

***Cibercoitados: unha proposta de intervención na aula
sobre o uso problemático de Instagram.***

Traballo de Fin de Mestrado

Mestrado en Psicoloxía, Especialidade en Psicoloxía da Intervención Social e Comunitaria

Facultade de Psicoloxía, Universidade de Santiago de Compostela, curso 2020/2021

Xaime Paniagua González

Índice

Índice	2
Resumo	3
Abstract	4
Introducción	5
Método	8
Resultados	10
Discusión	18
Proposta de intervención	24
Conclusión	37
Referencias Bibliográficas	41
Índice de figuras	45
Índice de táboas	46
Anexos	47

Resumo

Con máis de 1.221 millóns de perfís abertos, Instagram constitúe na actualidade a segunda rede social máis utilizada do mundo e cuxa meirande parte de usuarias¹ atópanse por debaixo dos 30 anos (Statista, 2021). A preocupación da psicoloxía polas consecuencias sobre a saúde mental que o uso xeneralizado desta plataforma pode chegar a ter son crecentes. O presente traballo consiste nunha revisión bibliográfica dos estudos publicados ata a actualidade que vinculan dalgún modo o uso de Instagram coa saúde mental, xa sexa causando eivas ou promovendoa. Os resultados atopados son de corte máis ben negativa, vinculando o seu uso con problemas de autoestima (Chang et al., 2019) trastornos da conducta alimentaria (Christensen et al., 2021), síntomas de depresión e ansiedade (Serrano, 2020) ou conductas de auto-lesión (Brown et al. 2020). Por outra banda, outros estudos conclúen que dende a propia plataforma é posible promover contidos que amortigüen en certa medida o dano que o uso inaxeitado desta rede social pode chegar a causar (Tiggemann et al., 2020). Tras esta labor de investigación, e fundamentándose nos resultados desta, deseñase unha proposta de intervención na aula empregando a propia plataforma co fin de previr ou reducir os impactos negativos que un uso inaxeitado desta pode chegar a ter sobre as adolescentes.

Palabras chave: *Instagram, redes sociais, saúde mental, adolescentes, intervención na aula, intervención a través de Internet.*

Número de palabras: 13.271

¹ O presente traballo atópase redactado empregando o feminino inclusivo coma equivalente ao xénero neutro. De ahí que se empreguen os sufixos -a / -as para facer referencia a tódolos suxeitos que se atopan dentro dunha categoría independentemente do seu xénero.

Abstract

With more than 1,221 million active profiles, Instagram is currently the second most used social network in the world, with the vast majority of its users being under the age of 30 (Statista, 2021). The concern of psychology for the consequences on mental health that the widespread use of this platform may have are growing. The present work consists on a systematic bibliographic review of studies that somehow link the use of Instagram with mental health, either downgrading or upgrading it. Results found are rather negative, linking its use with self-esteem problems (Chang et al., 2019), eating behavior disorders (Christensen et al., 2021), symptoms of depression and anxiety (Serrano, 2020) or self-injury behaviors (Brown et al. 2020). On the other hand, other studies conclude that, from the platform itself, is possible to promote content that prevents the damage that the inappropriate use of this social network can cause (Tiggemann et al., 2020). After this research work, and based on its results, an intervention proposal is designed to be applied with high school students using the platform itself in order to prevent or reduce the negative impacts that an inappropriate use of it can have on adolescents.

Keywords: *Instagram, social media, mental health, teenagers, classroom intervention, intervention via the Internet.*

Introdución

Ao longo da década de 2010, o mundo das tecnoloxías da comunicación experimentou unha acelerada transformación e un proceso de universalización que mudou de xeito radical a vida das persoas (Latorre, 2018). A principios do ano 2013, os *smartphones* ou teléfonos intelixentes, dotados de acceso a internet e dun sistema operativo que lles permitía executar programas complexos, máis semellantes a unha computadora que a un teléfono (Figueroa, 2011), superaban en vendas aos teléfonos móbiles convencionais (Svenson, 2013). O don da ubicuidade deixou de estar vetado para o ser humano: calqueira persoa cun *smartphone* (o 67% da poboación mundial a data de xuño de 2021 (Statista, 2021)) ten acceso a calqueira clase de información en calqueira contexto espacial ou temporal.

Esta mutación social, económica e cultural non deixou indiferente ás pensadoras e disciplinas que teñen ao ser humano coma obxecto de estudo. Dende posturas que apertaban o sinfín de posibilidades novas, comodidades e facilidades que esta nova ferramenta podería supoñer para moita xente (Calpa et al., 2017; Dávila, 2020), ata voces máis críticas que albiscaban certos riscos no uso inaxeitado deste instrumento (Simó-Sanz et al., 2017; Tabuenca et al., 2019).

A psicoloxía tampouco se amosou indiferente ante o auxe desta nova ferramenta. Para esta disciplina, o xurdimento dos teléfonos intelixentes supuxeron a aparición dun novo campo de estudo. Acuñáronse conceptos coma o de *nomophobia*, definido como o medo irracional a non poder dispoñer do teléfono móbil (Bragazzi e Del Puente, 2014) así como cuestionarios para avaliala, coma o Nomophobia Questionnaire (NMP-Q; Calvete y Londres, 2018) ou o de *Fear of Missing Out* (FoMo) (en galego, “medo a perderse algo”) entendido coma unha sensación de angustia xeralizada ante a idea de que outras persoas poderían estar vivindo experiencias gratificantes nas que un mesmo non está presente (Przybylski et al., 2013). Atopouse tamén, entre outras cousas, que o uso dos *smartphones* pode ter repercusións severas sobre a saúde mental das súas usuarias. Entre outras cousas, atopáronse correlacións entre o uso problemático destes aparatos e os síntomas de depresión e ansiedade (Elhai et al., 2017) ou con baixo rendemento académico e pouca satisfacción vital (Lepp, Barkley e Karpinski, 2014).

A medida que se avanza na investigación neste campo e que a propia tecnoloxía avanza, faise necesario descompoñer o obxecto de estudo en unidades máis concretas. O propio “uso do teléfono” como variable a analizar comeza a ser máis ben difusa. Para Emanuel et al. (2015):

“As usuarias de teléfonos móbiles poden chegar a ser tan adictas aos teléfonos coma as persoas usuarias de drogas o poden chegar a ser a unha agulla. As persoas que padecen drogadicción son, evidentemente, adictas ás drogas. A agulla é só a forma que teñen de facela chegar. As persoas non son adictas aos teléfonos intelixentes, son adictas á información, ao entretemento e as relacións interpersoais. (...) O auxe de Facebook, Twitter e demais redes sociais son unha testemuña desta característica das persoas. Os teléfonos intelixentes supoñen unha forma instantánea e portátil de permanecer informados, entretidos e conectados.”

Se o verdadeiramente adictivo e/ou problemático é a información, cabe considerar que a forma na que esta información se presente impacte de xeitos diferentes na saúde mental das usuarias. Nese sentido, as posibilidades de presentación da información das que están dotadas os *smartphone* son moi numerosas, o cal pode dar pé a un número igual de novedoso de fronte de investigación.

Unha destas posibilidades que ofrecen os *smartphone* son as aplicacións de servizos de rede social. Segundo Gallego (2010) “no ámbito da informática, rede social fai alusión ao sitio web que as persoas empregan para xerar o seu perfil, compartir información, colaborar na xeración de contidos e participar en movementos sociais. As relacións dos usuarios poden ser de moi diversa índole, indo dende os negocios ata a amizade.” Cando os servizos de rede social se empregan coma unha aplicación accesible dende o móbil, esa información e participación gaña o don da ubicuidade, mudando as relacións interpersoais cara un contexto onde o tempo e o espazo deixan de ser barreiras (Del Prete e Rendon-Pantoja, 2020).

Algúns das achegas da psicoloxía no que respecta a estes espazos virtuais vinculan o seu uso co xa mencionado *Fear of Missing Out*, debido á constante exposición a fragmentos de vidas alleas que se amosan (intencionadamente) como máis satisfactorias que a propia (Del Prete e Rendon-Pantoja, 2020). Esta sensación constante de que a vida dos demais é

máis gratificante que a propia pode derivar en malestar psicolóxico e síntomas depresivos (Jeri-Yabar et al., 2019).

Baixando outro peldaño no nivel de análise, pódese observar que as diferentes redes sociais teñen distintos perfís de usuario, comparten diferentes formatos de información e teñen diferentes dinámicas de funcionamento, o cal xera a súa vez diferentes interaccións entre as persoas usuarias. Instagram é a rede social sobre a cal se centra o presente traballo. Con 1.221 millóns de usuarias a comezos do 2021 (a máis popular despois de Facebook) (Statista, 2021), Instagram é unha rede social que emprega principalmente contido de tipo visual, e entre cuxas funcións atópanse as de publicar imaxes e vídeos de forma permanente (*feed*) ou temporal (*stories*, isto é, contido que desaparece 24 horas despois da súa publicación), crear breves vídeos usando un editor integrado na propia aplicación (*reels*), empregar hashtags (#) para describir as publicacións e etiquetar a outras usuarias nestas (@). As usuarias tamén poden seguirse entre elas, e o conxunto de contas seguidas conforma un fluxo en constante actualización de publicacións (*feed*). Tamén se pode amosar conformidade ou validación cunha publicación a través do botón de “Gústame” (*like*) e comentar nas publicacións. Ademais de todas estas funcións de carácter máis activo, xa que a persoa usuaria tenas que empregar por sí mesma, existe outra función de carácter máis invisible e automático: Instagram suxire e amosa novas contas e contidos as súas usuarias en base ao contido ao que a persoa usuaria soe estar exposta (Puertas, 2020).

Outra característica a destacar do deseño da interface desta rede social é o chamado *scrolling* (Carroll, 2017). Para visualizar o contido que aparece na páxina de inicio da aplicación as usuarias deben deslizar o seu dedo cara abaixo pola pantalla do móbil, e para recargar esta páxina, deben dar un lixeiro toque cara arriba. Sen embargo, recargar a páxina non sempre asegura que aparezan novos contidos, polo cal, se as usuarias queren visualizar algo novo, vense obrigadas a realizar varias veces este xesto. O que pode parecer una mera decisión ergonómica, esconde para Peirano (2019) unha realidade máis complexa: a aplicación está deseñada simulando unha caixa de Skinner cun programa de reforzamento de razón variable: o pequeno xesto que a usuaria realiza co dedo equivale ao xesto que a rata realiza para tirar da palanca; e o contido e interaccións novas, cuxa aparición xera dopamina, equivaldría á comida. Segundo esta autora, este deseño da pé a que as usuarias empreguen esta aplicación de forma máis habitual e ata dun xeito compulsivo (faise necesario recordar

que o programa de razón variable é o que máis taxa de respostas producía no experimento de Skinner).

Algúns dos estudos feitos dende a psicoloxía sobre esta plataforma amosan que un uso inaxeitado desta non só está vinculado aos síntomas depresivos e ao *Fear of Missing Out* característicos do uso de redes sociais (Torres-Serrano, 2020; Jiang e Ngien, 2020), se non que a constante visualización de corpos alleos e a comparativa destes co propio, así como a constante exposición do propio corpo ante os demais pode derivar en problemas de autoestima e ata en trastornos da conducta alimentaria (Chang et al., 2019; Anixiadis et al., 2019).

O obxectivo do presente traballo é precisamente arroxar algo de luz sobre a última cuestión mencionada. A través dunha revisión bibliográfica sistemática preténdese analizar cales son as relacións entre o uso de Instagram e a saúde mental estudadas ata a data de hoxe. Tras esta análise, preséntase unha proposta de intervención tendo en conta a información atopada na revisión.

Método

Revisión Bibliográfica Sistemática

Co propósito de identificar as posibles consecuencias que o uso de Instagram podía ter sobre a saúde mental das súas usuarias realizouse unha revisión bibliográfica sistemática seguindo a declaración PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Urrútia e Bonfill, 2010).

Realizouse unha busca bibliográfica a través de internet ao longo dos meses de marzo e abril de 2021. Os termos de pesquisa empregados na procura de información así coma os conectores usados nesta busca son os que aparecen, traducidos ao galego, na Figura 1. As bases de datos electrónicas nas que se realizou a busca foron Communication & Mass Media Complete, Dialnet, PsychInfo e Web of Science. A pesquisa limitouse a publicacións da área de psicoloxía, e, dentro desta, excluíronse todos aqueles artigos que non falasen directamente de temáticas vinculadas á saúde mental. Limitouse a pesquisa a aqueles artigos publicados en galego, castelán ou inglés. Non foi necesario delimitar a pesquisa no tempo xa que non existían investigacións publicadas antes do ano 2016.

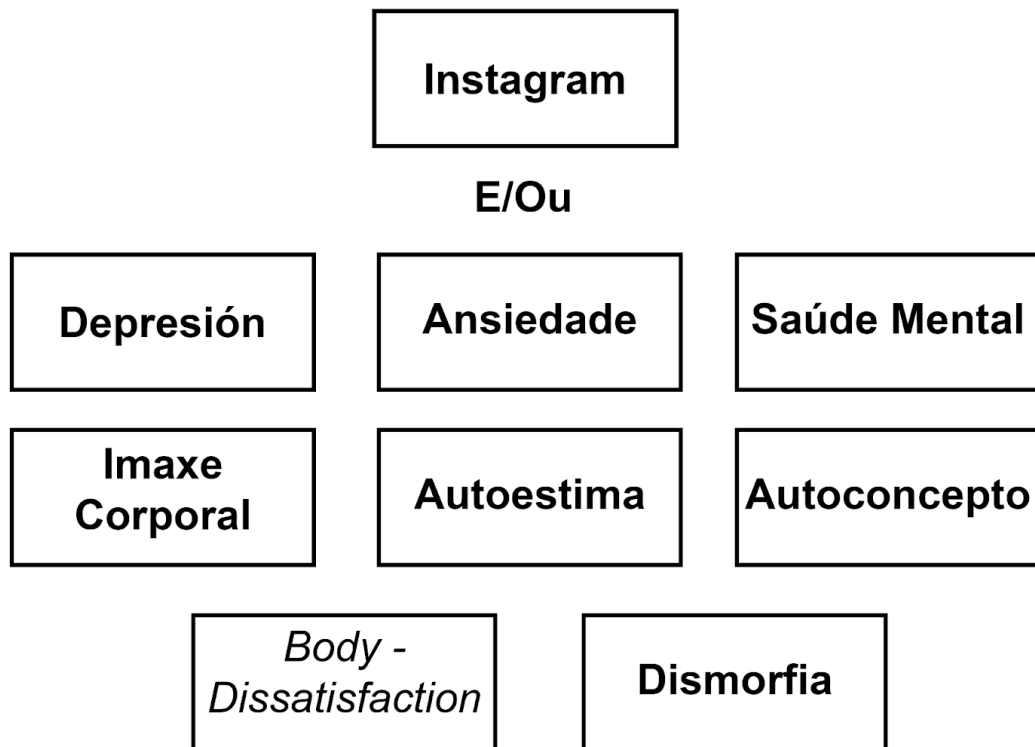


Figura 1. Termos e conectores de busca usados na procura de información.

Tras unha lectura dos resúmenes e da metodoloxía e resultados dos artigos elimináronse aqueles que non describisen ou delimitasen de forma axeitada as características da mostra, empregasen unha metodoloxía non empírica ou chegasen a resultados pouco relevantes para esta revisión. Na Figura 2 pódese apreciar de forma esquematizada este proceso de selección e exclusión de publicacións.

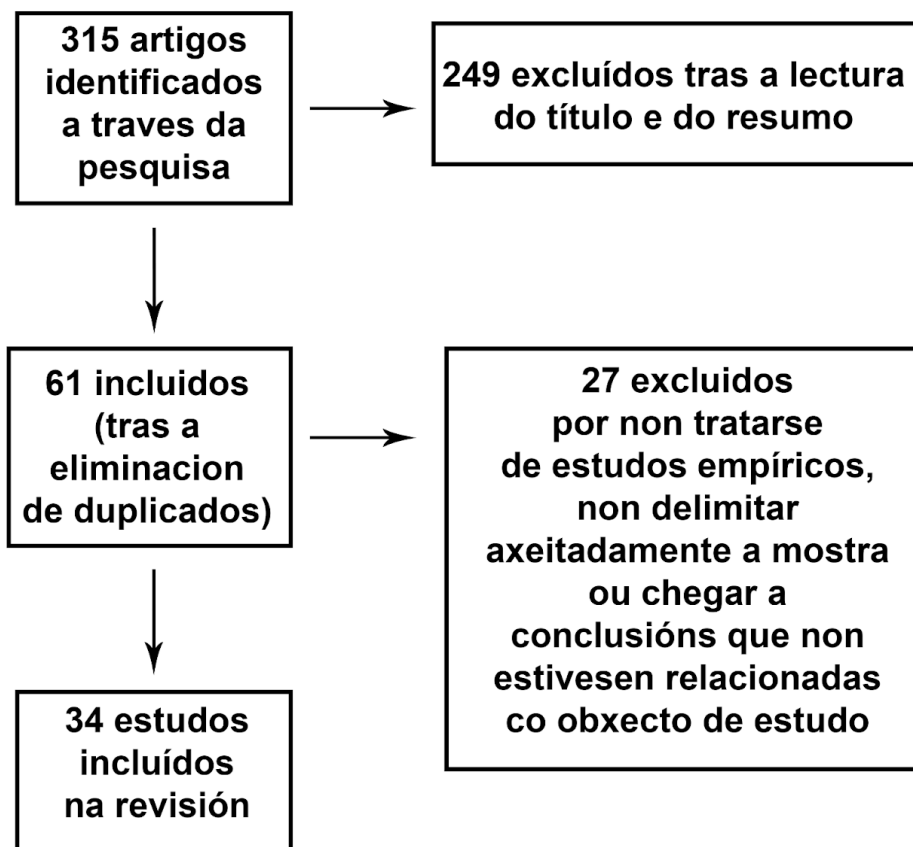


Figura 2. Diagrama no que se describen os pasos a seguir ata chegar a selección final de artigos.

Resultados

Inicialmente atopáronse un total de 315 artigos que coincidisen cos termos de pesquisa empregados, dos cales (tras unha lectura dos títulos e resúmenes) só 66 estaban realmente relacionados coas temáticas a estudar (Instagram e saúde mental). Tras eliminar os duplicados, o número de artigos quedou en 61. Posteriormente, realizouse unha segunda lectura dos resúmenes e dos apartados de metodoloxía e resultados destes, descartáronse 27 por non tratarse de estudos empíricos, non delimitar axeitadamente a mostra ou chegar a conclusións que non estivesen relacionadas co obxecto de estudo deste traballo. Tras este cribado final, o número de artigos a revisar a través dunha lectura completa foi de 34, que se poden agrupar en 5 categorías segundo as súas conclusións.

Se botamos unha ollada ás cuestións metodolóxicas dos traballos seleccionados, atópamonos que 7 destes empregan mostras de adolescentes, cuxa idade sitúase entre os 13 e

os 17 anos (só o 7,3% de usuarios de Instagram atópanse neste rango de idade (Statista, 2021). A elección deste rango de idade, como se poderá ver máis adiante, responde á necesidade de estudar como o uso desta plataforma afecta aos adolescentes.. Os 27 traballos restantes decántanse por unha mostra de idades comprendidas entre os 18 e os 30 anos. Tendo en conta que o 62,8% de usuarios atópanse nesta franxa de idade (Statista, 2021), a elección desta mostra explícase polo representativa que resulta e, probablemente, pola súa maior accesibilidade (a meirande parte deles eran estudantes universitarios). Así, só o 29,9% de usuarios de Instagram non se atopan representados nestes traballos, tal vez pola tendencia a entender as redes sociais coma ferramentas de uso exclusivamente xuvenil (Del Prete e Redon-Pantoja, 2020). Cabe destacar, sen embargo, que é común que debido ás restricións de idade que moitas redes sociais presentan, coa finalidade de disuadir a persoas demasiado novas a empregalas precozmente, a mocidade minta con respecto a súa idade á hora de rexistrarse en redes sociais, o cal a súa vez falsee as estadísticas (Del Prete e Redon-Pantoja, 2020).

En canto ao xénero dos participantes seleccionados, só en 13 dos estudos seleccionados este resultaba irrelevante á hora de escoller a mostra. 20 estudos empregaban mostras exclusivamente femininas e só 1 unha mostra exclusivamente masculina (Instagram and body image: Motivation to conform to the “Instabod” and consequences on young male wellbeing. Chatzopoulou, Filieri, e Dogruyol (2020)). Esta elección de mostra explícase tendo en conta que moitos dos traballos atopados abordan temáticas relacionadas cos trastornos da conducta alimentaria e coa imaxe corporal, cuxa incidencia e maior en mulleres (Puertas, 2020).

En canto a metodoloxía empregada, 17 dos estudos analizados empregaban unha metodoloxía de tipo correlacional, utilizando diversos cuestionarios ou escalas para avaliar distintos tipos de variables que logo compararían entre sí. A outra metade dos traballos empregaban unha metodoloxía de corte experimental. O procedemento a seguir foi moi similar en todos estes estudos: as participantes eran expostas a publicacións de Instagram (estímulos visuais) con distinto contido e posteriormente se avaliaba a través de escalas ou cuestionarios as súas crenzas, o seu estado de ánimo ou a súa satisfacción con respecto a diversas cuestións. Estes resultados eran comparados cos dun grupo control que foi exposto a estímulos visuais de índole diferente. Cabe mencionar que tódolos estudos que empregaron

metodoloxía experimental abordan temáticas relacionadas cos trastornos da conducta alimentaria e coa imaxe corporal.

As referencias dos artigos así como a categoría na que se decidiu incluílos pódense consultar na Táboa 1. As 5 categorías mencionadas son as seguintes:

Categoría 1: O uso de Instagram pode ter unha repercusión negativa sobre a imaxe corporal das súas usuarias debido á exposición constante a ideais de beleza difíciles de acadar.

Once dos estudos revisados conclúen que o uso de Instagram pode repercutir negativamente na autoestima das persoas usuarias a través da devaluación da propia imaxe corporal debido a constante visualización de fotografías de corpos que se axustan a un ideal de beleza difícil de acadar. Instagram é unha plataforma na que abundan contidos que amosan corpos hexemónicos e, en moitas ocasións, editados dixitalmente, e a comparación do propio corpo con estes pode dar pé a niveles baixos de autoestima. Estes resultados manteñense invariables independentemente do xénero, inda que cabe mencionar que a meirande parte dos traballos empregan unha mostra exclusivamente feminina (probablemente porque nunha sociedade patriarcal as mulleres sofren unha maior presión social por ter unha imaxe que se axuste a determinados canones de beleza), excepto os de Chatzopoulou et al. (2019) que emprega unha mostra exclusivamente masculina, e o de Senín-Calderón et al. (2020), que emprega unha mostra mixta. O rango de idade da mostra empregada tampouco da pé a variacións nas conclusións, inda que cabe destacar que na adolescencia, esta comparación e posterior devaluación da propia imaxe corporal non só se fai con imaxes de modelos ou persoas famosas, se non tamén con pares, como indican os estudos de Kleemans et al. (2018) e Chang et al. (2019). Outra cuestión a destacar é que este efecto de devaluación da propia imaxe corporal non se ve amortiguado se o contido amosado vai acompañado de textos que advirten de que a imaxe está editada ou amosa ideais difíciles de acadar, como atoparon Brown e Tiggemann (2020). Algúns destes estudos (en concreto o de Christensen et al. (2021) e o de Senín-Calderón et al. (2020)) conclúen que a constante exposición a este tipo de contidos e a constante falta de autoestima no eido físico poden chegar a derivar en trastornos da conducta alimentaria en poboación de risco a padecelos.

Categoría 2: O uso de Instagram pode ter unha repercusión negativa sobre a imaxe corporal das súas usuarias debido ao *feedback* en forma de *likes*.

Tres dos estudos revisados (Butkowski et al., 2019; Li et al., 2018; Tiggemann et al., 2018) tamén conclúen que o uso de Instagram pode ter unha repercusión negativa sobre a imaxe corporal das persoas usuarias, pero neste caso empregan como variable predictora desta baixa autoestima o número de *likes* que reciben nas súas fotos. Así, un número baixo de *likes* nas publicacións que amosen o propio corpo en comparación coas dos seus pares, ou en conxunto cunha gran inversión de tempo e enerxía na creación destas pode derivar nunha devaluación da propia imaxe corporal. Por outra banda, un número elevado de *likes* en publicacións que amosan o propio corpo pero que foron sometidas a algún tipo de edición dixital tamén poden chegar a ter consecuencias negativas sobre a imaxe corporal das usuarias. A mostra empregada polos 3 estudos era exclusivamente feminina, e os grupos de idade empregados eran de 12 a 18 anos ou de 19 a 30. Cabe mencionar que o estudo de Butkowski et al. (2019) atopou unha posible relación entre a devaluación da imaxe corporal polo *feedback* recibido en Instagram e os trastornos da conducta alimentaria en mulleres que invertisen grandes cantidades de tempo e enerxía no contido que publicaban en Instagram.

Categoría 3: O uso problemático de Instagram pode estar relacionado cos síntomas depresivos, a ansiedade ou o estrés.

Nove dos artigos revisados atopan relacións entre o uso de Instagram e diversas formas de malestar psicolóxico. Por unha banda, Yurdagül et al. (2019) atoparon a baixa satisfacción co corpo da que se fala nas categorías 1 e 2 pode derivar en síntomas depresivos e altos niveis de ansiedade, especialmente en mulleres. Por outra parte, Torres-Serrano (2018), vincula o xa mencionado *Fear of Missing Out* a este malestar psicolóxico: visualizar ao resto das persoas facendo actividades placenteras e tendo vidas aparentemente perfectas pode dar pé a esta sensación de malestar e baixa satisfacción coa propia vida en momentos de vulnerabilidade. O resto de traballos conclúen que invertir moito tempo e enerxía en Instagram, xa sexa creando contido ou simplemente consumíndoo, pode derivar en síntomas depresivos e altos niveis de ansiedade e estrés. Este malestar psicolóxico acentúase no caso de que, ademais de invertir moito tempo en Instagram, as usuarias teñan un número baixo de seguidores. Foroughi et al. (2021) propoñen un modelo no cal este uso problemático de Instagram pode derivar nun baixo rendemento académico e unha baixa satisfacción vital, as

cales tamén se relacionan cos síntomas depresivos e os altos niveis de ansiedade e estrés. Se a isto se lle engade que as usuarias con síntomas depresivos tenden a invertir grandes cantidades de tempo empregando esta plataforma, o resultado é un ciclo vicioso onde o uso problemático de Instagram e os síntomas depresivos retroalimentanse mutuamente.

Categoría 4: O uso problemático de Instagram pode chegar a dar pé a conductas de auto-lesión.

Dous dos estudos atopados (Fulcher et al., 2020; Brown et al., 2020) conclúen que dentro desta plataforma poden chegar a crearse comunidades *online* entre a poboación adolescente con síntomas depresivos que promovan as conductas de auto-lesión non suicidas. A intención destas comunidades é, nun principio, a de crear redes de apoio e comunicación entre adolescentes con síntomas depresivos que carecen de grupos de referencia nos seus espazos físicos cos cales falar de como se sinten. Pese a que as mensaxes de apoio e coidado son frecuentes, unha dinámica común é que algún dos membros destas comunidades virtuais fale da súa experiencia coa auto-lesión e produza algún efecto de contaxio ou modelaxe no resto de membros do grupo, promovendo que leven a cabo conductas deste tipo.

Categoría 5: A exposición de contidos que promovan a aceptación do propio corpo pode ter un efecto amortiguador sobre a baixa satisfacción co corpo que Instagram pode chegar a xerar sobre as súas usuarias.

Nove dos estudos revisados conclúen que a exposición a publicacións que amosen corpos non canónicos e fotografías non editadas dixitalmente e que promovan a aceptación do propio corpo independentemente de como sexa, pode ter un efecto positivo sobre a imaxe corporal das usuarias. Sen embargo, os estudos de Davies et al. (2020), Tiggemann e Zinoviev (2019) e Tiggemann e Velissaris (2020) que empregaron procedementos máis rigurosos que o resto de artigos (empregaron 3 grupos experimentais en vez de 2) chegan a conclusión de que non se trata dun efecto positivo en sí mesmo, senón dun efecto amortiguador sobre a devaluación da imaxe corporal que Instagram pode chegar a provocar (Categorías 1 e 2). Ante todo, estas conclusións son de grande interese xa que amosan unha posibilidade de intervención sobre esta problemática. En principio este efecto amortiguador dáse independentemente do xénero e idade das usuarias, mais cabe mencionar que o traballo de Casal et al. (2019) é o único que emprega unha mostra mixta en vez de unha exclusivamente feminina. Por último, é importante mencionar os resultados atopados por

Tiggemann et al. (2020): o efecto amortiguador só aparece cando as publicacións consisten en fotografías de corpos non normativos, mais non cando consisten en textos ou comentarios que falen da aceptación do propio corpo ou que mencionen que o contido que se amosa en redes sociais non é real.

Artigos incluídos na Categoría 1.

Anixiadis, F., Wertheim, E. H., Rodgers, R., & Caruana, B. (2019). Effects of thin-ideal Instagram images: The roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing. *Body image, 31*, 181-190.

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image, 19*, 37-43.

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2020). A picture is worth a thousand words: The effect of viewing celebrity Instagram images with disclaimer and body positive captions on women's body image. *Body image, 33*, 190-198.

Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body image, 29*, 90-99.

Chatzopoulou, E., Filieri, R., & Dogruyol, S. A. (2020). Instagram and body image: Motivation to conform to the "Instabod" and consequences on young male wellbeing. *Journal of Consumer Affairs, 54*(4), 1270-1297.

Christensen, K. A., Forbush, K. T., Cushing, C. C., Lejuez, C. W., Fleming, K. K., & Swinburne Romine, R. E. (2021). Evaluating associations between fitspiration and thinspiration content on Instagram and disordered-eating behaviors using ecological momentary assessment: A registered report. *International Journal of Eating Disorders*.

Cingel, D., Sumter, S. & Wilson, J. (2018). The effect of Instagram filter level and social context on young women's body image. *INSTAGRAM FILTERS AND WOMEN'S BODY SATISFACTION*.

Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior, 74*, 92-100.

Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*,

21(1), 93-110.

Senín-Calderón, C., Perona-Garcelán, S., & Rodríguez-Testal, J. F. (2020). The dark side of Instagram: Predictor model of dysmorphic concerns. *International Journal of Clinical and Health Psychology, 20*(3), 253-261.

Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body Image, 27*, 61-66.

Artigos incluídos na Categoria 2.

Butkowski, C. P., Dixon, T. L., & Weeks, K. (2019). Body surveillance on Instagram: examining the role of selfie feedback investment in young adult women’s body image concerns. *Sex Roles, 81*(5), 385-397.

Li, P., Chang, L., Chua, T. H. H., & Loh, R. S. M. (2018). “Likes” as KPI: An examination of teenage girls’ perspective on peer feedback on Instagram and its influence on coping response. *Telematics and Informatics, 35*(7), 1994-2005.

Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body image, 26*, 90-97.

Artigos incluídos na Categoria 3.

Foroughi, B., Griffiths, M. D., Iranmanesh, M., & Salamzadeh, Y. (2021). Associations between Instagram addiction, academic performance, social anxiety, depression, and life satisfaction among university students. *International Journal of Mental Health and Addiction, 1-22*.

Frison, E. & Eggermont, S. (2017). Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships between Different Types of Instagram Use and Adolescents’ Depressed Mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20*, 603-609.

Jeri-Yabar, A., Sanchez-Carbonel, A., Tito, K., Ramirez-delCastillo, J., Torres-Alcantara, A., Denegri, D., & Carreazo, Y. (2019). Association between social media use (Twitter, Instagram, Facebook) and depressive symptoms: Are Twitter users at higher risk?. *International Journal of Social Psychiatry, 65*(1), 14-19.

Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media+ Society, 6*(2), 2056305120912488.

Kohler, M. T., Turner, I. N., & Webster, G. D. (2020). Social Comparison and State–Trait

Dynamics: Viewing Image-Conscious Instagram Accounts Affects College Students' Mood and Anxiety. *Psychology of Popular Media*.

Lowe-Calverley, E., Grieve, R., & Padgett, C. (2019). A risky investment? Examining the outcomes of emotional investment in Instagram. *Telematics and Informatics*, 45, 101299.

Mun, I. B., & Kim, H. (2021). Influence of False Self-Presentation on Mental Health and Deleting Behavior on Instagram: The Mediating Role of Perceived Popularity. *Frontiers in Psychology*, 12, 1138.

Torres-Serrano, M. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre Narcisismo y Autoestima. *Aloma*, 2020, Vol. 38, Núm. 1.

Yurdagül, C., Kircaburun, K., Emirtekin, E., Wang, P., & Griffiths, M. D. (2019). Psychopathological consequences related to problematic Instagram use among adolescents: The mediating role of body image dissatisfaction and moderating role of gender. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-13.

Artigos incluídos na Categoria 4.

Brown, R. C., Fischer, T., Goldwisch, D. A., & Plener, P. L. (2020). "I just finally wanted to belong somewhere"—Qualitative Analysis of Experiences With Posting Pictures of Self-Injury on Instagram. *Frontiers in psychiatry*, 11.

Fulcher, J. A., Dunbar, S., Orlando, E., Woodruff, S. J., & Santarossa, S. (2020). # selfharm on Instagram: understanding online communities surrounding non-suicidal self-injury through conversations and common properties among authors. *Digital health*, 6, 2055207620922389.

Artigos incluídos na Categoria 5.

Casale, S., Gemelli, G., Calosi, C., Giangrasso, B., & Fioravanti, G. (2019). Multiple exposure to appearance-focused real accounts on Instagram: Effects on body image among both genders. *Current Psychology*, 1-10.

Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). # BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*, 21(7), 1546-1564.

Davies, B., Turner, M., & Udell, J. (2020). Add a comment... how fitspiration and body positive captions attached to social media images influence the mood and body esteem of young

female Instagram users. *Body image*, 33, 101-105.

Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M. S., & Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram# fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body image*, 33, 1-6.

Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). # fitspo or# loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, 22, 87-96.

Tiggemann, M., & Zinoviev, K. (2019). The effect of# enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body image*, 31, 131-138.

Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). # Loveyourbody: The effect of body positive Instagram captions on women's body image. *Body image*, 33, 129-136.

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183-2199.

Tiggemann, M., & Velissaris, V. G. (2020). The effect of viewing challenging "reality check" Instagram comments on women's body image. *Body image*, 33, 257-263.

Táboa 1. Artigos seleccionados e categoría na que se inclúen.

Discusión

Dos resultados obtidos trala revisión pódese extraer, a grandes rasgos, que un uso inaxeitado de Instagram pode repercutir negativamente sobre a saúde mental das súas usuarias, xa sexa en forma de TCA, síntomas depresivos, ansiedade ou estrés, xa sexa promovendo conductas de auto-lesión. Tamén podemos extraer que estas distintas formas de malestar non actúan de forma illada, senón que, como plantexan Yurdagül et al. (2019) e Foroughi et al. (2021), podese chegar a crear unha interacción entre todas elas. Así, a baixa satisfacción co corpo que produce a exposición constante a corpos ideais en Instagram pode desembocar en síntomas de depresión e ansiedade, os cales tamén se poderían agravar ao invertir demasiado tempo e enerxía en consumir ou publicar contido en Instagram. Finalmente, este cadro de malestar psicolóxico é o que leva a moita xente a invertir máis e máis tempo empregando esta ferramenta como vía de escape, xerando así unha dinámica de retroalimentación entre o sentirse mal e o uso de Instagram. As consecuencias de que unha ferramenta tan popular, universalizada e potencialmente adictiva como é Instagram estea

cargada dunhas problemáticas endémicas e expoña as súas usuarias ao risco de padecer graves trastornos mentais poden chegar a ter un grandísimo coste humano. Por suposto, as formas na que esta ferramenta pode chegar a interactuar coa psique humana son moito mais numerosas que as mencionadas no presente traballo. Non é casualidade que os termos de pesquisa empregados se limitasen ao eido da saúde mental, esto fíxose ante a necesidade de acotar a búsqueda e delimitar ben o campo de estudo. Mais é ben sabido que a psicoloxía é moito máis que trastornos mentais.

É por isto polo que sería de interese que traballos que aborden esta temática estudasen a relación entre os rasgos de personalidade e o uso de Instagram ou a forma na que as persoas que xa posúen un ou varios trastornos mentais interactúan con esta rede social e as consecuencias que pode chegar a ter sobre a súa melloría ou agravamento. Tamén sería esclarecedor arrojar máis luz sobre a cuestión que plantexa Peirano (2019) cando define a aplicación de Instagram coma unha caixa de Skinner e concretar realmente como de adictiva pode chegar a resultar esta aplicación. Neste sentido, tamén resultaría de interese estudar a forma na que outro tipo de adiccións interactúan co uso desta rede social. Por último, a psicoloxía tamén podería tentar dar resposta a algunhas das preguntas que diversos sectores da sociedade se fan con respecto ao uso desta ferramenta: ¿Cómo afecta o seu uso ao desenvolvemento dos nenos e adolescentes que medran empregandoa? ¿Cómo afecta as relacións sociais das persoas a existencia desta segunda realidade na que establecer vínculos? ¿Cómo afecta a atención humana o feito de estar expostas de forma constante a un fluxo infinito de información? ¿Cómo repercute na motivación das persoas que o seu sistema de recompensa se poida activar cun simple xesto do dedo?

Volvendo aos resultados desta revisión, cabe mencionar que non todos son negativos. Unhas das conclusións ás que se chega é que dende a propia plataforma pódense promover contidos que amortigüen unha forma de malestar particular que esta rede social pode chegar a xerar: o malestar co propio corpo. Do mesmo modo que a exposición a imaxes de corpos ideais, canónicos e inalcanzables da pé a problemas de autoestima e frustración coa propia imaxe, a exposición a imaxes de corpos máis acadables, diversos, ou cos que simplemente as usuarias se poidan sentir identificadas e verse reflexadas, reduce esta sensación de malestar. Para Tiggemann et al. (2020) este efecto amortiguador funciona precisamente porque emprega o mesmo tipo de estímulo que o contido que causa o malestar nun principio: imaxes de corpos. Isto podería explicar por qué este contido por sí só non axuda a subir a autoestima

ou a satisfacción co corpo e simplemente serve para devolvelas a un nivel normal e atenuar as consecuencias negativas do uso de Instagram: do mesmo xeito que ao visualizar ese corpos ideais e inalcanzables nun contexto que os ensalza e os determina como norma e como válidos as usuarias sinten frustración e sinten que a súa propia imaxe non é válida; ver no mesmo contexto corpos cos que si que se poden sentir identificadas devolve esa sensación de validez e aceptación persoal. Amosar no mesmo escaparate o ideal e o real ponos ao mesmo nivel: desacraliza o primeiro e volve a lexitimar o segundo.

Unha conclusión á que pode levar esto último é a seguinte: dende a propia plataforma pódense realizar labores de intervención, prevención e sensibilización que amortigüen os potenciais danos que esta pode chegar a causar. Se a promoción da aceptación do propio corpo e a exposición a realidades máis acadables e menos canónicas ten un efecto aparentemente positivo, ou canto menos, pode axudar a frenar algunhas das consecuencias patolóxicas do uso de Instagram, cabe considerar que algún tipo de prevención ou intervención é posible dende a propia plataforma sobre a outra problemática que esta rede social pode xerar: a sintomatoloxía depresiva, a ansiedade e o estrés. Esta idea non é pionera e podemos atopar varios perfís nesta rede social que aborden a saúde mental dende disintas perspectivas, aínda que quizáis é demasiado falar destas iniciativas como propostas de intervención e claramente a súa efectividade é algo difícil de medir. Algúns exemplos destas contas poderían ser Coidarnos (@acoidarnos, s.f.), que nace coa intención de crear grupos de apoio online entre a mocidade galega nos que falar de saúde mental; CoidoME (@coidome.oficial, s.f.), iniciativa dun grupo de graduados en psicoloxía pola USC, ou o perfil do Sercizo de Atención Psicolóxica da USC (@atencionpsicologicausc, s.f.) que se encargan de divulgar información de utilidade sobre saúde mental, dar consellos e brindar ferramentas útiles para afrontar determinadas situacións. Outra abordaxe da saúde mental, en clave máis gráfica e humorística pero que igualmente brinda ferramentas e información útiles son as que se ven en contas como Culomala (@culomala, s.f.) ou Postoxicidad (@postoxicidad, s.f.) que empregan o formato do *meme* para dialogar sobre depresión, ansiedade, celos ou conductas compulsivas entre outros exemplos. Algo a destacar das derradeiras iniciativas mencionadas é o uso da primeira persoa e da narrativa persoal: as persoas que administran estes perfís falan de experiencias polas que aparentemente pasaron ou están a pasar. Algúns exemplos desto serían:



Figura 3. (Postoxicidad, 2021).



Figura 4. (Postoxicidad, 2021).



culomala



Figura 5. (Culomala, 2021).



culomala



Figura 6. (Culomala, 2021).

Este formato, aparentemente crudo e cargado de ruído visual parece ter bastante éxito nos últimos meses nesta plataforma (a data de xuño de 2021, @postoxicidad conta con 3.325 seguidores tras só 6 meses da súa creación; @culomala conta con máis de 41.100 tras ano e medio). A razón deste éxito podería explicarse a través de dúas das conclusións deste traballo. A primeira, nos artigos da categoría 4 (o uso problemático de Instagram pode chegar a dar pé a conductas de auto-lesión) Fulcher et al. (2020) e Brown et al. (2020) describen como en Instagram pódense chegar a xerar comunidades *online* nas que as usuarias falen de saúde mental, compartan as súas experiencias e se sintan recollidas. A auto-lesión pode xurdir como unha alternativa cando estas comunidades se tornan insanas e se comezan a plantexar este tipo de conductas como unha vía de escape, pero a creación destas comunidades non ten por qué ser negativa se se lles da outro enfoque. Este tipo de contas de Instagram constitúen un espazo no que falar sobre saúde mental (é común que nos comentarios das publicacións as usuarias interactúen entre sí e conten as súas experiencias coma nunha especie de foro), que podería resultar positivo se se encauza e se administra por profesionais da saúde mental. Isto lévanos a segunda conclusión a evocar: segundo Tiggerman et al. (2020) visualizar imaxes de corpos non normativos en Instagram amortigua a insatisfacción co corpo que visualizar imaxes de corpos ideais produce porque permite que as usuarias se sintan identificadas, validadas e perciban a súa realidade como algo normal. Así, estas comunidades nas que falar de saúde mental e estas contas de Instagram na que realidades crudas se abordan dende unha narrativa persoal poden facer que as usuarias se sintan validadas e entendan a súa realidade como algo compartido por máis persoas. Estas *cibercomunidades* poden evocar unha iniciativa recente levada a cabo por moitas usuarias desta rede social, que baixo o hashtag #socialmediaisnotreal (en galego, “as redes sociais non son reais”), amosan o seu propio corpo destacando detalles non considerados tradicionalmente fermosos (velo corporal, estrías, acné...) coa finalidade de normalizalos, visibilizalos e lexitimalos (Tiggemann, 2020). Como se ven dicindo, ao igual que normalizar os corpos non canónicos nun espazo onde só o canónico e lexitimo pode reducir a insatisfacción co propio corpo, visibilizar que non todo o mundo ten unha vida perfecta nun espazo onde tódalas vidas parecen perfectas, pode reducir a insatisfacción coa propia experiencia vital, axudando a entender que as redes sociais non son reais, nin nos corpos que se amosan nin nas vivencias que se pretenden aparentar.

Para entender esto, de novo, temos que voltar a unha das conclusións atopadas no presente traballo: a relación que, segundo Torres-Serrano (2018), existe entre o *Fear of*

Missing Out e o malestar psicolóxico que xera Instagram. Para esta autora, visualizar constantemente a persoas coñecidas facendo actividades placenteras, tendo vidas aparentemente perfectas, divertíndose e estando felices mentres unha mesma se atopa na casa, aburrida e nun momento de vulnerabilidade, pode acentuar os síntomas depresivos, a ansiedade e a baixa satisfacción vital. Por esto, ao igual que visualizar imaxes de corpos diversos e non ideais coas que sentirse identificada reduce a frustración co propio corpo porque axuda a lexitimalo e a sentirse normal; coñecer que o resto de persoas tamén teñen problemas e contradicións, tamén pasan malos momentos, ou simplemente tamén se aburren e non teñen vidas perfectas, pode reducir o impacto do *Fear of Missing Out*. Sobre esta última premisa se articula a proposta de intervención que se propón nas seguintes páxinas.

Proposta de intervención: *Cibercoidades*

Nas seguintes páxinas descríbese unha proposta de intervención para levar a cabo con alumnas de 1º e 2º de bacharelato mesturando o traballo presencial na aula co traballo dixital dende a casa empregando Instagram como ferramenta. A finalidade desta intervención é promover un uso axeitado e saúdnable das redes sociais en xeral e de Instagram en concreto, e reducir ou prever os síntomas de depresión, ansiedade e baixa satisfacción vital que o mal uso desta plataforma pode chegar a producir. A proposta parte das conclusións extraídas nas páxinas previas do presente traballo: normalizar, visibilizar e lexitimar que a vida non sempre é perfecta e que a imaxe que se pretende proxectar en Instagram non é realista pode reducir o impacto sobre a saúde mental do *Fear of Missing Out*, e, crear no propio Instagram espazos seguros e comunidades virtuais onde falar de saúde mental e compartir ferramentas e experiencias de forma saúdnable pode resultar de axuda para as usuarias. Todo isto realizarase mediante pequenas sesións formativas na aula da man dunha profesional da psicoloxía que titorizará a intervención, e mediante unha conta de Instagram que será administrada por esa profesional, mais cuxo contido será elaborado enteiramente polas alumnas. A parte positiva de que sexan as propias alumnas as que creen o contido non só recae en que isto as anima a reflexionar e dialogar sobre saúde mental, senon que, segundo Li et al. (2018), as adolescentes son especialmente sensibles e tenden a compararse máis cos contidos que publican e as interaccións que reciben os seus pares nesta rede social.

Poboación obxectivo

O programa vai dirixido ás alumnas de 1º e 2º de bacharelato do I.E.S. Manuel Chamoso Lamas do Carballiño.

Obxectivos

Obxectivo Xeral

Promover un uso axeitado e responsable de Instagram e reducir ou prever os síntomas de depresión, ansiedade e baixa satisfacción vital que o mal uso desta plataforma pode chegar a producir.

Obxectivos específicos

- Concienciar e sensibilizar ás alumnas de que un uso inaxeitado de Instagram pode chegar a ter consecuencias severas sobre a súa saúde mental (O₁).
- Dotar ás alumnas de ferramentas e recursos para detectar cando están facendo un mal uso desta plataforma (O₂).
- Dotar as alumnas de ferramentas e recursos para recoñecer as súas emocións e sentimentos e abordalas dun xeito san (O₃).
- Fomentar o diálogo, os coidados e o apoio mutuo como unha ferramenta de axuda e de promoción da saúde mental (O₄).
- Traballar a expresión do autoconcepto en Instagram (O₅).
- Fomentar un emprego seguro e saudable desta plataforma (O₆).

Procedemento

O programa artículase ao longo de 6 sesións de 50 minutos cada unha, repartidas ao longo de 6 semanas (impartíndose deste modo unha sesión cada semana, aproveitando as horas de tutoría do alumnado), máis unha sesión á metade do programa coa finalidade de avaliar a súa implementación e facer posibles reaxustes.. Exceptuando a primeira e a última sesión, e a sesión de avaliación, a estrutura das sesións sería a seguinte: en primeiro lugar, faríase un breve repaso da sesión anterior, posteriormente presentaríase o tema a tratar na sesión actual e levaríase a cabo unha pequena formación por parte da profesional e un posterior debate moderado por esta. Tras esto proporíanse as actividades para realizar na casa por parte do alumnado. Traballariase con cada clase de forma illada, entendendo que así se

facilitaría a existencia previa de cohesión, compañerismo e ata certa confianza. As clases dividiríanse en grupos de traballo constituídos por 3 ou 4 persoas como máximo que se encargarían de realizar os exercicios.

Tódolos exercicios que as alumnas terían que levar a cabo consistirían nunha tarefa similar: crear contido para unha conta de Instagram que sería visualizado e co que interactuarían o resto das súas compañeiras de clase. O nome desta conta sería @Cibercoitados + o nome da clase (p. ex.: @Cibercoitados.1A, @Cibercoitados.2B, etc.). Esta conta sería administrada pola profesional da psicoloxía, a cal se encargaría de revisar os contidos antes de publicalos.

Os contidos creados polo alumnado poderían presentar un formato tan diverso coma posibilidades ofrece esta plataforma (imaxes, *memes*, texto, *stories*, vídeos...). A profesional encargaríase unicamente de propoñer a temática a tratar en cada un dos exercicios e o alumnado tería total liberdade creativa na creación de contido, pese a que a aprobación final da profesional sería necesaria para que os contidos creados finalmente se publicasen.

A avaliación da efectividade do programa realizarase mediante a versión en castelán da Escala de Adición a Instagram de Bergen (BIAS) (Chavez-Santamaria e Vallejos-Flores, 2021). Segundo o modelo de Foroughi et al. (2021), unha das principais razóns detrás do uso compulsivo de Instagram é precisamente o mal uso desta plataforma: os síntomas de depresión e ansiedade que produce dan pé a refuxiarse máis e máis nela, incrementando de novo ese malestar. Entendemos así que avaliando a adición a esta plataforma podemos tamén avaliar o seu mal uso en xeral. Tamén se pasarán a Escala de Benestar Psicológico para Adolescentes (BIEPS-J; Casullo & Castro Solano, 2000) e a Escala de Satisfacción coa Vida (SWLS; Pons et al., 2002) co fin de avaliar o benestar psicológico e a satisfacción coa vida, entendendo que estas variables correlacionan negativamente co uso inaxeitado de Instagram. Esperáse trala aplicación do programa uns resultados máis baixos na primeira escala e máis altos nas dúas últimas. Tamén se empregará unha versión adaptada ao programa do Cuestionario de Satisfacción do Cliente (CSQ, Attkisson, 1996) para avaliar a satisfacción do alumnado con este. Tódolos cuestionarios mencionados inclúense no anexo deste traballo.

Sesi3ns e actividades

Sesi3n I: Introducci3n.

Obxectivos que cumpre: O₁, O₂, O₆.

Actividade 1: Presentaci3n.

Duraci3n: 50 minutos.

Descrpci3n da actividade: Nesta primeira sesi3n, a profesional da psicoloxi3a presentarase 3s alumnas e preguntarlles os seus nomes. Despois desto, a profesional presentar3 o programa e a s3a finalidade e comezar3 a facerlle preguntas ao alumnado para achegarse a elas e amosarlles a utilidade do programa, como por exemplo “*¿Tedes conta en Instagram?*” (est3mase que, como a meirande parte de rapazas de 16, 17 e 18 anos, as alumnas respondan que s3. No caso de que algunha alumna non pos3a conta na plataforma, se lle ofrecer3 a opci3n de facerse unha se quere participar no programa. No caso de que algunha alumna non posea tel3fono m3bil ou conexi3n a internet, tentar3n facilitarselles dende o propio programa e dende o centro). Outras posibles preguntas poder3an ser “*¿Canto tempo lle adicades a Instagram ao d3a?*”, “*¿Pensades que 3 moito ou pouco?*”, “*¿Qu3 consecuencias credes que pode ter empregar Instagram demasiado tempo?*”, “*¿Cambiar3ades algo da vosa relaci3n con esta rede social?*”

Tras esta ronda de preguntas, nas que se fomentar3 o debate e a participaci3n de todo o alumnado, a profesional da psicoloxi3a pasaralle o BIEPS-J, o SWLS e o BIAS 3 clase. Ao rematar o 3ltimo cuestionario, preguntarselle ao alumnado se cubri3o lles fixo reflexionar dalg3n xeito sobre o uso que lle daban a Instagram.

Ao rematar este posible debate, a profesional dar3 comezo a unha explicaci3n sobre as consecuencias que Instagram pode chegar a ter sobre a sa3de mental das s3as usuarias (baixa satisfacci3n co corpo, baixa autoestima, s3ntomas de depresi3n e ansiedade, etc.), sobre qu3 3 o *Fear of Missing Out* e sobre como a prevenci3n dende a propia plataforma pode ser 3til para amortiguar estas consecuencias. Tras esto, se lles explicar3 en qu3 consistir3n as seguintes sesi3ns e se crear3 en conxunto con eles a conta de @Cibercoitados que a partir da seguinte sesi3n utilizar3n para subir os contidos que creen e se lles animar3 a seguila dende as s3as contas persoais. Por 3ltimo, crearanse os grupos de traballo cos que as alumnas

elaborarán os contidos para publicar na conta. Antes de marchar, se lles facilitará ás alumnas unha folla de consentimento informado para que as súas nais, pais ou titoras as autoricen a participar no programa.

Actividade 2: Información a nais e pais.

Duración: 2 horas.

Descrición da actividade: Tras a primeira sesión, a profesional chamará unha por unha ás nais, pais ou titoras das alumnas coa finalidade de informalas da existencia do programa, falarlles da súa importancia e notificalas de que, se queren que a súa filla participe, terán que firmar unha autorización.

Sesión II: Revisando os nosos hábitos.

Obxectivos que cumpre: O₁, O₂, O₅, O₆.

Actividade 1: ¿Por qué usamos Instagram?

Duración: 30 minutos.

Descrición da actividade: A sesión comezará coa profesional da psicoloxía lanzandolles ao alumnado a seguinte pregunta: “¿Por qué credes que usades tanto Instagram? ¿Qué vos leva a abrir a aplicación e pasar tanto tempo diante dela?”.

Tras o breve debate que estas preguntas ocasionarán, a profesional comezará a explicarlle ás alumnas qué é o *scrolling*, cómo a aplicación de Instagram está deseñada para activar o sistema de recompensa e causar unha especie de adicción e cómo se relaciona esto co *Fear of Missing Out* e a ansiedade. Trala explicación, deixarase un intre para que as alumnas comenten qué opinan e se xere outro pequeno debate.

Actividade 2: Exercicio: ¿canto e cando usamos Instagram?

Duración: 20 minutos (explicación), 1 semana (execución).

Descrición da actividade: No tempo de sesión restante, a profesional explicarlle ás alumnas o primeiro exercicio que terán que realizar na casa: cada vez que abran a aplicación de Instagram, tentarán pensar en se a abriron de forma consciente, buscando ler algunha

mensaxe ou notificación, buscar algo en concreto ou visualizar algún tipo de contido en particular; ou se pola contra foi un xesto mai ben automático. Tamén se lles animará a pensar en cómo se sentían cando a abiron, canto tempo botaron na aplicación, qué tipo de contido viron e cómo se sentiron despois. A finalidade deste exercicio é facer conscientes ás alumnas dos seus hábitos e da súa relación con esta rede social. Se lles pedirá a cada unha das alumnas que polo menos unha vez á semana cada unha delas faga unha *storie* na que enumeren brevemente todo isto, coa finalidade de normalizar e visibilizar que en ocasións esta aplicación se usa dunha forma relativamente compulsiva. Tamén se lles pedirá a cada grupo de traballo que cren contido en calquera dos formatos admitidos por esta app no que reflexionen brevemente sobre este tema para subir a conta. Se instará ás alumnas tamén a comentar e interactuar co contido creado polas súas compañeiras para dar pé ao debate e ao diálogo. Se é necesario, a profesional tamén familiarizará ás alumnas que o precisen co uso de apps de edición de imaxe e vídeo co fin de que poidan exercer ao máximo posible a súa liberdade creativa.

Sesión III: Todas nos aburrimos ás veces.

Obxectivos que cumpre: O₁, O₂, O₄, O₅.

Actividade 1: Repaso da sesión anterior.

Duración: 10 minutos.

Descrición da actividade: Ao comezo da sesión, cada grupo presentará e falará brevemente dos contidos que crearon, de cómo foi o proceso de creación e de que lles aportou o exercicio anterior, dando pé a unha breve conversa entre as alumnas na que poden opinar sobre os contidos doutras compañeiras.

Actividade 2: ¿Son as vidas dos demais tan divertidas como parecen?

Duración: 25 minutos.

Descrición da actividade: Nesta actividade a profesional da psicoloxía aproveitará os conceptos traballados polas alumnas no último exercicio para introducir ideas novas. Unha das ideas do exercicio previo era reflexionar sobre en qué momento e en qué estado anímico as alumnas abrían a aplicación de Instagram, qué contidos consumían e como se sentían despois. O esperado tras este exercicio é que sensacións como “aburrimiento”, “apatía”,

“tedio”... se mencionen con frecuencia, xa que son eses momentos nos que as persoas recurren ao teléfono para distraerse. Se lle preguntará tamén qué tipo de contidos viron e cómo eso repercutiu nesa sensación de aburrimiento e apatía. Segundo Torres-Serrano (2020), ver ás demais divertíndose e pasando bós momentos nestas situacións de apatía é o que esperta o *Fear of Missing Out* e pode desembocar nunha redución da satisfacción vital. Despois de explicarlle esta conexión ás alumnas e de deixalas expresar a súa opinión ao respecto, se lles propondrá a seguinte actividade.

Actividade 3: Exercicio: As redes sociais non son reais.

Duración: 15 minutos (explicación), 1 semana (execución).

Descrición da actividade: Nesta ocasión o exercicio proposto para casa será lexitimar e visibilizar que o aburrimiento existe e que as vidas ideais e cheas de estimulación que se amosan en redes sociais non son reais. Para isto, tódalas alumnas tentarán subir polo menos unha *storie* á conta de @Cibercoitados nalgún momento da semana no que manifesten abertamente que nese momento se aburren e non teñen nada que facer. A finalidade desto é a xa mencionada: visibilizar que ninguén ten unha vida constantemente chea de emocións e reducir o impacto do *Fear of Missing Out*. En canto a tarefa para realizar en grupo, as alumnas terán que crear contido en calqueira dos formatos admitidos pola app no que falen de por qué cren que a xente tende a proxectar unha vida ideal e perfecta en redes e sobre as consecuencias que eso pode chegar a ter. De novo se lles pedirá que na medida do posible comenten e interactúan co contido creado polas súas compañeiras para dar pé ao debate e ao diálogo.

Sesión IV: Todas sentimos.

Obxectivos que cumpre: O₃, O₄, O₅.

Actividade 1: Repaso da sesión anterior.

Duración: 10 minutos.

Descrición da actividade: Ao comezo da sesión, cada grupo presentará e falará brevemente dos contidos que crearon, de cómo foi o proceso de creación e de que lles aportou o exercicio anterior, dando pé a unha breve conversa entre as alumnas na que poden opinar sobre os contidos doutras compañeiras.

Actividade 2: ¿Está a funcionar o programa?.

Duración: 10 minutos.

Descrición da actividade: Coa finalidade de avaliar a implementación do programa, e aproveitando que xa pasou a primeira metade deste, onde se abordan temas máis ben vinculados co FoMO ou a ansiedade e o estrés derivados do uso de Instagram, fronte as cuestións máis relacionadas con aspectos emocionais que se abordarán na segunda metade; adicárase un breve momento desta sesión a preguntarlle ás alumnas como se sinten con respecto ao programa. Se lles está a gustar o procedemento a seguir, se teñen algunha suxerencia ou gustaríalles facer algún cambio, se hai algo sobre o que queren voltar, se están adquirindo coñecementos e ferramentas útiles, se van notando algún cambio na súa relación con esta rede social... Con todo isto preténdese, ademais de reforzar o sentimento de participación e implicación do alumnado e facelas sentir escoitadas, medir se realmente a intervención está a funcionar tal e como estaba previsto e se é preciso realizar algún tipo de modificación.

Actividade 3: ¿Qué sentimentos amosamos e cales decidimos agochar?

Duración: 20 minutos.

Descrición da actividade: Aproveitando que na sesión anterior se falou do aburrimiento e a apatía e se puxo sobre a mesa que tamén é un sentimento válido sobre o que se pode dialogar e que non hai que ocultar, nesta sesión exploraranse outros sentimentos que en ocasións tamén se deciden agochar en vez de dialogar e explorar. A tristeza, a ira, a frustración... sentimentos e emocións dun carácter menos positivo e das que é máis difícil “presumir” en ocasións se ocultan nesa *performance* que son as redes sociais. A finalidade desta sesión é promover que as alumnas tomen consciencia do importante que é saber cómo se sinten e da relevancia de falalo e exploralo coas súas persoas de confianza. Tentar ser sempre forte, aparentar estar sempre feliz cando o que precisamos son coidados ou compaixón pode chegar a ser problemático. Tras o breve debate e as opinións que esta información poida causar sobre o alumnado, se introducirá o exercicio para facer esta semana.

Actividade 4: Exercicio: Tódolos sentimentos son válidos.

Duración: 10 minutos (explicación), 1 semana (execución).

Descrición da actividade: O exercicio proposto para esta semana terá que ver coa visibilización de emocións e sentimentos que habitualmente se agochan. O exercicio individual, de novo, será crear unha *storie* nalgún momento da semana no que sintan algunha destas emocións que tradicionalmente non se amosan (ira, tristeza...) para subir á conta de @Cibercoidados na que as alumnas describan brevemente qué lles acontece e cómo se sinten. A actividade en grupo de novo consistirá na creación de contidos para subir a esta conta en calqueira dos formatos aceptados pola plataforma. Nesta ocasión o tema sobre o cal reflexionar son estes sentimentos xa citados: para qué cren que sirven, en qué condicións os sinten, cómo os xestionan, por qué lles custa amosalos ao mundo... A finalidade desta tarefa non é só promover a autoexploración e a educación emocional, se non tamén fomentar o diálogo e o apoio mutuo como a mellor forma de abordar este tipo de sensacións. Por eso, nesta ocasión non só se lles pedirá ás alumnas que comenten e interactuar co contido creado polas súas compañeiras, se non que amosen apoio e comprensión ante temas certamente delicados.

Sesión IV.2: Avaliación e reaxuste do programa.

Obxectivos que cumpre: Avaliar a implementación do programa ata a data e considerar posibles modificacións.

Actividade 1: Toma de contacto co profesorado.

Duración: 1 hora.

Descrición da actividade: Antes da seguinte sesión, a profesional da psicoloxía encargada da implementación do programa reunirse co profesorado do centro coa finalidade de coñecer a súa opinión sobre as accións que se están tomando coas alumnas, escoitar posibles suxerencias, cambios, etc.

Actividade 2: Toma de contacto con nais, pais e/ou titoras.

Duración: 2 horas.

Descrición da actividade: Seguindo a liña da actividade anterior, a profesional da psicoloxía encargada da implementación do programa chamará ás nais, pais e/ou titoras das alumnas coa finalidade de coñecer a súa opinión sobre as accións que se están tomando coas alumnas, escoitar posibles suxerencias, cambios, etc. Tamén se lles preguntará se aprecian algún cambio na relación que as súas fillas teñen co teléfono móbil.

Actividade 3: ¿É preciso reaxustar o programa?

Duración: 1 hora.

Descrición da actividade: A profesional da psicoloxía encargada da implementación do programa adicará un tempo a poñer en común as opinións das alumnas, das profesoras e das nais, pais e titoras; e barallará se é preciso reaxustar o programa, se todo está a saír segundo o previsto, se algunha modificación ou volta atrás é precisa... De non ser así, seguirase coas sesións descritas a continuación.

Sesión V: Falando de saúde mental.

Obxectivos que cumpre: O₂, O₃, O₄, O₅.

Actividade 1: Repaso da sesión anterior.

Duración: 15 minutos.

Descrición da actividade: Ao comezo da sesión, cada grupo presentará e falará brevemente dos contidos que crearon, de cómo foi o proceso de creación e de que lles aportou o exercicio anterior, dando pé a unha breve conversa entre as alumnas na que poden opinar sobre os contidos doutras compañeiras. Nesta ocasión, e tendo en conta que os contidos tratados no último exercicio fan referencia a emocións relativamente delicadas, se lles pedira ás alumnas que teñan tacto e amosen apoio e comprensión á hora de mostrar as súas opinións.

Actividade 2: ¿Qué é a saúde mental?

Duración: 25 minutos.

Descrición da actividade: Tras comentar a sesión anterior, aproveitaranse os contidos tratados nela (emocións, sentimentos, coidados, apoio mutuo...) para introducir o concepto de saúde mental. A profesional falará coas alumnas sobre a definición clásica de saúde como algo que fai alusión exclusivamente ao corpo, fronte a definición actual, máis holística, que tamén fai referencia ao benestar psicolóxico e social. Unha vez explicado esto, se lles preguntará ás alumnas que opinan ao respecto e que relación atopan entre os contidos que se foron abordando ao longo das distintas sesións do programa con este concepto, antes de introducir o último exercicio do programa.

Actividade 3: Exercicio: ¿a saúde mental ten cabida en Instagram?

Duración: 10 minutos (explicación), 1 semana (execución).

Descrición da actividade: nesta ocasión, non haberá ningún exercicio individual a realizar por parte das alumnas. A única tarefa será grupal, e, de novo, consistirá na creación de contidos para subir a esta conta en calquera dos formatos aceptados pola plataforma. Para este exercicio as alumnas deberán reflexionar sobre as relacións entre o uso de Instagram e a saúde mental, poñendo en práctica tódolos coñecementos adquiridos ao longo do programa.

Tamén sería de interese que propuxeran ferramentas para lidiar con sentimentos negativos ou para evitar o uso compulsivo de Instagram, ou simplemente consellos de promoción da saúde mental. Nesta ocasión, como nas outras, se lles pedirá ás alumnas que comenten e interactuar co contido creado polas súas compañeiras, sempre dende o apoio e a comprensión.

Sesión VI: Peche.

Obxectivos que cumpre: O₁, O₂, O₆.

Actividade 1: Repaso da sesión anterior.

Duración: 20 minutos.

Descrición da actividade: Ao comezo da sesión, cada grupo presentará e falará brevemente dos contidos que crearon, de cómo foi o proceso de creación e de que lles aportou o exercicio anterior, dando pé a unha breve conversa entre as alumnas na que poden opinar sobre os contidos doutras compañeiras. Nesta ocasión, se lles pedirá que poñan en relación o tratado neste exercicio con tódolos contidos abordados no programa.

Actividade 2: Conclusións.

Duración: 30 minutos.

Descrición da actividade: Para finalizar o programa, se lles pedirá ás alumnas que falen dos coñecementos e ferramentas adquiridos ao longo destas semanas. De se o programa lles resultou de utilidade, de se porán en práctica algo do aprendido, de se a súa relación con Instagram mudou dalgún xeito para mellor, etc.

Finalmente, se lle pasará o BIEPS-J, o SWLS e o BIAS a toda a clase coa finalidade de medir a efectividade do programa, así coma o CSQ para medir a súa satisfacción.

	Obxectivo 1	Obxectivo 2	Obxectivo 3	Obxectivo 4	Obxectivo 5	Obxectivo 6
Sesión I						
Sesión II						
Sesión III						
Sesión IV						
Sesión V						
Sesión VI						

Táboa 2. Relación entre sesións do programa e obxectivos específicos.

Recursos

A posta en práctica do programa é relativamente doada debido a parcial dixitalización da súa execución. Así, os recursos necesarios serían, por unha banda, o espazo físico para realizar as sesións formativas, que en principio consistirían nas propias aulas do centro. Esperase que este espazo físico, como soe acontecer nos centros educativos públicos, conte con algún tipo de proxector para que a profesional da psicoloxía poida empregar apoios visuais durante as ponencias e para que as alumnas poidan amosar os seus contidos ao resto de compañeiras. Tamén se espera que o centro conte con conexión a Internet para facilitar o traballo na aula e por se algunha das alumnas non conta con ela na súa casa para realizar os exercicios.

En canto a recursos materiais, serán necesarias en torno a 300 copias da Escala de Adición a Instagram de Bergen, da Escala de Benestar Psicolóxico para Adolescentes e da Escala de Satisfacción coa Vida (150 para pasar antes e 150 para pasar despois da aplicación do programa), e 150 copias do CSQ. Tamén serán necesarias 150 copias do consentimento informado para nais e pais. Tamén será necesario adquirir ata 3 *tablets* para deixarlle a algunhas das alumnas no caso de que non posúan *smartphone* propio e queiran participar no programa.

Por último, en materia de recursos humanos será necesaria a contratación dunha profesional da psicoloxía que se encargue de elaborar e impartir as charlas formativas, moderar os debates e administrar a conta de @Cibercoitados, así como de calqueira outra acción necesaria para implementar o programa. Teranse en conta á hora de remunerar a esta persoa as horas de preparación, avaliación e posible reaxuste dos contidos, as horas de impartición destes e o tempo invertido en administrar a conta de Instagram (estímase que 1 hora ao día de luns a venres).

Presuposto

Concepto	Unidades	Coste Unidade	Coste Total
Horas formativas (preparación + avaliación + reaxuste)	20 horas	15,00 €	300 €
Horas formativas (impartición)	4 aulas * 6 horas = 24 horas.	15,00 €	360 €
Traballo na casa administrando a conta	1 hora ao día* 30 días = 30 horas.	15,00 €	450 €
Kilómetros	27 Km ao día * 30 días = 810 Km	0,19 €	153,90 €
Fotocopias	1200	0,015 €	18 €
Tablets	3	100 €	300 €
SUBTOTAL			1581,90 €
IVA 21%			332,20 €
TOTAL			1914,10 €

Táboa 3. Presuposto do programa

Conclusión

Sobre a proposta de intervención elaborada nas últimas páxinas cabe ter en conta unha serie de consideracións e limitacións. A primeira, é o exceso de responsabilidade e traballo intelectual que recae sobre as alumnas, sendo elas quenes deseñan e elaboran os contidos sobre os que se traballa e os cales constitúen o groso do programa. A xustificación desto é a crenza na capacidade que as nativas dixitais teñen para realizar labores de investigación e consumir grandes cantidades de información e sintetizala, así como a súa soltura “innata” á hora de manexarse no terreo dixital. As adolescentes teñen ao alcance dun dedo toda a información que poidan querer dispoñer; o que precisan realmente é orientación á hora de manexar esas grandes cantidades de información e motivación para poñer todas estas

habilidades de investigación e síntese en práctica. Por outra banda, un problema común á hora de intervir con adolescentes, e máis nun tema como Instagram, que parece que só as concerne a elas, e a fenda xeracional e o uso de ferramentas que aos seus ollos parecen desfasadas, lonxanas e antigas. É principalmente por estas dúas razóns polas que se escolle esta dinámica de traballo: a profesional orienta, resolve dúbidas, aporta ferramentas; e as rapazas teñen liberdade á hora de expresarse e poñer sobre a mesa cales son os seus medos e as súas dúbidas. En canto ao formato dos exercicios, os coñecementos e reflexións aos que as adolescentes poden chegar creando un *meme* ou gravando un *reels* non distan tanto dos que poden adquirir redactando un informe ou cubrindo unha ficha. A diferenza aquí radica no motivante que pode resultar un exercicio se, en vez de articulalo coma se fosen “deberes”, o presentamos coma unha actividade lúdica, coa que se poidan sentir identificadas, que lles faga poñer en práctica competencias que probablemente adquiriron por elas mesmas no seu tempo de lecer e que poidan amosar e compartir coas súas amigas e compañeiras para facelas rir ou sentir. Por último, outro valor engadido desta forma de traballar deste modo con esta plataforma en concreto é o feito de poder resignificala. Coma outras ferramentas dixitais, e deixando de lado por un momento os fins puramente lucrativos que hai detrás do seu deseño, as redes sociais non son *per se* boas ou malas, mais a relación que a mocidade pode establecer con elas sí que pode ser máis ben positiva ou máis ben negativa. Por isto é tan importante amosarlles que outro Instagram é posible, que dentro dun espazo dominado pola velocidade, o consumo voraz e a impostura dunha vida na que só a ollada allea ten relevancia; poden ter cabida os afectos, a pausa, o diálogo ou os coidados.

Aínda así a posta en práctica desta proposta é ambiciosa e arriscada. A clase na que se tente aplicar pode estar falta de cohesión, ter unhas dinámicas de poder moi marcadas... o cal podería derivar nun mal uso do programa, aproveitando os contidos creados para delimitar aínda máis estas dinámicas de poder, xulgar ás compañeiras ou ata facer *bullying*. A figura da profesional da psicoloxía é imprescindible nestas situacións para moderar e canalizar estas posibles situacións perniciosas cara unha intervención positiva.

Fóra do risco mencionado, tamén cabe preguntarse se realmente ten sentido invitar ás alumnas que non posúan conta en Instagram a facerse unha para participar no programa. Ao fin e ao cabo, se non teñen Instagram están libres de risco, podería pensarse. Mais tendo en conta a voraxine que constitúen as redes sociais hoxe por hoxe, da cal é cada vez máis difícil

escapar, o máis probable é que estas persoas acaben accedendo a esta rede social cedo ou tarde. Ao fin e ao cabo, se é imposible fuxir da dixitalización, a mellor alternativa quizáis é ocupar e transformar estes espazos virtuais nuns nos que pague a pena estar. É preferible que aprendan a usar Instagram dun xeito seguro e nun contexto no que as súas dúbidas podan ser resoltas por unha profesional a que caigan nas dinámicas de toxicidade típicas das redes sociais.

Outra cuestión a mencionar é o curso no que se aplica a proposta. O bacharelato non forma parte da educación obligatoria, ademais de que son cursos moi enfocados ao acceso á universidade, polo que, dalgún xeito, estamos excluindo as rapazas que non alcanzan este nivel educativo dos beneficios deste programa. Pese a que o programa pódese aplicar sen problema en alumnado de Ciclo Medio e Ciclo Superior, a mocidade que só remata a ESO (ou que non a chega a rematar) segue a quedar fóra da intervención. Neste caso faríase necesario redeseñar o programa para poder aplicalo fóra dos centros educativos. Non se barallou en primeiro lugar aplicar a intervención na ESO pola curta idade do alumnado; é preferible esperar a que medren un pouco máis para que comencen a usar a plataforma. Nesas idades quizáis sería de maior interese a posta en marcha de propostas formativas e de prevención e sensibilización en conxunto con nais e profesoras.

A presenza dos últimos suxeitos mencionados é unha das cousas que se botan en falta neste programa. Quizáis unha das principais eivas da proposta é o escaso contacto con adultos: as profesoras non están presentes ao longo do procedemento e as nais e pais só reciben un pouco de información ao comezo deste. A razón desto é o formato virtual e certamente informal/xuvenil no que se desenvolve a meirande parte do programa e que dificultaría a participación de axentes de certa idade debido a fenda xeracional. Como se menciona no presente traballo, o 70% de usuarias de Instagram teñen menos de 30 anos. Introducir neste a axentes tan externos a el, explicarlles os códigos que usan as súas fillas e alumnas e os significantes desta rede social suporía tal inversión de tempo que podería elaborarse un programa enteiro de intervención ao respecto. Outra razón para centrarnos exclusivamente nas adolescentes é unha consecuencia directa do que se acaba de mencionar: Instagram é un “mundo sen adultos”, e a liberdade expresiva e creativa que sinten moitas adolescentes nesta plataforma deriva precisamente desa falta de “vixiancia”. Isto pode dar pé a que a mocidade se cohiba ou mostre certo recelo á hora de permitir que as súas profesoras,

nais e pais visualicen contido creado por elas mesmas. Por suposto, isto non é positivo, nada máis lonxe da realidade. Esa falta de “vixiancia” pode chegar a ser extremadamente nociva e os espazos virtuais poden chegar a transformarse en auténticas “xunglas” nas que as adolescentes dean renda solta a conductas tan prexudiciais coma o *ciberbullying*. Sen embargo, considérase que a presenza da profesional da psicoloxía como moderadora dos contidos poida controlar esta potencial toxicidade. Por outra banda, os núcleos familiares e os centros educativos seguen a constituír os principais espazos de desenvolvemento persoal da mocidade, e por isto é fundamental incluír ás adultas que forman parte deles neste tipo de iniciativas, para asegurar que teñan a formación e as competencias necesarias para ser modelos positivos que aseguren unha orientación axeitada ás mozas; e para asegurar a cohesión e o entendemento dentro destes espazos. Por todo isto sería boa idea que paralelamente a este programa se desenvolvan accións de formación e sensibilización en materia de redes sociais orientadas a estas figuras.

Por último, é necesario facer referencia á falta de programas similares a este. A intervención sobre este tipo de temáticas hoxe por hoxe límitase a charlas formativas onde se tratan temas como a *ciberseguridade*, deixando moi de lado as repercusións emocionais e psicolóxicas que o uso das redes sociais pode chegar a ter. Aínda que isto pode poñer en valor esta proposta por novedosa, tamén a fai arriscada pola falta de intervencións similares que permitan prever cómo vai funcionar. Por eso é menester comezar a poñer sobre a mesa estas cuestións e abordalas canto antes. O verdadeiro risco que Internet constitúe para a mocidade fai tempo que deixou de consistir unicamente nas relacións que podían chegar a establecer con terceiras persoas; hoxe por hoxe, as redes sociais poden facer mudar a relación que as adolescentes teñen con elas mesmas.

Referencias Bibliográficas

- Atención Psicológica USC [@atencionpsicologicausc]. (s.f.) Publicacións [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado o 25 de xuño de 2021, de <https://www.instagram.com/atencionpsicologicausc/>
- Attkisson, C. C. (1996). The Client Satisfaction Questionnaire (CSQ) Scales. UCSF.
- Anixiadis, F., Wertheim, E. H., Rodgers, R., e Caruana, B. (2019). Effects of thin-ideal Instagram images: The roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing. *Body image*, 31, 181-190.
- Bragazzi, N. L., e Del Puente, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology research and behavior management*, 7, 155–160. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S41386>
- Calpa, A. C. S., Unigarro, S. A. D., e Guaca, N. A. (2017). Ventajas y desventajas del Smartphone para el clima laboral de la organización. *Documentos de Trabajo ECACEN*, (2).
- Calvete, E., e Londres, U. (2017). Adaptación al español del cuestionario Nomophobia Questionnaire (NMP-Q) en una muestra de adolescentes. *Actas Esp Psiquiatr*, 45(4), 137-44.
- Carroll, D. R. (2017). Instagram. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1-2.
- Casullo, M. M. e Castro-Solano, A. (2000). Evaluación del bienestar psicológico en estudiantes adolescentes argentinos. *Revista de Psicología*, 18(1), 35-68.
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., e Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body image*, 29, 90-99.
- Chavez-Santamaria, A., e Vallejos-Flores, M. A. (2021). Diseño y validez de la Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS) en adultos peruanos. *Propósitos y Representaciones*, 9(1).
- Coidarnos [@acoidarnos]. (s.f.) Publicacións [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado o 25 de xuño de 2021, de <https://www.instagram.com/acoidarnos/>
- CoidoME [@coidome.oficial]. (s.f.) Publicacións [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado o 25 de xuño de 2021, de <https://www.instagram.com/coidome.oficial/>
- Culomala [@culomala]. (s.f.) Publicacións [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado o 25 de xuño de 2021, de <https://www.instagram.com/culomala/>

- Culomala [@culomala]. (18 de xuño de 2021). *inspirado en el último post d @martamnovoapsico* [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CQD0mQ7jIX5/>
- Culomala [@culomala]. (4 de xuño de 2021). *tengo el gusto d sacar este meme con @c.h.a.r.l.i.t.o para @la.picotres que estrenan hoy súper revista. echadle un ojo* [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CPbYAY_DRKN/
- Dávila, M. R. M. (2020). M-Learning: características, ventajas y desventajas, uso. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 8(1), 50-52.
- Del Prete, A., e Redon-Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96.
- Elhai, J. D., Dvorak, R. D., Levine, J. C., e Hall, B. J. (2017). Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. *Journal of affective disorders*, 207, 251-259.
- Emanuel, R., Bell, R., Cotton, C., Craig, J., Drummond, D., Gibson, S., ... e Williams, A. (2015). The truth about smartphone addiction. *College Student Journal*, 49(2), 291-299.
- Figuroa, L. (2011). Smartphones: una revolución en las comunicaciones. *Realidad y Reflexión*, 33, 61-72.
- Foroughi, B., Griffiths, M. D., Iranmanesh, M., e Salamzadeh, Y. (2021). Associations between Instagram addiction, academic performance, social anxiety, depression, and life satisfaction among university students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-22.
- Gallego, (2010). *Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: Editex.
- Jeri-Yabar, A., Sanchez-Carbonel, A., Tito, K., Ramirez-delCastillo, J., Torres-Alcantara, A., Denegri, D., e Carreazo, Y. (2019). Association between social media use (Twitter, Instagram, Facebook) and depressive symptoms: Are Twitter users at higher risk?. *International Journal of Social Psychiatry*, 65(1), 14-19.
- Jiang, S., e Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6(2), 2056305120912488.

- Latorre, M. (2018). Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. *Universidad Marcelino Champagnat. Documento*. Recuperado de: umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf.
- Lepp, A., Barkley, J. E., e Karpinski, A. C. (2014). The relationship between cell phone use, academic performance, anxiety, and satisfaction with life in college students. *Computers in human behavior, 31*, 343-350.
- Li, P., Chang, L., Chua, T. H. H., e Loh, R. S. M. (2018). “Likes” as KPI: An examination of teenage girls’ perspective on peer feedback on Instagram and its influence on coping response. *Telematics and Informatics, 35*(7), 1994-2005.
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Debate.
- Pons, D., Atienza, F. L., Balaguer, I., e García-Merita, M. L. (2002). Propiedades psicométricas de la Escala de Satisfacción con la Vida en personas de la tercera edad. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico Evaluación Psicológica, 13*, 71-82.
- Postoxicidad [@postoxicidad]. (s.f.) Publicacións [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado o 25 de xuño de 2021, de <https://www.instagram.com/postoxicidad/>
- Postoxicidad [@postoxicidad]. (18 de xuño de 2021). *Qué difícil es despedirse. Aún más cuando la relación cambia y no es por tu voluntad. Toca asimilar*. [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CQQm4CaI7MA/>
- Postoxicidad [@postoxicidad]. (11 de xuño de 2021). *¿Hasta cuándo?* [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CPyKSwiIMxQ/>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., e Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior, 29*(4), 1841-1848.
- Puertas, D. G. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Espanola de Comunicacion en Salud, 11*(2), 244-254.
- Simó-Sanz, C., Martínez Sabater, A., Ballestar Tarín, M. L., e Domínguez Romero, A. (2017). Instrumentos de evaluación del uso problemático del teléfono móvil/smartphone. *Salud y Drogas, 2017, vol. 17, num. 1, p. 5-14*.
- Statista (2021). Número de usuarios de smartphones a nivel mundial desde 2016 hasta 2021. Recuperado de:

<https://es.statista.com/estadisticas/636569/usuarios-de-telefonos-inteligentes-a-nivel-mundial/>

Statista (2021). Distribución porcentual de los usuarios de Instagram en el mundo en 2021, por edad. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/875258/distribucion-por-edad-de-los-usuarios-mundiales-de-instagram/>

Statista (2021). Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2021. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>

Svenson, P. (2013). Smartphones now outsell 'dumb' phones. *3news*. Recuperado de: <http://www.3news.co.nz/Smartphones-now-outsell-dumb-phones/tabid/412/articleID/295878/Default.aspx>

Tabuenca, B., Sánchez-Peña, J. J., e Cuetos-Revuelta, M. J. (2019). El smartphone desde la perspectiva docente: ¿una herramienta de tutorización o un catalizador de ciberacoso?. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 19(59).

Tiggemann, M., e Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183-2199.

Torres-Serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre narcisismo y autoestima. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 38(1).

Urrútia, G., e Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis. *Medicina clínica*, 135(11), 507-511.

Yurdagül, C., Kircaburun, K., Emirtekin, E., Wang, P., e Griffiths, M. D. (2019). Psychopathological consequences related to problematic Instagram use among adolescents: The mediating role of body image dissatisfaction and moderating role of gender. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-13.

Índice de figuras

Figura 1. Termos e conectores de busca usados na procura de información.....	9
Figura 2. Diagrama no que se describen os pasos a seguir ata chegar a selección final de artigos.....	10
Figura 3. (Postoxicidad, 2021).....	21
Figura 4. (Postoxicidad, 2021).....	21
Figura 5. (Culomala, 2021).....	21
Figura 6. (Culomala, 2021).....	21

Índice de táboas

Táboa 1. Artigos seleccionados e categoría na que se inclúen.....	15
Táboa 2. Relación entre sesións do programa e obxectivos específicos.....	35
Táboa 3. Presuposto do programa.....	37

Anexos

Anexo 1. Escala de Adición a Instagram de Bergen (BIAS)

Instrucións: Debaixo atoparás algunhas preguntas sobre a túa relación e uso de Instagram.

Empregando a escala de resposta a seguir, escolle a alternativa que mellor te describa.

<i>Moi raramente</i>	<i>Raramente</i>	<i>Ás veces</i>	<i>Frecuentemente</i>	<i>Moi Frecuentemente</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>

Cantas veces ao longo do último mes...

...adicaches moito tempo a pensar sobre Instagram ou planeando o uso de Instagram?

1 2 3 4 5

...sentiches un desexo cada vez maior de usar Instagram?

1 2 3 4 5

...usaches Instagram para esquecer problemas persoais?

1 2 3 4 5

...tentaches reducir o teu uso de Instagram sen éxito?

1 2 3 4 5

...senticheste inqueda ou perturbado por non poder empregar Instagram?

1 2 3 4 5

...usaches tanto Instagram que tivo un impacto negativo no teu traballo/estudos?

1 2 3 4 5

Anexo 2. Escala de Benestar Psicológico para Adolescentes (BIEPS-J)

1. Creo que me fago cargo do que digo ou fago.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

2. Teño amigos/as nas que podoo confiar.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

3. Creo que sei o que quero facer coa miña vida.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

4. En xeral estou conforme co corpo que teño.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

5. Se algo me sale mal podoo aceptalo, admitilo.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

6. Importame pensar que farei no futuro.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

7. Xeralmente caiolle ben á xente.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

8. Conto con persoas que me axudan se o preciso.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

9. Estou bastante conforme coa miña forma de ser.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

10. Se estou molesto/a por algo son capaz de pensar en como cambialo.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

11. Creo que en xeral levome ben coa xente.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

12. Son unha persoa capaz de pensar nun proxecto para a miña vida.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

13. Podoo aceptar as miñas equivocacións e tratar de mellorar.

Dacordo. Nin dacordo nin desacordo. Desacordo.

Anexo 3. Escala de Satisfacción coa Vida (SWLS)

Por favor, indica o teu grao de acordo con cada frase rodeando cun círculo o número apropiado (1 = Moi en desacordo, 5 = Moi dacordo), (só un por afirmación). Por favor, sé sincero/a coa túa resposta.

1	Na meirande parte de cousas, a miña vida é coma eu quero que sexa.	1	2	3	4	5
2	As circunstancias da miña vida son moi boas.	1	2	3	4	5
3	Estou satisfeito coa miña vida.	1	2	3	4	5
4	Ata agora conseguín da vida cousas que considero importantes.	1	2	3	4	5
5	Se poidera vivir a miña vida de novo, non cambiaría case nada.	1	2	3	4	5

Anexo 4. Cuestionario de Satisfacción do Cliente (CSQ)

RODEA CUN CÍRCULO A OPCIÓN CORRECTA A CADA PREGUNTA

1.- ¿Cómo avaliarías a calidade do programa?

1. Excelente 2. Boa 3. Regular 4. Mala

2.- ¿Recibiches a clase de información e ferramentas que precisabas?

1. Definitivamente non. 2. Moi pouco. 3. Polo xeral, si. 4. Definitivamente si.

3.- ¿Ata que punto o programa che axudou a resolver os teus problemas con Instagram?

1. En case todos. 2. Na maior parte. 3. Só nalgúns. 4. En ningún.

4.- ¿Se algún amigo o precisase, recomendaríaslle o programa?

1. Definitivamente non. 2. Non creo. 3. Creo que sí. 4. Definitivamente si.

5.- ¿Cómo de satisfeito/a te atopas coas ferramentas e información que recibiches?

1. Moi insatisfeito/a. 2. Algo insatisfeito/a. 3. Algo satisfeito/a. 4. Moi satisfeito/a.

6.- ¿O programa axudouche a afrontar mellor os teus problemas?

1. Moito. 2. Algo. 3. Realmente non. 4. Parecían empeorar as cousas.

7.- ¿En xeral, cómo de satisfeito/a estás co programa?

1. Moi satisfeito/a. 2. Algo satisfeito/a. 3. Algo insatisfeito/a. 4. Moi insatisfeito/a.

8.- ¿Se precisaras axuda neste eido, volverías a pasar polo programa?

1. Definitivamente non. 2. Non creo. 3. Creo que sí. 4. Definitivamente si.

Por favor escribe aquí os teus comentarios e suxerencias:

O que máis me gustou do programa foi:

Creo que se podería mellorar: