reproducibilidad en el tiempo y se alimentaron los datos arrojados a esta base.
7. Se realizó el análisis estadístico correspondiente para determinar la fiabilidad del instrumento.

8. Se contactó a las autoridades correspondientes para solicitar su permiso para la aplicación del instrumento a través del medio oficial electrónico de la Universidad Autónoma de Baja California.
9. Se hizo difusión del instrumento a través del medio oficial electrónico de la Universidad Autónoma de Baja California.
10. Se brindó el consentimiento informado a las participantes y se aplicó el cuestionario al resto de las participantes.
11. Se diseñó la base de datos en SPSS 25 y se alimentaron los datos a esta base.
12. Se analizó la información de la base de datos.

7.9 Consideraciones bioéticas

El estudio se sometió al Comité de Bioética de la Facultad de Medicina y Psicología de la Universidad Autónoma de Baja California para su aprobación. Se brindó un consentimiento informado a cada una de las participantes para su firma de aceptación bajo el Código de Ética de la Asociación Médica Mundial, Declaración de Helsinki (Review, Communication, & Principles, 2014). (Anexo 1).

7.10 Análisis de datos

7.10.1 Nivel descriptivo de la población

Para las variables continuas (Uso de RS) se calcularon media y desviación estándar.

Para las variables categóricas (INC) se calcularon las frecuencias.

7.10.2 Nivel asociación de variables

Se calcularon las medias de los puntajes de las subescalas de CAF en relación con INC y Uso de RS, con la prueba χ^2 cuadrada.

Para ver la asociación entre el uso de RS y riesgo de INC se llevó a cabo regresión logística binomial, χ^2 cuadrada y OR.

8. RESULTADOS

8.1 Datos sociodemográficos y antropométricos

La muestra de este estudio se conformó por 399 mujeres estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Baja California. En la Tabla 1 se presenta la estadística descriptiva, medias y desviaciones estándar de los datos sociodemográficos y antropométricos de la población de estudio, con una edad promedio de 20.8 (± 1.73 DE), la mayor parte de la población era soltera (97.2%), el IMC promedio fue de 24.1 (± 4.54 DE), la mayoría de las participantes estaban en normopeso (61.4%), seguido del sobrepeso (20.8%), obesidad (11.3%) y desnutrición (6.5%).

En relación con el grado de satisfacción corporal, el 14% se encontraban satisfechas mientras que el 86% presentaba INC, de la cual el 69% es por exceso de peso y el 17% por delgadez. Respecto al uso de RS, el 100% de las participantes utiliza FB y el 95.7% IG. Con relación a la facultad en la que estudian, la mayoría pertenecían a Medicina y Psicología (62.7%), seguido de Derecho (9.8%), Contaduría y Administración (8.3%) y el resto de las facultades en porcentajes menores (Tabla 1).

Tabla 1. Datos sociodemográficos y antropométricos de estudiantes universitarias de UABC.

Variable	N = 399
Edad (años)	20.8±1.73
Género	
Mujer	399 (100%)
Estado civil	
Soltera	388 (97.2%)
Casada o unión libre	11 (2.8%)
Facultad	
Medicina y Psicología	250 (62.7%)
Derecho	39 (9.8%)
Contaduría y Administración	33 (8.3%)
Ciencias Veterinarias	14 (3.5%)
Ciencias Químicas e Ingeniería	12 (3.0%)
Odontología	12 (3.0%)
Enología y Gastronomía	7 (1.8%)
Artes	5 (1.3%)
Artes (Mexicali)	4 (1.0%)
Ciencias de la Salud	4 (1.0%)
Humanidades y Ciencias Sociales	3 (0.8%)
Ciencias (Ensenada)	3 (0.8%)
Idiomas	2 (0.5%)
Ingeniería, Arquitectura y Diseño (Ensenada)	2 (0.5%)
Ciencias de la Ingeniería y Tecnología (Valle de las Palmas)	2 (0.5%)
Enfermería (Mexicali)	2 (0.5%)
Ciencias Humanas (Ensenada)	2 (0.5%)
Economía y Relaciones Internacionales	1 (0.3%)
Turismo y Mercadotecnia	1 (0.3%)
Deportes	1 (0.3%)
Redes sociales	
Tener cuenta Facebook	399 (100%)
Tener cuenta Instagram	382 (95.7%)
IMC	24.1±4.54
Categoría IMC	
Desnutrición	26 (6.5%)
Normopeso	245 (61.4%)
Sobrepeso	83 (20.8%)
Obesidad	45 (11.3%)
Grado de satisfacción corporal	
Satisfacción corporal	56 (14%)
INC	343 (86%)
INC por delgadez	68 (17%)
INC por exceso de peso	275 (69%)

Las variables están expresadas como medias ± desviación estándar, frecuencias y porcentajes.

N: Número de muestra. IMC: Índice de Masa Corporal, INC: Insatisfacción corporal.

8.2 Uso de Facebook

Todas las participantes tenían una cuenta de FB y el 82% tenía de cinco a diez años con una cuenta de FB activa, el 32% usaba esta red social más de 2 horas por día. El 99.2% de las participantes accedían diariamente a internet, el 68.7% utilizaba internet más de 3 horas por día.

En cuanto a la actividad en FB que involucra fotografía, se encontró que el 69% de las usuarias tenía una foto de perfil visible de cintura para arriba mientras que el 16% de todo el cuerpo visible, el 30% publicaba fotos, el 61% miraba sus fotos propias etiquetadas, el 62% miraba fotos de amigos y el 68% comentaba fotos de amigos.

En la Tabla 2 se presentan las diferencias en uso de internet y FB según presentaban o no INC. Se puede observar que en el grupo de las participantes que si presentan INC (comparado con el grupo de participantes que no presentan INC) se encuentran diferencias estadísticamente significativas en las siguientes variables: “Frecuencia promedio de uso de internet” ($P=0.04$), “FB figura apariencia” ($P=0.001$), “FB figura apariencia 1” ($P=0.0001$), “FB figura apariencia 2” ($P=0.002$) y “Score CAF FB” ($P=0.002$), indicando una tendencia en el grupo de INC a utilizar más internet, así como a comparar más la apariencia, figura, fotos propias con fotos de amigas y desetiquetar y eliminar fotos.

8.3 Uso de Instagram

Con respecto al uso de esta red social se observa que el 76% tiene más de 3 años con una cuenta, el 64% dura un aproximado de 30 minutos cada vez que inicia sesión,

el 32% pasa 2 horas en IG en total por día, el 18%; 3 horas y el 17%; una hora. La actividad que las usuarias encuentran más interesante es mirar fotos (73%), el 38% compara algunas veces sus fotos propias con las fotos de sus amigas y el 44% desetiqueta sus fotos por considerarlas poco halagadoras. Se observaron diferencias en los puntajes de uso de RS en participantes con INC y sin INC (Tabla 2). El análisis reveló que en el grupo de las participantes que sí presentan INC (comparado con el grupo de participantes que no presentan INC) se encuentran diferencias significativas en las siguientes variables: “Score CAF IG” e “IG figura apariencia”, indicando una tendencia en el grupo de INC a comparar más la apariencia y figura en IG.

Tabla 2. Puntajes de uso de RS en relación a la INC.

Red social	Puntaje	INC		P
		No	Sí	
	Frecuencia promedio uso internet	4.3±1.08	4.6±0.73	0.04*
Facebook	Frecuencia uso FB	3.6±1.33	3.7±1.20	0.34
	Score fotografía FB	19.1±6.24	17.7±5.21	0.07
	Score FB total	37.2±10.34	35.8±9.37	0.34
	FB figura apariencia	4.0±1.84	5.2±2.07	0.001*
	FB figura apariencia 1	6.0±2.28	7.5±2.68	0.0001*
	FB figura apariencia 2	8.2±2.78	9.7±3.09	0.002*
	Score CAF FB	6.3±2.65	7.8±3.08	0.001*
Instagram	Score IG total	12.9±4.62	12.2±3.94	0.28
	Score CAF IG	7.8±3.30	9.4±3.50	0.003*
	IG figura apariencia	5.0±2.27	6.2±2.33	0.0001*

Las variables están expresadas como medias ± desviación estándar.

*Student t-test.

*P=<0.05 fue considerada significativa.

RS: Redes Sociales, INC: Insatisfacción Corporal, FB: Facebook, CAF: Comparación de Apariencia Física, IG: Instagram.

8.4 Comparación de apariencia en Facebook e Instagram en relación a la Insatisfacción Corporal

Se compararon los puntajes de cada ítem y el puntaje total de la subescala de comparación de apariencia de ambas RS en participantes sin INC, con INC moderada y con INC grave (Tabla 3). Se puede observar que en todos los ítems y puntajes totales las medias aumentan a medida que aumenta el grado de INC de las participantes.

Tabla 3. Comparación de apariencia en Facebook e Instagram en relación a la INC

Facebook				
Grado de INC	Comparación apariencia	Comparación vestimenta	Comparación figura	Total CAF
No INC	1.9±0.91	2.3±1.02	2.1±1.00	6.3±2.65
INC moderada	2.3±0.97	2.4±1.06	2.4±1.06	7.1±2.84
INC grave	2.7±1.13	2.9±1.22	2.9±1.17	8.6±3.17
Instagram				
No INC	2.6±1.14	2.8±1.17	2.5±1.16	7.8±3.30
INC moderada	2.9±1.12	3.0±1.14	2.9±1.16	8.8±3.35
INC grave	3.3±1.21	3.4±1.27	3.4±1.22	10.1±3.56

Las variables están expresadas como medias ± desviación estándar.

INC: Insatisfacción Corporal, CAF: Comparación de Apariencia Física.

En la Tabla 4 se presenta la asociación entre variables de comparación de apariencia de ambas RS e INC, obteniendo resultados significativos en las siguientes variables: Comparación de apariencia en FB e INC (P=0.022), Comparación de figura en FB e INC (P=0.007), Comparación de apariencia en IG e INC (P=0.048) y Comparación de figura en IG e INC (P=0.003), lo cual indica que existe asociación entre la comparación de apariencia y figura tanto en FB como en IG y la INC de las participantes.

Tabla 4. Prueba de Chi-cuadrado de Pearson para variables de comparación de apariencia en relación a la INC.

Variable	Valor chi-cuadrado	P
Comparación de apariencia en FB	11.45	0.022*
Comparación de figura en FB	14.07	0.007*
Comparación de apariencia en IG	9.59	0.048*
Comparación de figura en IG	15.67	0.003*

*P=<0.05 fue considerada significativa

INC: Insatisfacción Corporal, FB: Facebook, IG: Instagram

Las mujeres con un puntaje mayor de comparación en FB tenían un mayor riesgo de presentar INC (OR=1.19; IC 95% 1.07-1.32; p=0.003), y específicamente de comparación de figura (OR=1.68; IC 95% 1.26-2.23; p=0.0001) y comparación de apariencia (OR=1.66; IC 95% 1.20-2.27; p=0.001).

También las mujeres con un puntaje mayor de comparación en IG tenían un mayor riesgo de presentar INC (OR=1.14; IC 95% 1.04-1.24; p=0.003), y específicamente de comparación de figura (OR=1.63; IC 95% 1.26-2.1; p=0.0001), comparación de apariencia (OR=1.47; IC 95% 1.14-1.9; p=0.003) y además de comparación de vestimenta (OR=1.31; IC 95% 1.03-1.66; p=0.03).

8.5 Insatisfacción Corporal e Índice de Masa Corporal

Se calcularon las medias y desviación estándar de IMC según las distintas categorías de INC de las participantes (Tabla 5). Las mujeres con INC grave tenían un IMC mayor.

Tabla 5. Medias y desviación estándar de IMC en las distintas categorías de INC.

Insatisfacción corporal	N = 399
No INC	21.71±2.11
INC moderada	23.09±3.52
INC grave	26.39±5.36
INC por delgadez	19.40±1.70
INC por exceso de peso	25.81±4.34

Las variables están expresadas como medias ± desviación estándar.

N: Número de muestra. INC: Insatisfacción Corporal, IMC: Índice de masa corporal.

9. DISCUSIÓN

Este es el primer estudio realizado en México con estudiantes universitarias que evaluó la relación entre el uso de FB, IG e INC.

En el presente estudio se evaluó la INC, la cual tuvo una alta prevalencia en las estudiantes universitarias, observándose que el 86% de las participantes presentaba INC, de la cual el 69% era por exceso de peso y el 17% por delgadez, aun cuando la mayoría (61.4%) se encontraba en el rango de normopeso. Estos resultados son similares con otros estudios donde se observa INC en población mexicana (Hidalgo-Rasmussen et al., 2011; Castillas-Estrella et al., 2006; Mendoza González & Olalde Libreros, 2019; Lora-Cortez & Saucedo-Molina, 2006; Salgado Espinosa, 2018).

En el presente estudio se observó que el IMC de las participantes se correlacionó positivamente con la INC. Las mujeres con INC grave tenían un IMC mayor, así como a medida que incrementaba el IMC aumentaba la INC. Estos resultados son parecidos a los de una investigación realizada en Tijuana, B.C. por Casillas-Estrella et al. (2006) donde el 84% de los participantes presento algún grado de INC por exceso de peso y a mayor peso, mayor era la INC, además de que las mujeres presentaban mayores niveles de INC en comparación con los hombres. En otro estudio realizado en la Ciudad de México con mujeres adultas donde se evaluaron conductas alimentarias, IMC, INC y percepción de la imagen, se encontró que el 78.8% de las participantes presentaban INC y que a mayor IMC, mayor INC y mayores conductas alimentarias de riesgo (Lora-Cortez & Saucedo-Molina, 2006). En un estudio realizado por Salgado

Espinosa (2018) con universitarios de tres estados de la región noreste de México, se observó que el 87% de las mujeres tenían INC y que a una mayor proporción de mujeres comparado con hombres, les preocupaba subir de peso, deseaban cambiar alguna parte de su cuerpo y también se reportaron más insatisfechas con su imagen corporal por el deseo de bajar de peso.

Nuestro estudio evaluó el uso de FB en universitarias, y en comparación con otros autores, nuestra población utilizaba mayormente FB, 100% de la muestra comparado con 88.3% de las participantes en el estudio de Meier & Gray (2014). También se puede observar diferencia en las horas que se pasan en la red, en nuestro estudio el 32.1% de la población utilizaba FB más de dos horas por día, comparado con el 8.7% en la investigación de Meier & Gray (2014), lo cual podría indicar una tendencia a un mayor consumo de RS. Dentro de este cuestionario, se mide también el uso total de internet, el cual se correlacionó positivamente con la INC de las participantes, mientras que en la investigación de Meier & Gray (2014) no hubo esta asociación.

Analizamos la relación entre el uso de FB y la INC, sin embargo, no se encontró asociación entre las variables, estos resultados son parecidos a otras investigaciones donde se ha observado que no existe correlación entre el uso general de FB con INC, los autores mencionan que existen otros factores involucrados tales como el uso desadaptativo de la red, participar en comparaciones de apariencia y actividades basadas en imagen que pueden influir en preocupaciones de la imagen y trastornos alimentarios (Haferkamp & Krämer, 2011; Hummel & Smith, 2015; Meier & Gray, 2014).

Este estudio encontró que el grado de INC de las participantes incrementaba a medida que aumentaba la comparación de apariencia, figura y vestimenta en FB, así como el presentar un puntaje mayor de comparación de apariencia en FB señalaba un mayor riesgo de presentar INC, estos resultados son similares a otras investigaciones donde se ha reportado que las mujeres jóvenes que pasan más tiempo en FB tienen más preocupaciones de la imagen corporal porque comparan su apariencia con la de los demás a través de estos medios (Fardouly & Vartanian, 2015; Fardouly et al., 2015; Smith et al., 2013), también presentan mayor INC después de observar fotografías de usuarios atractivos en FB (Haferkamp & Krämer, 2011) y además comparan su peso con el peso de los demás (Lee et al., 2013).

Se observó que el 95.7% de las participantes utilizaba IG, comparado con el estudio de Alhabash & Ma (2017), donde se reporta que IG es una red social de las más utilizadas por los jóvenes universitarios.

En este estudio no se observó una correlación significativa de la utilización de IG con la INC, pero si se observó una asociación entre la comparación de apariencia física en IG con la INC, la cual incrementaba a medida que aumentaba la comparación de apariencia, figura y vestimenta en IG, así como el que las participantes presentaran un puntaje mayor de comparación de apariencia en IG señalaba un mayor riesgo de presentar INC. Estos resultados son consistentes con distintas investigaciones en las que se ha encontrado correlación de la CAF por medio de IG y preocupaciones de la imagen e INC (Badillo, 2019; Hendrickse & Arpan, 2016; Tiggemann et al., 2018). En el estudio publicado por Badillo (2019) con estudiantes universitarias en Estados Unidos, donde se analizó el uso de IG, preocupaciones de la imagen corporal, afecto

positivo y negativo, trastornos alimentarios y comparación de apariencia, se observó que el uso general de IG no estaba directamente relacionado con la INC, pero el participar en comportamientos de riesgo como la comparación de apariencia a través de IG si estaba asociado a la INC. En otra investigación realizada en Estados Unidos por Hendrickse & Arpan (2016) con estudiantes universitarias, se examinó el uso de IG, INC, preocupaciones corporales y CAF, se observó que el uso general de IG no tenía una relación directa con las preocupaciones corporales, sin embargo, el análisis de mediación mostro que IG afectaba negativamente la imagen corporal de las usuarias que comparaban su apariencia física por medio de esta red social. En otro estudio publicado por Tiggemann et al., (2018) hecho en Australia con universitarias, se analizó el uso de IG, la insatisfacción facial y corporal, el número de *likes* y la CAF y se observó que una mayor importancia en los *likes* de IG se asociaba con CAF e insatisfacción facial en las participantes.

En cuanto al uso promedio de internet, en este estudio si se encontró correlación positiva entre este y la INC, esto podría sugerir que el tiempo total dedicado a navegar en la red influye en la INC de las universitarias, además del IMC y de la comparación de apariencia física a través de las RS, comparado con la investigación de Meier & Gray (2014) en la que no se encontró asociación entre el uso promedio de internet e INC.

Una de las limitaciones de este estudio es que es un diseño transversal por lo que no se puede establecer causalidad entre las variables analizadas. Otra limitante es que la muestra únicamente incluyó a mujeres universitarias en Tijuana, B.C., México, por lo que los resultados no pueden generalizarse a hombres, no estudiantes, personas de

otros rangos de edad y otras nacionalidades. Por otro lado, este estudio se llevo a cabo durante la contingencia sanitaria de COVID-19, por lo que pudo influir el confinamiento en el tiempo que las participantes utilizaban las RS.

Como fortalezas del presente estudio, se exploraron variables que no habían sido estudiadas anteriormente en población mexicana como la relación del uso de RS, INC y la CAF en las RS. Otra fortaleza que encontramos es que los instrumentos utilizados obtuvieron un buen nivel de validez.

10. CONCLUSIONES

Según los resultados encontrados y expuestos a lo largo de este trabajo se puede concluir que la mayor parte de nuestra población de estudio presenta INC, en su mayoría por el deseo de ser más delgada. Estos resultados pueden compararse con la investigación previa que demuestra que las mujeres jóvenes generalmente muestran preocupaciones de la imagen corporal. Como se ha observado en distintos estudios, el estado de peso es un factor que puede influir en la autopercepción de la imagen corporal donde el IMC tiende a correlacionarse positivamente con el grado de INC, tal como se encontró en este estudio, sin embargo, cabe destacar que una gran parte de nuestra muestra que presenta INC se encuentra dentro del rango de normopeso, lo cual puede indicar que existe una distorsión de las jóvenes respecto a su imagen. Esto puede respaldarse con los distintos modelos teóricos que intentan explicar la INC vista a través de la internalización de ideales estéticos presentados en los medios de comunicación y la CAF como factores que propician preocupaciones de la imagen. Es importante destacar que la introducción de las RS en la sociedad actual representa un medio más que puede impactar en la autoimagen de las personas, específicamente de aquellos grupos en situación de riesgo.

El uso de RS ha crecido exponencialmente a nivel mundial. En México, se observa un patrón elevado de consumo de RS, siendo FB e IG de las principales RS utilizadas en nuestro país. Los resultados encontrados en la investigación previa señalan que el uso general de RS no necesariamente está relacionado con la INC, es decir, que el tiempo promedio de uso no es lo que explica esta asociación si no que existen otros factores

que intervienen. De igual forma, en este estudio encontramos que el uso de RS no se correlacionó con la INC, tal como se previó en nuestra hipótesis. No obstante, la CAF tanto en FB como en IG sí tuvo asociación con la INC de las universitarias. Estos resultados son similares a los encontrados anteriormente en otras investigaciones. Esto parece indicar que la CAF en las RS desempeña un papel importante en la INC y que las RS representan una oportunidad más para comparar la propia apariencia física con la de los demás, dando lugar a INC y quizá otras preocupaciones de la imagen. En este estudio, el presentar mayores niveles de CAF tanto en FB como en IG señaló un mayor riesgo de presentar INC en las participantes. Por lo anterior expuesto, se puede concluir que el participar en ciertos comportamientos como la CAF en las RS está asociado a presentar INC. Cabe destacar, que de las actividades más realizadas en ambas RS fueron aquellas relacionadas con la fotografía, tales como el mirar y comentar fotos, así como comparar fotos propias con fotos de otros y eliminar fotos cuando se consideraba que lucía mal la propia apariencia, esto podría indicar que existen ciertas características de las RS como la fotografía que contribuyen a la CAF. Futuras investigaciones podrían considerar evaluar características propias de las RS que podrían influir en la CAF de los usuarios, así como analizar otros probables factores que pueden explicar la relación entre el uso de RS e INC. Por último, se puede concluir que los hallazgos encontrados en este estudio pueden ser de utilidad para la comprensión del panorama de la INC asociada al uso de RS en las universitarias y dar pauta a que se continúe la investigación al respecto.

11. RECOMENDACIONES

Debido a los resultados obtenidos en este estudio se recomienda que la investigación a futuro evalúe e identifique conductas de riesgo a través de la utilización de las RS que al igual que la CAF pudieran representar un factor asociado a la INC y otras preocupaciones de la imagen corporal en la comunidad universitaria. También se requieren más intervenciones por parte de los expertos en salud para fomentar la prevención de estas problemáticas mediante el uso de RS e internet. Por último, se recomienda realizar investigaciones experimentales y longitudinales para evaluar el uso de RS y su relación con la imagen corporal.

REFERENCIAS

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Asociación de Internet MX. (2020). *16 Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2020*. Retrieved from [https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/16 Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2020 versión pública.pdf](https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/16%20Estudio%20sobre%20los%20H%C3%A1bitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20M%C3%A9xico%20versi%C3%B3n%20p%C3%BAblica.pdf)
- Ayensa, J. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *REVISTA DE HUMANIDADES "CUADERNOS DEL MARQUÉS DE SAN ADRIÁN*.
- Badillo, K. (2019). *EXPERIMENTAL EFFECTS OF SOCIAL MEDIA ON BODY DISSATISFACTION AND EATING PATHOLOGY: UPWARD VERSUS DOWNWARD COMPARISONS BY DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY* Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Psychology in th. (July).
- Bigman, G., Wilkinson, A. V., Homedes, N., & Pérez, A. (2020). The Associations between Breastfeeding Duration and Body Dissatisfaction, Ethnicity, and Obesity among Mexican Women, a Cross-Sectional Study, ENSANUT 2012. *Breastfeeding Medicine*, 15(3), 147–154. <https://doi.org/10.1089/bfm.2019.0180>
- Casillas-Estrella, M., Montaña-Castrejón, N., Reyes-Velázquez, V., Bacardí-Gascón, M., & Jiménez-Cruz, A. (2006). A mayor IMC mayor grado de insatisfacción de la imagen corporal. *REVISTA BIOMÉDICA*. <https://doi.org/10.32776/revbiomed.v17i4.463>
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Collins, M. E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *International Journal of Eating Disorders*. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199103\)10:2<199::AID-EAT2260100209>3.0.CO;2-D](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199103)10:2<199::AID-EAT2260100209>3.0.CO;2-D)
- Contreras Jordán, O., Gil Madrona, P., García López, L., Fernández Bustos, J., & Pastor Vicedo, J. (2012). Incidencia de un programa de Educación Física en la percepción de la propia imagen corporal. *Revista de Educación*.
- De Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *Journal of Youth and Adolescence*. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>

- De Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P., & de Graaf, H. (2014). The Effect of Social Network Site Use on Appearance Investment and Desire for Cosmetic Surgery Among Adolescent Boys and Girls. *Sex Roles*. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0412-6>
- 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>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fox, K., Page, A., Armstrong, N., & Kirby, B. (1994). Dietary restraint and self-perceptions in early adolescence. *Personality and Individual Differences*. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(94\)90265-8](https://doi.org/10.1016/0191-8869(94)90265-8)
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Gonçalves, V. O., & Martínez, J. P. (2014). IMAGEN CORPORAL Y PERCEPCIÓN DE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DIFERENCIAS DE GÉNERO EN UNA MUESTRA DE ADOLESCENTES. *Revista Inter Ação*. <https://doi.org/10.5216/ia.v39i3.27535>
- Grogan, S. (2016). Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children, third edition. In *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children, Third Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315681528>
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>
- Hendrickse, J., & Arpan, L. M. (2016). Appearance-related comparisons mediate the relationship between Instagram use and body image concerns. *ProQuest Dissertations and Theses*, 36. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1873209467?accountid=10025%0Ahttp://www.yidu.edu.cn/educhina/educhina.do?artifact=&svalue=Appearance-related+comparisons+mediate+the+relationship+between+Instagram+use+and+body+image+concerns&stype=2&s=on%0Ahttp://pqdt>.
- Hidalgo-Rasmussen, C. A., Hidalgo-San Martín, A., Rasmussen-Cruz, B., & Montaña-Espinoza, R. (2011). Calidad de vida, según percepción y comportamientos de

control del peso por género, en estudiantes universitarios adolescentes en México. *Cadernos de Saude Publica*. <https://doi.org/10.1590/s0102-311x2011000100007>

Higgins, E. T. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>

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>

Howard, L. M., Heron, K. E., MacIntyre, R. I., Myers, T. A., & Everhart, R. S. (2017). Is use of social networking sites associated with young women's body dissatisfaction and disordered eating? A look at Black–White racial differences. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.08.008>

Hummel, A. C., & Smith, A. R. (2015). Ask and you shall receive: Desire and receipt of feedback via Facebook predicts disordered eating concerns. *International Journal of Eating Disorders*. <https://doi.org/10.1002/eat.22336>

ISAP. (2019). *Isaps International Survey on Aesthetic / Cosmetic*. Retrieved from <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf>

Jimenez-Flores, P., Jimenez-Cruz, A., & Bacardi-Gascon, M. (2017). Insatisfacción con la imagen corporal en niños y adolescentes: Revisión sistemática. *Nutricion Hospitalaria*. <https://doi.org/10.20960/nh.455>

Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.009>

Ladera Otones, I. (2016). La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima. *Universidad Pontificia Comillas*, 1–29. Retrieved from <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/13133/1/TFM000397.pdf>

Lee, H. E. K., Taniguchi, E., Modica, A., & Park, H. (2013). Effects of witnessing fat talk on body satisfaction and psychological well-being: A cross-cultural comparison of Korea and the United States. *Social Behavior and Personality*. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.8.1279>

Lora-Cortez, C. I., & Saucedo-Molina, T. D. J. (2006). Conductas alimentarias de riesgo e imagen corporal de acuerdo al índice de masa corporal en una muestra de mujeres adultas de la ciudad de México. *Salud Mental*.

Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>

- Manago, A. M., Monique Ward, L., Lemm, K. M., Reed, L., & Seabrook, R. (2015). Facebook involvement, objectified body consciousness, body shame, and sexual assertiveness in college women and men. *Sex Roles*. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0441-1>
- Manuel, J., Díaz, M., & Arévalo, R. V. (2013). Interiorización del ideal de delgadez, imagen corporal y sintomatología de trastorno alimentario en mujeres adultas. *Psicología y Salud*, 17(2), 251–260.
- Marrodán, M., Bejarano, I., Carmenate, M., González, M., Lomaglio, D., Mesa, M., ... Verón, J. (2008). *Realidad, percepción y atractivo de la imagen corporal: condicionantes biológicos y socioculturales*. (30), 15–28.
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>
- Mendoza González, M. F., & Olalde Libreros, G. J. (2019). Autopercepción de la imagen corporal y conductas alimentarias de riesgo en estudiantes universitarios de medicina en Xalapa, Veracruz, México (2014). *Revista Ciencias de La Salud*, 17(1), 34. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.7612>
- Ogden, J. (2011). *The Psychology of Eating*. (2nd Editio). John Wiley & Sons.
- Ramos, P., Rivera, F., Pérez, R. S., Lara, L., & Moreno, C. (2016). Diferencias de género en la imagen corporal y su importancia en el control de peso. *Escritos de Psicología / Psychological Writings*. <https://doi.org/10.5231/psy.writ.2015.1409>
- Review, C., Communication, S., & Principles, G. (2014). World Medical Association Declaration of Helsinki: ethical principles for medical research involving human subjects. *The Journal of the American College of Dentists*, 81(3), 14–18. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199241323.003.0025>
- Salgado Espinosa, M. L. (2018). Imagen corporal en universitarios del noreste de México: estudio comparativo por sexo. *Revista de Psicología de La Salud*. <https://doi.org/10.21134/pssa.v6i1.1317>
- Sepúlveda, A. R., Gandarillas, A., & Carrobes, J. A. (2004). Prevalencia de trastornos del comportamiento alimentario en la población universitaria. *Psiquiatría.Com. Revista Electrónica de Psiquiatría*.
- Smith, A. R., Hames, J. L., & Joiner, T. E. (2013). Status Update: Maladaptive Facebook usage predicts increases in body dissatisfaction and bulimic symptoms. *Journal of Affective Disorders*. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2013.01.032>
- Stunkard, A. & Stellar, E. (1990). *Eating and its disorders* (En T. Cash y T. Prusinsky. Body Image, ed.). New York: Guilford Press.

- Thompson, J. K. Heinberg, L. Altabe, M. Tantleff-Dunn. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC.US: American Psychological Association.
- Thompson, J. K. (1990). *Body image disturbances: assessment and treatment*. New York: Pergamon Press.
- Thompson, J Kevin, Heinberg, L., & Tantleff, S. (1991). The Physical Appearance Comparison Scale (PACS). *The Behavior Therapist*.
- Tiggemann, M. (2005). Body dissatisfaction and adolescent self-esteem: Prospective findings. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.03.006>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The internet, facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The Internet and Body Image Concerns in Preteenage Girls. *Journal of Early Adolescence*. <https://doi.org/10.1177/0272431613501083>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image*. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding Sexual Objectification: A Comprehensive Approach Toward Media Exposure and Girls’ Internalization of Beauty Ideals, Self-Objectification, and Body Surveillance. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01667.x>

ANEXOS

Anexo 1. Consentimiento informado

Investigación de uso de redes sociales y grado de satisfacción corporal en universitarias.

Estudio transversal que se realizará en la ciudad de Tijuana, B.C.

Datos del investigador

Nombre: Psic. Kathian A. Montoya Salazar

Teléfono: (664) 179 14 52

- Por este medio solicitamos su participación en una investigación que tiene como objetivo conocer acerca de la asociación del uso de redes sociales y el grado de satisfacción corporal en mujeres universitarias.
- Si usted acepta participar deberá responder 1 cuestionario que consta de 70 preguntas en total y le tomará resolverlas 20 minutos aproximadamente. Si tiene alguna duda, esta será resuelta por la persona que le aplica el cuestionario.
- Los datos recolectados serán transcritos a una base de datos para realizar el análisis pertinente. La participación en este estudio es completamente anónima, nunca aparecerá su nombre y solamente tendrá acceso a los datos la Psic. Kathian A. Montoya Salazar quien es la investigadora principal de este proyecto y quien almacenará todos los archivos con clave.
- Posterior a cinco años, toda la información recolectada será eliminada de todo el sistema de cómputo en donde se almacenó y también en las hojas utilizadas, las cuales serán trituradas.
- Los resultados del estudio serán publicados en la tesis del investigador para fines académicos.
- Su participación es totalmente voluntaria y usted puede rechazar participar en cualquier momento incluso habiendo firmado este documento, sin que exista alguna repercusión.

He leído lo anterior atentamente y acepto mi participación en el estudio.

NOMBRE Y FIRMA DEL PARTICIPANTE

NOMBRE Y FIRMA DE TESTIGO 1

NOMBRE Y FIRMA DE TESTIGO 2

Anexo 2. Instrumentos

Cuestionario sociodemográfico

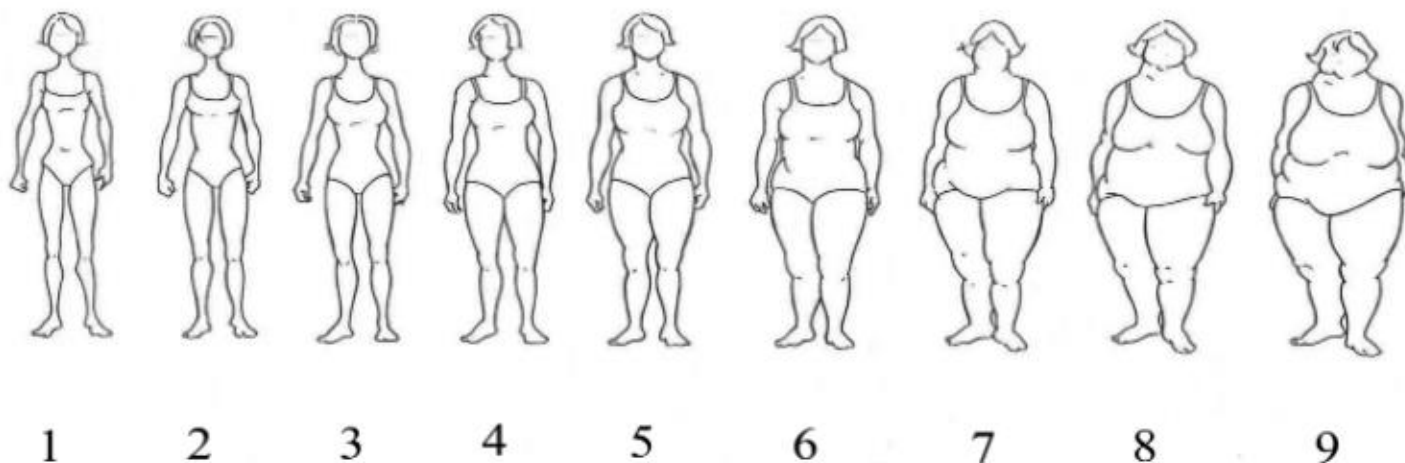
Instrucciones: Por favor responde las siguientes preguntas.

1. ¿Cuántos años tienes?
2. Semestre que cursas actualmente:
3. Licenciatura que cursas actualmente:
4. ¿Cuál es tu correo electrónico UABC?
5. ¿De qué campus eres?
6. ¿Cuál es tu estado civil? Elige una de las siguientes opciones:
 - a) Soltera
 - b) Casada o unión libre
 - c) Divorciada o separada
 - d) Viuda
7. ¿Cuál es tu peso en kilogramos?
8. ¿Cuál es tu estatura en metros?
9. ¿Has recibido tratamiento psicológico o psiquiátrico? Elige una de las siguientes opciones:
 - a) Si
 - b) No
10. Si respondiste "Sí" a la pregunta anterior, ¿para qué condición recibiste tratamiento psicológico o psiquiátrico? Describe brevemente. Si respondiste "No" omite esta pregunta y pasa a la siguiente.
11. ¿Has sido diagnosticada con algún trastorno alimenticio? Elige una de las siguientes opciones:
 - a) Si
 - b) No
12. Si respondiste "Sí" a la pregunta anterior, ¿cuál trastorno alimenticio te diagnosticaron? Describe brevemente. Si respondiste "No" omite esta pregunta y pasa a la siguiente.
13. ¿Tienes cuenta de Facebook?
 - a) Si
 - b) No
14. ¿Tienes cuenta de Instagram?
 - a) Si
 - b) No

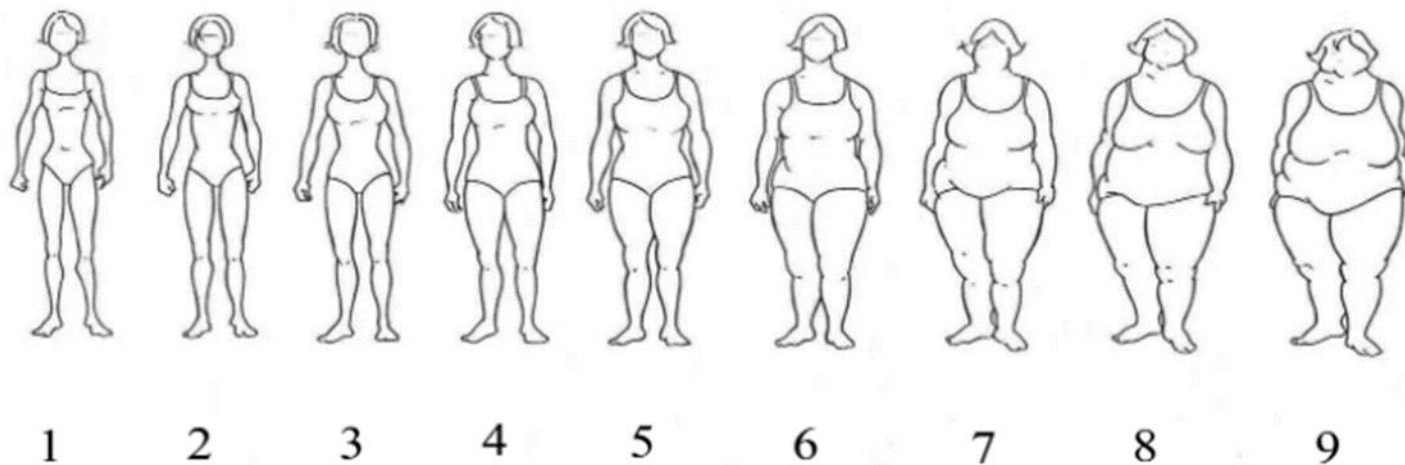
Pictogramas corporales

Instrucciones: Por favor seleccione la respuesta apropiada a cada pregunta.

1. ¿Con cuál de las siluetas te identificas? Elige el número que corresponda (por favor elige solo un número)



2. ¿Con cuál de las siluetas te gustaría identificarte? Elige el número que corresponda (por favor elige solo un número)



Facebook Questionnaire

Instrucciones: Instrucciones: Las siguientes preguntas son acerca de su uso en la red social Facebook. Por favor indique la respuesta apropiada a cada pregunta. Si no tiene una cuenta de Facebook omite esta sección y pase a la siguiente sección.

1. ¿Tiene acceso diario a Internet (en casa, en la escuela, en el lugar de trabajo, etc.)?

Si / No

Si respondió sí a la pregunta 1, continúe con las siguientes preguntas. Si respondió que no, omite el resto del cuestionario y pase al siguiente cuestionario.

2. En promedio, ¿con qué frecuencia usa Internet? (fuera de las actividades de clase dirigidas por un instructor, en cualquier dispositivo: computadora de escritorio, computadora portátil, tableta, teléfono móvil, etc.)

- a. Nunca / casi nunca
- b. Menos de una hora por semana
- c. $\frac{1}{2}$ – 1 hora por día
- d. 1 a 2 horas por día
- e. 2–3 horas por día
- f. Mas de 3 horas por día

3. ¿Aproximadamente desde hace cuánto tiempo ha tenido una cuenta de Facebook activa? Describa brevemente:

4. En una semana típica, ¿con qué frecuencia usa Facebook (en cualquier dispositivo)? Si bien el tiempo diario dedicado puede variar, por favor estimar el uso diario como promedio durante la semana.

- a. Nunca / casi nunca
- b. Menos de una hora por semana
- c. Menos de $\frac{1}{2}$ hora por día
- d. Entre $\frac{1}{2}$ hora y 1 hora por día
- e. 1-2 horas por día
- f. Mas de 2 horas por día

5. Su configuración de privacidad está configurada actualmente en:

- a. Público
- b. Privado
- c. Personalizado
- d. No lo sé

6. Número aproximado de amigos actuales de Facebook: _____

7. Número aproximado de fotos tuyas en Facebook: _____

8. Su foto de perfil actual de Facebook se describe mejor como:

- a. Una foto mía, visible de cintura para arriba
- b. Una foto mía, todo el cuerpo visible
- c. Una foto mía y de mi (s) amigo (s), visible de cintura para arriba
- d. Una foto mía y de mi (s) amigos (s), todo el cuerpo visible
- e. Una foto de una persona que no sea yo
- f. Una foto / imagen sin personas
- g. Otro / No lo sé

Marque una X en el cuadro que mejor se ajuste a la frecuencia con que hace lo siguiente en su cuenta de Facebook:

	Mas de una vez al mes	En promedio una vez al mes	Cada pocos meses (de 3 a 6 veces por año)	Pocas veces al año (menos de 3 veces por año)	Casi nunca o nunca	No lo sé
9. Crear un evento						
10. Crear un grupo						
11. Escribir una Nota de Facebook						
12. Crear/compartir un Facebook Quiz						
13. Crear un álbum con fotos de ti mismo y de tus amigos/familia						
14. Crear un álbum de fotos con obras de arte / fotografía (fotos de sujetos que no sean usted, amigos o familiares)						
15. Unirse a "grupos"						
16. Actualizar tu foto de perfil						
17. Actualizar tus intereses de perfil (libros, películas, TV, actividades)						

Marque una X en el cuadro que mejor se ajuste a la frecuencia con la que realiza las siguientes actividades cuando visita Facebook:

	Casi cada vez que accedo	Frecuentemente	De vez en cuando	Raramente	Casi nunca	No lo se
18. Usar el chat de Facebook						
19. Jugar juegos (Candy crush, etc.)						
20. Enviar / recibir mensajes privados						
21. Publicar una foto						
22. Publicar una actualización de estado						
23. Publicar un enlace a una noticia, video, sitio web, etc.						
24. Ver las fotos que tus amigos han subido y te han etiquetado						
25. Ver fotos de tus amigos						
26. Ver actualizaciones de estado de amigos						
27. Ver los enlaces de amigos a noticias, videos, sitios web, etc.						
28. Comentar en las fotos de amigos						
29. Comentar sobre las actualizaciones de estado de tus amigos						
30. Comentar los enlaces de amigos a noticias, videos, sitios web, etc.						
31. Etiquetarte en las fotos de tus amigos						
32. Desetiquetarte en las fotos de tus amigos						

Importance of Instagram Use Scale

Instrucciones: Las siguientes preguntas son acerca de su uso en la red social Instagram. Por favor indique la respuesta apropiada a cada pregunta. Si no tiene una cuenta de Instagram omita esta sección y pase a la siguiente sección

1. ¿Aproximadamente desde hace cuánto tiempo ha tenido una cuenta de Instagram activa? Describa brevemente:

2. ¿Cuál es la cantidad promedio de tiempo que pasas en Instagram para cada vez que inicias sesión? Específica en horas y/o minutos

3. ¿Cuánto tiempo en total pasas en Instagram cada día? (específica un promedio de horas y/o minutos).

4. ¿Cuántos días a la semana usas Instagram?

5. ¿Tienes un teléfono inteligente (smart phone)?

- Sí
- No

6. Si respondiste "Sí" a la pregunta anterior, ¿utilizas la aplicación de Instagram en tu teléfono? (si respondiste "No", omite esta pregunta y pasa a la siguiente).

- Sí
- No

7. En Instagram, ¿qué es lo que más haces? (Coloca un número al lado de cada actividad donde el número 1 es lo que más haces y el número 13 es lo que menos haces)

- 1) Mirar fotos _____
- 2) Comentar en fotos de amigos _____
- 3) Dar *like* a fotos de amigos _____
- 4) Comentar en las fotos de celebridades _____
- 5) Dar *like* a fotos de celebridades _____
- 6) Enviar mensajes _____
- 7) Publicar fotos propias _____
- 8) Publicar imágenes de un tercero (por ejemplo, su mascota o acompañantes) _____
- 9) Encontrar amigos _____
- 10) Mirar páginas de negocios/empresas _____
- 11) Seguir personas _____
- 12) Usar *check-ins* (compartir en qué lugar te encuentras) _____
- 13) Ver o publicar en grupos _____

8. En Instagram, ¿qué te parece más interesante si tuvieras que elegir solo uno? (Por favor, elija sólo uno).

- 1) Mirar fotos
- 2) Comentar en fotos de amigos
- 3) Dar *like* a fotos de amigos
- 4) Comentar en fotos de celebridades
- 5) Dar *like* a fotos de celebridades
- 6) Enviar mensajes
- 7) Publicar fotos propias
- 8) Publicar imágenes de un tercero (por ejemplo, su mascota o acompañantes)
- 9) Encontrar amigos
- 10) Mira las páginas de negocios/empresas
- 11) Seguir personas
- 12) Usar *check-ins* (compartir en qué lugar te encuentras)
- 13) Ver o publicar en grupos

9. ¿Con qué frecuencia comparas tus fotos con fotos de tus amigas en Instagram?

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Siempre

10. ¿Qué tan importante es para ti tener más likes o comentarios en sus fotos que sus otras amigas?

- Para nada importante
- Algo importante
- Moderadamente importante
- Muy importante
- Extremadamente importante

11. ¿Qué tan importante es para ti que a la gente le gusten tus fotos en Instagram?

- Para nada importante
- Algo importante
- Moderadamente importante
- Muy importante
- Extremadamente importante

12. ¿Qué tan importante es para ti que la gente comente tus fotos en Instagram?

- Para nada importante
- Algo importante
- Moderadamente importante
- Muy importante
- Extremadamente importante

13. ¿Con qué frecuencia cambias tu foto de perfil?

- Nunca
- Una vez cada 3 meses
- Una vez al mes
- Dos veces al mes
- Una vez a la semana
- Más de una vez por semana
- Diario

14. ¿Con qué frecuencia tomas fotos en público con el propósito principal de publicarlas en Instagram?

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Generalmente
- Siempre

15. ¿Con qué frecuencia desetiquetas o eliminas tus fotos?

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Generalmente
- Siempre

16. ¿Por qué desetiquetas tus fotos?

- Son poco halagadoras (no luzco bien)
- Son inapropiadas para familiares/compañeros
- No son representativas de quién soy/cómo soy realmente
- Ya no mantengo una relación con la persona de la foto
- Ya no soy amigo de la persona en la foto
- Otros (especificar)

Facebook appearance comparisons in general

Instrucciones: Instrucciones: Por favor lea los siguientes enunciados y seleccione la respuesta que mejor se adapte a la frecuencia aproximada con que hace lo siguiente en Facebook. En caso de no tener cuenta de Facebook, pase a la siguiente sección.

1. Cuando uso Facebook, comparo mi apariencia física con la apariencia física de otros.
 - a) Nunca
 - b) Muy pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

2. Cuando uso Facebook, comparo mi vestimenta con la vestimenta de otros.
 - a) Nunca
 - b) Muy pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

3. Cuando uso Facebook, a veces comparo mi figura con la figura de otros.
 - a) Nunca
 - b) Muy pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

Appearance-related Comparisons on Instagram

Instrucciones: Instrucciones: Por favor lea los siguientes enunciados y seleccione la respuesta que mejor se adapte a la frecuencia aproximada con que hace lo siguiente en Instagram. En caso de no tener cuenta de Instagram, omita esta sección y termine el cuestionario.

1. Cuando uso Instagram, comparo mi apariencia física con la apariencia física de otros.

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

1. Cuando uso Instagram, comparo mi vestimenta con la vestimenta de otros.

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

2. Cuando uso Instagram, a veces comparo mi figura con la figura de otros.

- a) Nunca
- b) Muy pocas veces
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre