

Artigue Gómez, Jordi  
Barriocanal Gil, Eduardo  
Borraz Estruch, Gemma  
Cabaleiro Fabeiro, Fernando  
Checa Peña, Josep  
Daher, Celeste  
Ferrer Tirado, Laia  
Franquesa Freixas, Amelia  
Garmendia Aldasoro, Begoña  
Gassó Tarrida, Josep María  
Gutiérrez Iradi, Jose Luis  
Laita de Roda, Paula  
López Morales, Sisa  
López-Palop de Piquer, Beatriz  
Maganto Mateo, Carmen  
Manzano Alías, Aroa  
Martínez Govern, Montserrat  
Oriol Sánchez, Anna  
Peris Hernández, Montserrat  
Pombo Ruiz, Janeth  
Taborda, Alejandra  
Tió Rodríguez, Jorge  
Tizón, Jorge Luis  
Vazquez Lejárcegui, Begoña

**N.º 55**  
**1º semestre**

2013

# Cuadernos de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del Adolescente

SEPΨPNA

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PSIQUIATRÍA Y  
PSICOTERAPIA DEL NIÑO Y DEL ADOLESCENTE

Miembro de la International Association Child and Adolescent Psychiatry and Allied Professions  
de la European Federation for Psychoanalytic Psychotherapy in the Public Sector y  
de la Federación Española de Asociaciones de Psicoterapeutas (F.E.A.P.)

ISSN: 1575-5967

---

# LA CORPORALIDAD DE LOS ADOLESCENTES EN LA REDES SOCIALES\*

## THE BODY IMAGE IN ADOLESCENTS IN SOCIAL NETWORK

Carmen Maganto Mateo\*\* y Montserrat Peris Hernández\*\*\*

---

### RESUMEN

Las Redes Sociales (RS) influyen en la corporalidad de los adolescentes y en otras variables psicológicas a través de las publicaciones virtuales. Uno de los fenómenos más extendidos es el sexting que se ha incrementado en adolescentes y es objeto de seria preocupación. Objetivos: a) Conocer el uso de RS; b) Analizar la frecuencia de publicaciones virtuales estéticas frente a eróticas en adolescentes en función del género. Instrumentos: CIV-RS. Cuestionario de Imagen Virtual de las Redes Sociales (Maganto y Peris, 2011). Participantes: 100 adolescentes de ambos sexos (13-15 años). Resultados: El uso de las RS está extendido, sin apenas diferencias de sexo. La imagen virtual es preferentemente estética, pero en un porcentaje preocupante publican imágenes con contenido sensual, erótico y provocador. Además, los adolescentes publican fotografías sin consentimiento y temen arrepentirse de algunas fotografías publicadas. Conclusiones: Es un reto conocer el uso y los riesgos de las RS, a fin de desarrollar programas preventivos.

**PALABRAS CLAVE:** Sexting, imagen virtual, redes sociales, adolescentes.

### ABSTRACT

Body image and other psychological variables have been influenced by social networks. One of the most widespread phenomena is the sexting that has increased in adolescents and is of serious concern. Objectives: a) know the use of RS; b) Analyze the frequency of aesthetic versus erotic virtual publications in adolescents according to sex. Assessment instruments: Virtual image of the social network questionnaire (Maganto y Peris, 2011). Participants: 100 adolescents' boys and girls from 13 to 15 years. Results: The use of the social network is widespread, not just statistical differences of sex. The virtual image is mostly aesthetic, but they published a high percentage of erotic, sensual and provocative photography. In addition, adolescents publish photographs without consent, and probably in the future they repent of the photographs that have been published. Conclusions: Is a challenge to know the use and risks of social networks in order to develop preventive programmes.

**KEY WORDS:** Sexting, virtual image, social network, adolescents.

---

\* Comunicación libre presentada en el XXIV Congreso Nacional de SEPYPNA que bajo el título "Adolescencia Hoy: Intervenciones Terapéuticas" tuvo lugar en San Sebastián los días 20 y 21 de abril de 2012. Reconocido como actividad de interés científico-sanitario por el Departamento de Sanidad y Consumo del Gobierno Vasco.

\*\* Profesora Titular de Universidad. Facultad de Psicología. Universidad del País Vasco. Avenida de Tolosa, 70. P1-D17. CP: 20018. San Sebastián. 943018344 / 676848003. E-mail: carmen.maganto@ehu.es. 1. Agradecimientos: Estudio financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) (PSI2012-30956), por el Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco (IT638-13), y por la Unidad de Formación e Investigación de la Universidad del País Vasco UPV/EHU (UFIPSIXXI-11/04).

\*\*\* Becaría Predoctoral del Gobierno Vasco. Facultad de Psicología. Universidad del País Vasco.

Avenida de Tolosa, 70. 20018. San Sebastián. 943018344 / 635784911. E-mail: montserratph@gmail.com. 2. Agradecimientos: Estudio financiado por el Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco (Beca Predoctoral N° de Ref.: BFI-2012-40).

## INTRODUCCIÓN

Si prestamos atención a los nuevos fenómenos sociales que acontecen en este siglo, podemos advertir que el uso de las redes sociales se han incrementado notoriamente como instrumentos comunicadores entre los/las adolescentes y jóvenes de nuestro país (Benotsch, Snipes, Martin, y Bull, 2013; Burset y Sánchez, 2009; Weis y Samenow, 2010). Casi el 90% de los adolescentes Españoles utilizan internet varios días a la semana.

Entre las ventajas que ofrecen las Redes Sociales (RS) está la rápida e instantánea comunicación con personas situadas en lugares distintos del mundo. Esto posibilita una mayor cercanía y unión entre amigos, familiares, conocidos y otros usuarios (Ashdown y Homa, 2010). También ha favorecido el contacto más cercano que sienten los inmigrantes con sus familias de origen (Atay, 2010). Parte de las ventajas están en las áreas de desarrollo cognitivo, físico y social. Además ha sido comprobada su eficacia terapéutica en intervenciones y tratamientos controlados (Guan y Subrahmanyam, 2009).

De esta forma, los espacios virtuales han pasado a formar parte indispensable del abanico de medios de comunicación entre sujetos de edades cada vez más tempranas.

El fotolog es una herramienta virtual que los jóvenes adolescentes han adaptado a sus necesidades para expresar sus ideas, sentimientos o fantasías. De esta manera se comunican de forma visual, intentando ajustar la carga simbólica, el tono o el sentido de un texto escrito a partir de una imagen, creando una experiencia estética visual, convirtiéndose la imagen en la nueva estructura narrativa orientada a la no-linealidad, a lo sensorial y a lo recreativo (Burset y Sánchez, 2009).

De todas las posibles páginas de RS Facebook, es la más seleccionada entre los usuarios y provee de fotos que permite conocer a la persona y a sus enlaces o intereses. Existe además un muro en el que enviar mensajes bien vinculados con la foto u otros temas, siendo la autopresentación una de las cosas más importantes porque representa al individuo en la plataforma online. Las fotos pueden estar reconstruidas y modeladas para ocultar defectos (Walther, 2007). Tanto los adolescentes como los jóvenes eligen fotos para que los demás los perciban como físicamente muy atractivos (Siibak, 2009; Strano, 2008) o como sexys o eróticos.

Debido a esta preocupación por la apariencia e imagen física ellos utilizan estas páginas para conectarse con sus iguales sin la vigilancia de los adultos y para facilitar la construcción de una identidad y unas relaciones

experienciales en un nuevo contexto social (Lenahrt, Purcell, Smith y Zuckuhr, 2010).

Hay una apertura a un horizonte de conocimientos y experiencias beneficiosas a través de internet, pero al mismo tiempo existe una gran preocupación por los riesgos que estas nuevas oportunidades traen de la mano (Livingstone, 2008).

Desde la idea de la corporalidad, aspecto que cada vez está cobrando más importancia en los estudios de género, por las implicaciones psicosociales que tiene especialmente para las y los adolescentes y jóvenes; el culto al cuerpo (lo que en nuestra sociedad, ciertamente no se limita a la edad adolescente) es una presión cultural al que muchos de nuestros/as adolescentes están sometidas hasta el punto que pueden llegar a distorsionar la percepción de la propia imagen, dañar el autoconcepto que tiene de sí mismos/as, provocar inestabilidad emocional, en definitiva, aumentar la insatisfacción personal. Las opiniones subjetivas y variantes de los demás generan presiones, por lo que la percepción del propio cuerpo y el de los demás no siempre es ajustada ni objetiva (Comellas, 2005).

Los problemas de imagen corporal están en la base de la tendencia al uso exagerado, distorsionado o manipulado de la imagen virtual. La revisión de los problemas de imagen corporal en adolescentes y jóvenes (Maganto y Kortabarría, 2011), confirma que una excesiva preocupación por el aspecto físico y una sobrevaloración del cuerpo afecta a los adolescentes de ambos sexos. La distorsión por infra o sobre-estimación corporal y la insatisfacción con la propia imagen da lugar a diversos problemas emocionales y clínicos (Dunn, Lewis y Patrick, 2011; Maganto y Cruz, 2002; Markham, Thompson y Bowling, 2005).

Por ello, el uso de RS puede tener también efectos negativos. La dependencia y la supeditación a las RS distancian de los objetivos académicos, de las actividades de ocio y especialmente de los amigos presenciales, incrementando una realidad virtual más fugaz, más continuada y de contacto más rápido. Entre los riesgos más importantes está la adicción, el acceso a contenidos inapropiados, el acoso o pérdida de intimidad, el acceso a contenidos pornográficos o violentos, el deseo de destacar y mostrarse con una personalidad que no es, el incremento del narcisismo, el cyberbullying, etc. Sin embargo, uno de los riesgos que van incrementándose entre los adolescentes es la publicación de imágenes eróticas y sexualizadas.

El "sexting", fenómeno que hace referencia al nivel de erotización de la imagen virtual, se está extendiendo

considerablemente en estos medios entre personas de edades cada vez más tempranas, que muestran actitudes y recrean situaciones mediante poses, objetos, vestimentas... con mayor o menor nivel erótico (De Domini, 2009; Lenhart, 2009; Menjivar, 2010; Palomo, 2009).

Los adolescentes comparten más su perfil con sus iguales, y a veces son más imprudentes en lo que publican que los jóvenes o los no nativos virtuales y suben fotografías con riesgo de que puedan ser utilizadas inadecuadamente, añadiendo contenidos verbales (texting) que pueden llevar a entender que hay una incitación sexual (Patchin y Hinduja, 2010).

Muchas de las actitudes y comportamientos que se impulsan socialmente en la red están considerablemente ligadas a la erotización, cada vez más temprana, de los adolescentes y jóvenes (Guan y Subrahmanyam, 2009; Kholos y Childers, 2011). Por ello, este uso tan recurrido de las redes sociales como escaparate para mostrar de manera visual lo que la persona quiere hacer ver de sí misma, no está exento de polémica.

En Argentina, el 36% admitió que envía fotos suyas en poses provocativas (Palomo, 2009). En Estados Unidos, el estudio de Goodson (2009) informa que el 48% de los adolescentes habían recibido textos, mensajes o emails con contenido sexual, y que el 40% de adolescentes varones y el 37% de adolescentes mujeres habían enviado este tipo de mensajes. Además, el 22% de las chicas adolescentes habían enviado o colgado fotografías o videos de sí mismas desnudas o semidesnudas, y el 11% de niñas adolescentes también lo había hecho (Palomo, 2009). Según Benotsch et al. (2013) el sexting se asocia con mayor precocidad y predisposición a conductas de alto riesgo sexual. La Asociación de Psicología Americana (APA) acaba de publicar un extenso documento en el que denuncia una tendencia sexualizadora que capta a población cada vez más joven.

Según Samenow (2010) la ansiedad, depresión, anorexia y bulimia es el precio que pueden pagar las menores por «jugar» a potenciar su atractivo sexual, por lo que les está robando una etapa necesaria, como es la niñez. La mayoría de los usuarios son niñas virtuales escolares, que se exhiben con un alto contenido sexual y erótico, lo cual se ha convertido en una conducta preocupante (Kraus y Russell, 2008). Los riesgos más negativos on line son la adicción, el cyberbullying (Garaigordobil, 2011), el reclamo sexual y publicar imágenes donde se pierde la intimidad y el derecho de imagen (Guan y Subrahmanyam, 2009). A mayor precocidad en estas conductas mayor riesgo y peores consecuencias afectivas y psicológicas para los adolescentes (Maganto y Peris,

2011).

Muchos adolescentes consideran que enviar este tipo de fotos desnudas o semidesnudas, no es ni bueno ni malo, depende de la persona y de lo que esta quiera hacer con su cuerpo. Es también una manera de conocerse o de informarse sobre la sexualidad. En general, consideran que es una parte de autoerotismo de la adolescencia, y que no debería ser penalizado (Menjivar, 2010). Asimismo, Strassberg, Mckinnon, Sustraita y Rullo (2013) informaron que más de un tercio de adolescentes encuestados había enviado imágenes sexualmente explícitas a pesar de saber que podían tener serias consecuencias legales. Varios estudios (Albury y Crawford, 2012; Albury y Lumby, 2010; Gordon-Messer, Bauermeister, Grodzinski y Zimmerman, 2013) expresan el problema que está generando este fenómeno social llamado “sexting” y subrayan la desconexión existente entre la ley y los usos de la tecnología en los adolescentes. Los menores de 18 años de edad, en la actualidad, no están autorizados a dar su consentimiento para enviar o publicar cualquier imagen suya o de otros y aún más de contenido erótico. Asimismo, se advierte que casi el 20% de adolescentes había enviado alguna vez una imagen sexualmente explícita de sí mismos a través del teléfono celular. Strassberg et al. (2013) indican que cerca del 40% habían recibido alguna vez una imagen sexualmente explícita a través del móvil y aproximadamente el 25% la habían reenviado de nuevo.

En la actualidad es un reto para los profesionales conocer el uso de las plataformas virtuales en adolescentes y jóvenes, como My Space, Facebook, Twiter, Tuenti y otras RS, ya que para ellos son las vías de comunicación de mayor tráfico, popularidad y la que más favorecen contactos esporádicos de contenido sexual y erótico.

Tras la revisión teórica realizada, el presente trabajo se plantea como objetivos de investigación los siguientes: 1) Conocer el uso de las redes sociales en cada uno de estos aspectos: a) comunicación y establecimiento de amistad; b) unirse a grupos de interés; c) publicar imágenes, fotos o videos; y d) intereses sexuales; y 2) Analizar el uso y frecuencia con la que las publicaciones fotográficas representan una imagen virtual estética versus erótica (sexting) en adolescentes en función del género.

## METODOLOGÍA

### *Participantes*

Se trabaja con 100 adolescentes, seleccionados aleatoriamente de los centros educativos de la Comunidad Foral de Navarra, 56 varones (56%) y 44 mujeres (44%), en edades comprendidas entre 13 y 15 años.

**Instrumentos de evaluación:**

CIV-RS. Cuestionario de imagen Virtual de las Redes Sociales (Maganto y Peris, 2011). El CIV-RS es un instrumento para evaluar el uso de las redes sociales, especialmente las publicaciones eróticas y la sexualidad online. Está diseñado para identificar problemas de abuso y riesgo en menores de edad, especialmente púberes y adolescentes. Los ítems se estructuran en función de los constructos que evalúan, los cuales giran en torno a dos ejes: el sexting y el erotismo en las redes sociales. Los constructos que analiza son los siguientes: a) Sexting activo y pasivo, diferenciando la imagen virtual estética versus erótica; b) Análisis de las motivaciones para el envío de publicaciones eróticas: narcisismo versus chantaje-intimidación; c) El erotismo y la sexualidad online; y d) Emociones y sentimientos que promueve. A través de los ítems de cada constructo se llega a conocer el uso, incidencia y consecuencia para adolescentes y jóvenes de cada constructo evaluado. La comprensión e interpretación de cada constructo viene dada por el análisis del conjunto de los ítems que lo componen. Los análisis de fiabilidad del instrumento presentan un alfa de Cronbach de .81.

**Diseño:**

Se utilizó un diseño descriptivo de corte transversal con el fin de analizar la utilización de las redes sociales y de la imagen corporal virtual, y examinar la incidencia de las variables estudiadas: sexo, frecuencia de uso de cada red social, usos más comunes de las redes sociales, publicación de la imagen virtual estética versus erótica y publicación de imágenes sin consentimiento.

**Procedimiento**

La investigación ha sido sometida a la evaluación de la Comisión Universitaria de Ética de la Investigación y la Docencia (CUEID) de la Universidad del País Vasco, aprobándose por la misma al ajustarse a la normativa deontológica prescrita. Posteriormente, se contactó con los centros educativos para explicar la investigación y solicitar los permisos pertinentes al centro, padres y alumnos, asegurando la confidencialidad y el consentimiento informado. Se aplicó el cuestionario de CIV-RS a la muestra seleccionada en horas lectivas y en similares condiciones de lugar, tiempo y motivación. Los

datos se han tratado mediante el programa estadístico SPSS 20.0 para Windows, obteniéndose los resultados y conclusiones que se exponen a continuación.

**RESULTADOS**

Se presentan los resultados del estudio, siguiendo el orden de los dos objetivos establecidos:

**Tabla 1.** Frecuencia con la que se usan en la vida diaria las redes sociales: Frecuencias y porcentajes.

**Table 1.** Frequency with which the social network are used in everyday life: frequencies and percentages.

Frecuencias de uso	1-2 veces al mes		1-2 veces por semana		1-2 veces al día		3 o más veces al día	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Wahatsapp (n= 58)	5	8,6	13	22,4	13	22,4	27	46,6
Tuenti (n= 40)	6	6,4	14	14,9	31	33,0	43	45,7
Twitter	5	15,6	9	28,1	12	37,5	6	18,8
Skype	9	50,0	3	16,7	3	16,7	3	16,7
Facebook	20	50,0	7	17,5	9	22,5	4	10,0
Messenger	33	67,3	10	20,4	4	8,2	2	4,1

**1. Frecuencia y uso de las RS**

Se pregunta inicialmente cuáles de las redes sociales que están en el mercado son las que más utilizan y cuál es la frecuencia de uso que hacen de ellas en la vida diaria, obteniéndose los resultados que aparecen en la tabla 1.

Tal y como se ve en la Tabla 1, el uso de las redes es muy frecuente, especialmente WhatsApp y Tuenti ya que en ambas casi el 80% de los adolescentes lo utiliza varias veces al día, es decir, es un uso diario, constante y continuado. En orden de frecuencia le sigue Twitter con un uso entre semanal y diario, y en menor proporción Skype y Facebook. La plataforma social de menor uso diario es el Messenger, ya que un 67,3% se conecta con poca frecuencia.

En cuanto a las diferencias de sexo, la única red en la que se observan diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas es en el uso de tuenti a favor de las chicas ( $\chi^2 = 7.902$ ,  $p = .048$ ), con porcentajes de 87.8% frente a 71,6%.

Los resultados del estudio sobre el tiempo que cada día están los adolescentes conectados a las redes sociales, se presentan en la tabla 2.

Tal y como se observa en la tabla 2, menos de una hora se conecta un 63% de adolescentes, el resto pasa



**Tabla 2.** Tiempo aproximado de conexión por día: Frecuencias y porcentajes.**Table 2.** Connect time per day: Frequencies and percentages.

Tiempo de conexión diario a las RS.	F	%
Menos de 30 minutos	34	34,0
Entre 30-60 minutos	29	29,0
Entre 1-2 horas	23	23,0
Más de 2 horas	14	14,0

alrededor de 2 horas o más conectados a RS.

El estudio sobre el uso que hacen de las redes sociales, es decir, con qué finalidad utilizan las redes sociales

**Tabla 3.** Uso de las redes sociales en los adolescentes: Frecuencias y porcentajes.**Table 3.** Use of social network in adolescents: Frequencies and percentages.

Uso de las redes sociales <i>n</i> =100	Nunca		Algunas veces		A menudo		Muchas veces	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Relaciones de amistad</b>								
Buscar nuevos amigos	42	42,9	41	41,8	15	15,3	--	--
Consultar y comentar perfiles de amigos	17	17,3	44	44,9	31	31,6	6	6,1
Encontrar antiguos amigos	22	22,7	40	41,2	25	25,8	10	10,3
Hablar con mis amigos	5	5,2	13	13,4	23	23,7	56	57,7
Conocer gente nueva	52	53,1	31	31,6	15	15,3	--	--
<b>Grupos de interés</b>								
Unirme a grupos de interés	61	62,9	29	29,9	6	6,2	1	1,0
Seguir a grupos de interés	57	58,8	26	26,8	8	8,2	6	6,2
<b>Publicación de imágenes</b>								
Subir Fotografías o vídeos	22	22,4	45	45,9	23	23,5	8	8,2
Ver/comentar fotografías de mis amigos	11	11,3	38	39,2	39	40,2	9	9,3
Ver si han comentado mis fotografías	19	19,4	38	38,8	32	32,7	9	9,2
<b>Intereses sexuales</b>								
Buscar información sobre sexualidad	83	85,6	13	13,4	1	1,0	--	--
Buscar páginas eróticas	83	86,5	10	10,4	2	2,1	1	1,0
Mantener encuentros sexuales	82	84,5	9	9,3	2	2,1	4	4,1

durante su conexión, se ha investigado partiendo de sus grupos de amistad e interés, de las publicaciones virtuales que suben a las plataformas online y de los intereses sexuales adolescentes. Los resultados obtenidos

se presentan en la tabla 3.

Como se observa en la tabla 3, el uso de las redes sociales se da con mayor frecuencia para las relaciones de amistad. En concreto, el porcentaje más alto es para hablar con mis antiguos amigos 94,8%, le sigue consultar y comentar perfiles de amigos, con un 82,6% y encontrar antiguos amigos, representado por un 77,3%; también para buscar nuevos amigos lo utiliza el 57,1% frente al 42,9% que nunca lo usan para este fin; y para conocer gente nueva lo usa el 46,9% de adolescentes. Estos datos refieren que los adolescentes utilizan con mucha frecuencia las RS para sus relaciones de amistad.

Para unirse o conectarse con grupos de interés lo utilizan en menor grado. Así, el 37,1% se ha unido a algún grupo

de interés frente al 62,9% que no lo hace, y el 41,2% informa que por este medio sigue diversos grupos de interés.

En cuanto a las publicaciones de imágenes, el 77,6% suben fotografías o videos frente al 22,4% que nunca ha subido fotografías, y el 88,7% ven o comentan fotografías de sus amigos; también un alto porcentaje, 80,7% usan las RS para ver si los demás han comentado alguna fotografía de sus perfiles.

Respecto a los intereses sexuales observamos que el 15,5% utiliza la RS para mantener algún tipo de encuentros sexuales, un 14,4%

buscan información sexual a través de este medio y que el 13,5% consultan páginas eróticas. Es decir, alrededor de la sexta parte de adolescentes utilizan las RS para dar respuesta o buscar algún tipo de interés sexual.

No existen diferencias de sexo estadísticamente

significativas en las categorías correspondientes a las relaciones de amistad y a los grupos de interés. En cuanto a la publicación de imágenes, las diferencias estadísticamente significativas se aprecian en dos variables, la frecuencia con la que suben fotografías o videos, obteniéndose resultados a favor de las chicas ( $\chi^2 = 15.488$ ,  $p = .001$ ) con porcentajes de 90,7% y 67,3% en los chicos, y en la variable de ver o comentar fotografías de mis amigos, ( $\chi^2 = 9.796$ ,  $p = .020$ ) en la que las chicas lo hacen en un 97,4% mientras que los chicos solo en un 81,8%. En cuanto al uso de las RS para dar respuesta a intereses sexuales, las diferencias estadísticamente significativas están en buscar páginas eróticas a favor de los chicos, ( $\chi^2 = 8.038$ ,  $p = .045$ ) con porcentajes de 22,2% frente a 2,4% en chicas.

### 2. Publicación de imágenes virtuales

Para dar respuesta al segundo objetivo se analizaron los datos obtenidos en las variables de publicaciones

**Tabla 4:** Publicación de fotografías en las redes sociales: Frecuencias y porcentajes.

**Table 4.** Publication of virtual photographs in the social network: Frequencies and percentages.

Cantidad de fotografías en la RS	F	%
Menos de 50 fotografías	18	18,6
Entre 50 - 100 fotografías	11	11,4
Entre 101 - 500 fotografías	21	22,6
Entre 501 - 1000 fotografías	24	25,8
Entre 1000 - 2000 fotografías	15	15,5
Más de 2000 fotografías	6	6,2

virtuales del Cuestionario de Imagen Virtual de las Redes Sociales (Maganto y Peris, 2011). Se analiza en primer lugar el número de fotografías que han publicado en las redes que utilizan y los resultados se exponen en la tabla 4.

Los datos indican (Tabla 4) que la publicación de fotografías virtuales es alta, ya que un 25,8% tiene entre 500 y 1000, y más de 1000 fotografías tienen 21,7% de adolescentes, le sigue en frecuencia un 22,6% de chicos y chicas que tienen publicadas entre 100 y 500 fotografías.

Los análisis de contingencia por sexo indican que existen diferencias estadísticamente significativas a favor de las chicas ( $\chi^2 = 12,775$ ,  $p = .002$ ), ya que un 69,2% de chicos tienen menos de 500 fotografías publicadas

frente a un 32,6% de chicas. Sin embargo, más de 1000 fotografías tienen un 77,5% de chicas frente a un 30,8%

**Tabla 5.** Publicación de nuevas fotografías: Frecuencias y porcentajes.  
**Table 5.** Publication of new photographs: Frequencies and percentages.

Publicar nuevas fotografías en la RS	Nunca o casi nunca		3 o 4 veces al año		Una vez al mes		Varias veces por semana	
	F	%	F	%	F	%	F	%
	33	33,7	16	16,3	26	26,5	23	23,5

de chicos. Esto indica que son las chicas las que publican significativamente más cantidad de fotografías que los chicos.

Los resultados del análisis sobre con qué frecuencia se publican nuevas fotografías se muestran en la tabla 5.

En la tabla 5, los datos indican que la frecuencia con la que publican nuevas fotografías es alta, ya que un 23,5% sube nuevas fotografías varias veces por semana y un 26,5% lo hace al menos una vez al mes.

En cuanto a las diferencias de sexo, los resultados del análisis de contingencia indica que existen diferencias estadísticamente significativas en esta variable ( $\chi^2 = 11.064$ ,  $p = .001$ ) con un 34,9% de chicas frente al 61,8% de chicos que nunca cuelgan nuevas fotografías, y que una vez al mes o varias veces por semana cuelgan nuevas fotos el 65,1% de chicas frente al 38,2% de chicos. Esto muestra que las chicas publican nuevas fotografías con más frecuencia que los chicos.

Se llevaron a cabo análisis de frecuencia y análisis de T-test a fin de conocer las publicaciones estéticas y eróticas que publican los adolescentes e investigar así mismo si existían diferencias de sexo. Los resultados obtenidos se aprecian en la tabla 6.

En la tabla 6 se indican los porcentajes sobre la publicación de imágenes virtuales estéticas y eróticas en los adolescentes. Los datos muestran que se publican más fotografías estéticas que eróticas. En concreto, dentro de las fotografías estéticas, el mayor porcentaje lo agrupan las imágenes atractivas, 46,7% frente al 53,3% que nunca o pocas veces ha publicado fotografías en las que estuviese atractivo/a; le siguen las publicaciones de fotos interesantes con un 72,8%, y románticas 46,3%; finalmente, el 30,5% ha publicado alguna foto sensual frente al 69,5% que nunca ha publicado fotos de este tipo.

En cuanto a la publicación de imágenes virtuales eróticas (sexting), los resultados indican que el 53,7% ha publicado alguna fotografía sexy frente al 46,2% que

**Tabla 6.** Publicación de imágenes virtuales estéticas y eróticas: Frecuencias y porcentajes.  
**Table 6.** Publication of aesthetic and erotic virtual images: Frequencies and percentages.

Fotografías estéticas	Nunca		Pocas veces		Con alguna frecuencia		Bastantes veces		Muchas veces	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Atractiva	26	28,3	26	25,0	23	25,0	12	13,0	8	8,7
Interesante	25	27,2	13	14,1	29	31,5	10	10,9	15	16,3
Romántica	50	53,7	24	25,8	9	9,7	4	4,3	6	6,5
Sensual	64	69,6	11	12,0	9	9,8	2	2,2	6	6,5
Publicación de imágenes virtuales eróticas (sexting)										
Sexy	43	46,2	23	24,7	15	16,1	8	8,6	4	4,3
Provocadora	59	63,4	14	15,1	12	12,9	4	4,3	4	4,3
Seductora	57	61,3	16	17,2	12	12,9	4	4,3	4	4,3
Erótica	66	71,0	15	16,1	7	7,5	2	2,2	3	3,2
Casi pornográfica	84	91,3	5	5,4	1	1,1	--	--	2	2,2

nunca lo ha hecho; un 36,6% ha publicado imágenes provocadoras al menos alguna vez, y el 38,7% ha publicado imágenes seductoras; un 29% publica imágenes eróticas y el 8,7% de adolescentes ha publicado fotografías casi pornográficas. En síntesis, un porcentaje importante de adolescentes publica algún tipo de imagen con contenido erótico en las redes sociales.

Los análisis de contingencia en función del género indican que no hay diferencias entre chicos y chicas en el uso estético y erótico de las publicaciones virtuales, tanto unos como otras publican fotografías estéticas y eróticas en similar proporción.

**Tabla 7.** Manipulación de la imagen virtual: Frecuencias y porcentajes.  
**Table 7.** Virtual image manipulation: Frequencies and percentages.

¿Retocas o embelleces la fotografía antes de subirla?	F	%
No, las subo tal y como aparecen en la cámara	60	60,0
Sí, alguna vez, para mejorar detalles.	26	26,0
Sí, intento mejorarla bastante.	11	11,0
Sí, mucho, la mejoro hasta verme como deseo aparecer.	3	3,0

Interesaba también investigar hasta qué punto y de qué modo los adolescentes retocan las fotografías antes

de publicarlas en su red y hacerlas visibles a sus amigos. Los resultados de estos análisis se presentan en las tablas 7 y 8.

En la tabla 7, observamos la frecuencia de la manipulación de imagen virtual según se retoque o embellezca la fotografía antes de subirla a las RS. Un 60% no retoca las imágenes y sube las fotografías tal y como aparecen en la cámara, y el 30% realiza retoques. De este porcentaje, el 11% las intenta mejorar bastante y el 3% las manipula mucho y la mejora hasta verse como desea.

En la tabla 8, vemos el modo de manipulación de la imagen virtual mediante los tipos de cambios que se realizan al retocar la imagen. Así, un 14% ajusta el tamaño de la imagen hasta que se ve mejor a

sí misma/o; el 23% manipula los colores para lograr el ambiente que desea, y el 3% retocan la imagen todo lo

**Tabla 8.** Modo de manipulación de la imagen virtual: Frecuencias y porcentajes.  
**Table 8.** Way to manipulate the virtual image: Frequencies and percentages.

Tipos de cambios al retocar la imagen	F	%
Ninguno	60	60,0
Manipulo los colores para lograr el ambiente que deseo	23	23,0
Ajusto el tamaño de la imagen hasta que se me vea mejor	14	14,0
Retoques mi imagen (disimular pecas, ojeras, manchas...)	3	3,0
Cambio todo lo necesario hasta lograr totalmente la imagen	2	2,1

necesario hasta verse como desean aparecer.

En cuanto a las diferencias de sexo, éstas son estadísticamente significativas e indican que manipulan la imagen virtual ( $\chi^2 = 36,410$ ,  $p = .000$ ) un 72,1% de chicas frente al 12,7% de chicos. También en el tipo de retoques hay diferencias estadísticamente significativas entre ambos sexos ( $\chi^2 = 33,516$ ,  $p = .000$ ) ya que 19,3% de chicas frente al 80,7% de chicos no cambian nada,



mientras que el 64,3% ajusta el tamaño y el color para que quede mejor. Finalmente, el 9,6% de chicas ajustan la imagen y todo lo necesario hasta verse como desean aparecer frente al 1,8% de chicos que realizan estas modificaciones.

La impulsividad de los adolescentes y el no tomar conciencia de las consecuencias que puede tener el

lugar y momento, publicar fotografías, comentarlas y recibir comentarios de los amigos. Es decir, el nombre de RS cumple su objetivo, ya que el uso social de la red está no solo en el mantenimiento de los amigos, conversar y saber de su vida, sino socializar su imagen a través de publicaciones virtuales. Similares resultados se han encontrado en las investigaciones precedentes (Ashdown y Homa, 2010; Benotsch, et al., 2013; Lenahrt, et al., 2010; Livingstone, 2008;) en las que se hace referencia a este nuevo marco relacional en los adolescentes y jóvenes.

En relación al segundo objetivo, podemos concluir que el uso de las imágenes virtuales es muy elevado, especialmente en Tuenti, teniendo el 25,8% entre 500 y 1.000 fotografías y el 21,7% más de 1.000 fotografías colgadas. Además, durante la semana suben fotografías un porcentaje alto de adolescentes 23,5%. Las chicas publican más cantidad y nuevas fotografías y con mayor frecuencia que los chicos. Un alto porcentaje de adolescentes

manipulan su imagen antes de publicarla en las RS para mejorarla y conseguir la imagen que ellos/as desean verse y mostrar a los demás. Similares resultados se encontraron en el estudio Walther (2007), en el que se informa de la necesidad de manipular y reconstruir la imagen para ocultar defectos.

Los resultados muestran que una gran parte de adolescentes publican fotografías en las RS con contenido estético corporal más que erótico. Sin embargo, es importante destacar que cada vez más se publican fotos con contenido erótico (sexting). Estos resultados no distan de los encontrados en otros países (De Domini, 2009; Gordon-Messeret al., 2013; Lenhart, 2009; Menjivar, 2010; Palomo, 2009; Strassberget al., 2013), y el porcentaje a estas edades alerta a los profesionales en relación a este tema. De hecho, en este estudio de 13 a 15 años, la edad de 13 adquiere similar frecuencia e indica que existe mayor precocidad cada vez, tal y como otros estudios informan (Guan y Subrahmanyam, 2009; Kholos y Childers, 2011).

Además, alrededor de una sexta parte de adolescentes utilizan las RS para buscar algún tipo de interés sexual, y un 15% busca a través de la red contactos sexuales. Los datos indican que alguna vez se ha publicado imágenes propias sin su autorización, y un alto porcentaje refiere haber publicado alguna imagen con algún contenido que en el futuro se va a poder arrepentir. La pérdida al derecho de su imagen, no es consciente por parte de los adolescentes y, sin embargo, ellos y ellas saben que en un

**Tabla 9.** Publicación de imágenes sin consentimiento: Frecuencias y porcentajes.  
**Table 9.** Publication of image without consent: Frequencies and percentages.

Publicaciones sin consentimiento	Nunca		Algunas veces		Bastantes veces	
	F	%	F	%	F	%
¿Han publicado imágenes sin tu permiso?	52	52,2	44	44,4	3	3,0
¿Puedes en el futuro lamentar alguna publicación?	40	40,8	34	34,7	24	24,5

hecho de colgar determinadas fotografías en las redes sin el consentimiento ajeno, hace que corran riesgos de desprotección y que vulneren derechos de privacidad de los compañeros. Por ello, se analizaron estos sucesos a través de dos cuestiones que recoge la tabla 9.

Tal y como se muestra en la tabla 9, los resultados de la frecuencia con la que han publicado imágenes sin permiso de los compañeros es la siguiente: el 52,2% nunca ha publicado ninguna fotografía sin su autorización, y el 47,4% sí lo ha hecho. Además, el 59,2% refiere que en el futuro puede lamentar alguna publicación realizada frente al 40,8% que indica no haber publicado ninguna imagen de las que pueda arrepentirse en un futuro.

Respecto a estos hechos, no hay diferencias de sexo entre chicos y chicas con similar frecuencia, unos y otras publican imágenes sin consentimiento ajeno y saben que en el futuro pueden lamentar alguna de las publicaciones que han subido a la red.

## CONCLUSIONES

Tras los análisis realizados, las principales conclusiones del estudio son las siguientes. En relación al primer objetivo, el uso de las RS, observamos que las más utilizadas y preferidas como forma de comunicarse entre los adolescentes son el WhatsApp, el Tuenti y el Twitter. Además, los usos más frecuentes que los adolescentes hacen de las RS son: mantener las relaciones de amistad, permitiéndoles hacerlo más rápidamente, en cualquier

futuro les puede ocasionar problemas y éstos tienen que ver con las imágenes publicadas, tal y como se informa en otras investigaciones (Albury y Crawford, 2012; Guan y Subrahmanyam, 2009).

La relevancia social de este estudio es evidente. Si consideramos que el uso de las redes virtuales y lo que en ellas se expone es un indicador de lo que actualmente acontece en nuestra sociedad, podemos extraer del presente estudio información relevante sobre aspectos psicológicos relacionados con este nuevo fenómeno. Por ello, es preciso incrementar la investigación sobre la erotización de la imagen virtual en la red y sus consecuencias psicológicas, a fin de dar respuesta preventiva a las necesidades actuales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albury, K. y Crawford, K. (2012). Sexting, consent and young people's ethics: Beyond Megan's Story. *Journal of Media & Cultural Studies*, 26(3), 463-473.
- Albury, K. y Lumby, C. (2010). Introduction: Children, young people, sexuality and the media. *Media International Australia* (135), 56-60.
- Ashdown, B.K. y Homa, N. (2010). Nació para navegar por: El mundo en línea de los adolescentes de hoy. *PsycCRITIQUES*, 55(47).
- Atay, A. (2010). Identities in motion: Cyberspace and diasporic queer male bodies in the context of globalization. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 70(9-A), 2010-3266.
- Benotsch, E. G., Snipes, D. J., Martin, A. M. y Bull, S. S. (2013). Sexting, Substance Use, and Sexual Risk Behavior in Young Adults. *Journal of Adolescent Health*, 52, 307-313.
- Burset, S. y Sánchez, L. (2009). Adolescentes y fotoblogs: la construcción de la identidad mediante el juego. *Digithum*, 11. [http://www.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n11\\_burset/n11\\_burset\\_esp](http://www.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n11_burset/n11_burset_esp)
- Comellas, M.J. (2005). El culto al cuerpo: repercusiones y enfoque educativo. En: J. Alegret, M.J. Comellas, P. Font, y J. Funes (Eds.). *Adolescentes con los padres, drogas, sexualidad y culto al cuerpo*. Barcelona: Grao. (pp.119-146).
- De Domini, G. (2009). El "sexting" crece a pesar de sus peligros. Recuperado el 2 de septiembre de 2009, de <http://www.clarin.com/diario/2009/05/10/um/m->
- Dunn, J., Lewis, V. y Patrick, S. (2011). The Idealization of Thin Figures and Appearance Concerns in Middle School Children. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 15, 134-143.
- Garaigordobil, M. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 11(2), 233-254.
- Goodson, M. (2009). Los peligros del sexting. [http://www.aldiatx.com/sharedcontent/dws/aladia/locales/stories/DN-Sexting\\_26dia.ART.State.Edition1.4c22c51.html](http://www.aldiatx.com/sharedcontent/dws/aladia/locales/stories/DN-Sexting_26dia.ART.State.Edition1.4c22c51.html).
- Gordon-Messer, D., Bauermeister, A., Grodzinski, A. Zimmerman, M. (2013). Sexting Among Young Adults. *Journal of Adolescent Health*, 52, 301-306.
- Guan, S. y Subrahmanyam, K. (2009). Youth Internet use: Risks and opportunities. *Current Opinion in Psychiatry*, 22(4), 351-356.
- Kholos, D. y Childers, D. (2011). Let My Fingers Do the Talking: Sexting and Infidelity in Cyberspace. *Sexuality and Culture*, 15, 217-239.
- Kraus, S.W. y Russell, B. (2008). Early Sexual Experiences: The Role of Internet Access and Sexually Explicit Material. *CyberPsychology and Behavior*, 11(2), 162-168.
- Lenhart, A. (2009). Teens and sexting. *Pew Internet & American Life Project*. Retrieved from <http://pewresearch.org/assets/pdf/teens-and-sexting.pdf>
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. y Zickuhr, K. (2010). Social media and mobile internet use among teens and young adults. <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx> (retrieved 18.02.2010).
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media and Society*, 10, 393-411.
- Maganto, C. y Cruz, S. (2002). La insatisfacción corporal como variable explicativa de los trastornos alimenticios. *Revista de Psicología*, XX(2), 197-223.
- Maganto, C. y Kortabarria, L. (2011). La Escala de Autoestima Corporal en la infancia y adolescencia. En A. S. Ferreira, A. Verhaeghe, D. R. Silva, L.S. Almeida, R. Lima, y S. Fraga (Eds.). *Evaluación Psicológica: Formas e Contextos*. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Psicologia. (pp. 61-73).
- Maganto, C. y Peris, M. (2011). CIVIC. Cuestionario de Imagen Virtual e Imagen Corporal para adolescentes en redes sociales. Diseño ad hoc

- para la investigación.
- Markham, A., Thompson, T. y Bowling, A. (2005). Determinants of body-image shame. *Personality and Individual Differences*, 38, 1529-1541.
- Menjívar, M. (2010). El sexting y l@s nativ@s neotecnológic@s: apuntes para una contextualización al inicio del siglo XXI. *Actualidades Investigativas en educación*, 10(2), 1-23.
- Palomo, E. (2009). El 'sexting', una moda adolescente entre la travesura y la pornografía. Recuperado el 4 de septiembre de 2009, de <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/03/21/internacional/1237622095.html>
- Patchin, J. W. y Hinduja, S. (2010). Trends in online social networking: Adolescent use of MySpace over time. *New Media and Society*, 12(2), 197-216.
- Samenow, Ch. P. (2010). Smart Phones, Social Networking, Sexting and Problematic Sexual behaviors—A Call for Research. *Sexual Addiction and Compulsivity*, 17, 241-246.
- Siibak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection – Visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1). <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009061501&article=1> (retrieved 09.02. 2010).
- Strano, M. M. (2008). User descriptions and interpretations of self-presentation through facebook profile images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2). <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402> (retrieved 02.12.2009).
- Strassberg, D. S., Mckinnon, R. K., Sustraíta, M. A. y Rullo, J. (2013). Sexting by high school students: An exploratory and descriptive study. *Springer Science+Business Media*, 42, 15-21.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23, 2538-2557.
- Weiss, R. y Samenow, C.P. (2010). Smart phones, social networking, sexting and problematic sexual behaviors-A call for research. *Sexual Addiction and Compulsivity*, 17(4), 241-246.