

**Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo:  
Aproximación Cualitativa Exploratoria**

María Camila Bermúdez Mejía

Departamento de Psicología- Universitat Oberta de Catalunya

80.595 - Trabajo Final de Grado de Psicología Social

Docente colaborador: Esther Fornaguera Flores

Junio 2023

### **Agradecimientos**

*A mi familia, especialmente a mis padres, les agradezco de corazón el apoyo incondicional que siempre me han brindado. Su confianza en mí ha sido fundamental para superar esta etapa. No estaría aquí sin ustedes.*

*A mi pareja. Gracias por la paciencia y apoyo constante, y por haber estado ahí para escucharme siempre que lo necesité.*

## Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto e influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo en la población adulta joven. A partir de este punto, se indaga en la experiencia personal de los participantes, estableciendo una conexión directa entre su percepción del contenido visualizado en redes sociales en su día a día y la prevalencia de conductas alimentarias de riesgo, proporcionando una visión detallada de la problemática en cuestión.

Las redes sociales desempeñan un papel significativo en la formación y consolidación de hábitos alimentarios en la población. Además, las nuevas tecnologías han adquirido una relevancia cada vez mayor, debido a que su uso continúa en aumento. Al mismo tiempo, los TCA siguen siendo una preocupación relevante debido su prevalencia y gravedad.

La investigación se lleva a cabo dentro del campo de la Psicología Social, adoptando un enfoque cualitativo exploratorio que se basará en los principios y enfoque del Construccinismo Social. Para ello, se han entrevistado a 7 mujeres y 3 hombres, usuarios de redes sociales y pertenecientes a la población adulta joven, mediante una entrevista semiestructurada.

Las conclusiones clave derivadas de este estudio determinan que estas plataformas, a través de su exposición mediática a ideales de belleza centrados en la delgadez, influyen en las elecciones y comportamientos relacionados con la alimentación de la población, generando efectos negativos en la autoestima y autoconcepto, enlazados a la insatisfacción y comparación corporal. Los resultados destacan la importancia de comprender y abordar esta problemática en nuestra sociedad actual, en base a las reflexiones y experiencias de los participantes que destacan la transmisión de información relacionada con dietas, conductas restrictivas, patrones de belleza inalcanzables y la sobreexposición y sobrevaloración de la figura y el peso corporal, que producen presiones a nivel social.

## Palabras Clave

Redes Sociales, Trastornos de la Conducta Alimentaria, Conductas Alimentarias de Riesgo.

## **Abstract**

The purpose of this research is to analyze the impact and influence of social networks in the development of risky eating behaviors in the young adult population. From this point, the personal experience of the participants is investigated, setting up a direct connection between their perception of the content displayed on social networks in their daily lives and the prevalence of risky eating behaviors, providing a detailed view of the problem in question.

Social networks play a significant role in the formation and consolidation of eating habits in the population. In addition, modern technologies have become increasingly relevant, as their use continues to increase. At the same time, eating disorders are still a relevant concern due to their prevalence and severity.

The research is conducted within the field of Social Psychology, adopting an exploratory qualitative approach that will be based on the principles and approach of Social Constructionism. For this purpose, 7 women and 3 men, users of social networks and belonging to the young adult population, have been interviewed with a semi-structured interview.

The key conclusions derived from this study determine that these platforms, through their media exposure to beauty ideals focused on thinness, influence the population's choices and behaviors related to food, generating negative effects on self-esteem and self-concept, linked to body dissatisfaction and comparison. The results highlight the importance of understanding and addressing this problem in our current society, based on the reflections and experiences of the participants who emphasize the transmission of information related to diets, restrictive behaviors, unattainable beauty patterns and the overexposure and overvaluation of the figure and body weight, which produce pressures at a social level.

## **Key Words**

Social Media, Eating Disorders, Risky Eating Behaviors.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	7
Justificación .....	8
Marco Teórico .....	9
Los Trastornos De La Conducta Alimentaria.....	10
Factores De Riesgo Relacionados Con Las Conductas Alimentarias De Riesgo.....	11
El Papel De Las Redes Sociales En Las Conductas Alimentarias De Riesgo.....	11
El Autoconcepto Y Autoestima.....	12
Insatisfacción y Comparación Corporal. ....	12
Objetivos.....	12
Objetivo General .....	12
Objetivos Específicos.....	13
Marco Metodológico.....	13
Método .....	13
Técnicas de investigación .....	13
Contexto.....	14
Procedimiento .....	15
Participantes .....	15
Espacio Territorial.....	15
Planificación .....	16
Diseño De Los Instrumentos Para La Recogida De Datos .....	17
Aspectos Éticos .....	23
Preparación Del Trabajo De Campo: Selección Y Contacto Con Los/As Informantes Clave .....	24
Resultados.....	25
Categoría General: Datos Sociodemográficos Y Tiempo .....	25
Categoría: Uso Y Contenido De Las Redes Sociales .....	26
Categoría: Conductas Alimentarias De Riesgo.....	28
Categoría: Autoconcepto y Autoestima.....	31
Categoría: Insatisfacción Y Comparación Corporal .....	34
Discusión .....	38
Conclusión.....	41
Potencialidades.....	43
Limitaciones .....	43
Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria María Camila Bermúdez Mejía	

Resumen Público no Especializado .....	44
Referencias .....	45
Apéndices.....	53
Apéndice A.....	53
Apéndice B.....	54
Apéndice C.....	55
Apéndice D.....	58
Apéndice E.....	60
Tabla E11 .....	60
Tabla E12.....	62
Tabla E13.....	64
Tabla E14.....	67
Tabla E15.....	69
Tabla E16.....	71
Tabla E17.....	73
Tabla E18.....	76
Tabla E19.....	77

## Introducción

Las plataformas de redes sociales han adquirido una importancia considerable en nuestra vida y en la manera en que interactuamos como sociedad, partiendo de la ejecución de su uso desde tempranas edades, donde se comienza a desconocer un mundo sin la existencia de estos medios. Por esta razón, se comienza a utilizar el término “nativos virtuales” (Croni y Konijn, 2018), conceptualizando la actual era digital en la que las plataformas de redes sociales permiten compartir información, imágenes y vídeos, haciendo parte de nuestra rutina diaria.

La comida no cumple una función o actividad únicamente biológica, sino que además “comer” se relacionaría más bien con un fenómeno social y cultural, donde se ven expresadas las creencias y preferencias que hacen parte de nuestra identidad, orientando nuestro comportamiento y decisiones (Contreras, 1995). Como consecuencia, es importante mantener una relación saludable con la comida, ya que determina en gran medida la calidad de vida, salud, comportamiento y forma de relacionarse. La Asociación de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA) de Aragón (2019) documentó un aumento de los casos de TCA durante los últimos diez años, pasando de un porcentaje del 3,5% para el periodo 2000-2006, al 7,8% para el periodo 2013-2018, duplicándose a nivel mundial.

Con el aumento de los TCA en la actualidad, se genera una necesidad de actualizar los datos y bibliografía sobre la posible influencia de las redes sociales en las conductas alimentarias de riesgo (CAR).

Estas conductas se manifiestan en atracones, la sensación de pérdida de control al comer, la realización de dietas estrictas, el ayuno, el vómito autoinducido, conductas purgativas como uso de laxantes, diuréticos y anfetaminas, conductas compensatorias como el ejercicio físico excesivo, cuya finalidad es perder peso (Ureña et al., 2015). Además, se suelen presentar antes de que un individuo sea diagnosticado con un TCA, por lo que se trata de una fase anterior al diagnóstico, que cuenta con una menor intensidad y frecuencia en comparación de un caso diagnóstico de TCA (Chacón-Quintero et al., 2016).

El objetivo de esta investigación empírica es estudiar y analizar la relación entre el uso de las redes sociales y el riesgo de padecer un TCA, determinando si existen CAR. Esta investigación se centra en el contexto y entorno social, respecto a la población adulta joven que haga uso de redes sociales globalmente, con la finalidad de conocer además si existe influencia en el autoconcepto y autoestima e insatisfacción corporal mediante un enfoque cualitativo. Para ello, se realizan entrevistas

Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

semiestructuradas mediante la plataforma Google Meet, realizando las transcripciones de la información recogida de manera anónima, y respetando la confidencialidad de los participantes.

### **Justificación**

La influencia de las redes sociales en la manifestación de las CAR es un tema de gran importancia, que requiere continuar estudiándose actualmente. Las plataformas digitales juegan un papel importante en la consolidación de hábitos alimenticios en adolescentes y en la población adulta joven. Según Rounsefell et al. (2020) la etapa de la juventud se encuentra en un rango de 18-30 años, estableciendo el periodo de transición entre la adolescencia y la edad adulta, remarcando la importancia de valorar la presencia de cierto grado de vulnerabilidad e influenciabilidad debido a la falta de experiencia vital.

Si bien la tecnología virtual puede traer consigo grandes avances y beneficios, es de gran importancia tener en cuenta el exceso de información, la falta de control y de rigurosidad a la hora de moderar el contenido que se comparte y sus temáticas, que pueden afectar el libre desarrollo socioafectivo y conductual de quienes hacen parte de esta era digital y mundos virtuales al promover patrones alimentarios y estándares de belleza imposibles de lograr, desencadenando prejuicios relacionados con el peso y aspecto corporal. Por otra parte, tal y como se expone en Rounsefell et al. (2020) existe una asociación entre la insatisfacción corporal y el riesgo de sufrir depresión como consecuencia de una baja autoestima, y una mala calidad de vida, que a su vez se ve relacionada con las CAR.

El crecimiento de las redes sociales, como Facebook, Instagram o Twitter, ha aumentado la exposición a los ideales de delgadez y forma física (Aparicio-Martínez et al., 2019). Así mismo, se pueden encontrar múltiples campañas publicitarias en contra del consumo de azúcar y alimentos ultra procesados, partiendo de movimientos como el Realfooding y la divulgación de prácticas restrictivas como el ayuno intermitente, CleanEating, y distintos tipos de dietas enfocadas en el consumo de determinados productos y cantidades limitadas. Además, es importante conocer la influencia que ejerce la exposición de información de los grupos pro-Anorexia (pro-Ana) y pro-Bulimia (pro-Mía) en esta problemática, y a los que se pueden acceder con gran facilidad mediante foros y comunidades en plataformas como Twitter.

El estudio de este tema permitirá prevenir, detectar y controlar los TCA de la manera más eficaz posible, y será de gran interés para profesionales de la psicología



para fomentar la prevención y control de estas CAR. A su vez, permitirá conocer las consecuencias a nivel social del uso de las redes sociales.

### **Marco Teórico**

En los últimos años, las redes sociales y los medios de comunicación han sido responsables de exponer masivamente a la sociedad a los ideales de delgadez, la cultura de la dieta, entre otros sistemas de creencias que buscan conseguir un ideal de cuerpo perfecto desde una edad temprana. Jiotso et al. (2021) encontró que las mujeres jóvenes, que son las más sensibles a los ideales de delgadez, tienden a relacionarlos con la belleza y el éxito. No obstante, es importante también incluir la influencia de estos estándares en hombres y conocer de qué manera les afecta a nivel social, psicológico y conductual.

Durante los últimos años se ha observado un incremento en los diagnósticos de TCA entre los países occidentales. Se ha atribuido este incremento a los medios de comunicación, debido a que múltiples investigaciones han revelado que, las imágenes de delgadez que se difunden causan una gran insatisfacción corporal en la población (Peter y Brosius, 2021). Sin embargo, en estas investigaciones no se valora la experiencia personal de los afectados, y suelen centrarse en medios de comunicación tradicionales, como la televisión y las revistas (Sidani et al., 2016).

Las CAR tienden a manifestarse en una etapa anterior al desarrollo de un trastorno alimentario diagnosticable, ya que según Chacón-Quintero et al. (2016) se trata de un “síndrome parcial”, que suele manifestarse a través de la insatisfacción corporal, imagen corporal negativa y la puesta en práctica de conductas para perder peso. Por tanto, estas conductas pueden tornarse en crónicas y agudas, derivándose a un caso de TCA.

La etiología de los TCA y las conductas de riesgo es multifactorial, incluyendo atribuciones a nivel biológico, psicológico, familiar, social y ambiental (Andrés Rueda *et al.*, 2021). Es por ello por lo que la exposición continua a redes sociales se puede ver asociada con el desarrollo de esta problemática, ya que la internalización constante de la delgadez y la búsqueda de aceptación puede desembocar en CAR y la internalización del miedo a engordar. Los estándares de belleza actuales persiguen el objetivo del peso ideal, mediante mecanismos compensatorios y restrictivos que, a su vez, se ven relacionados con una distorsión a nivel corporal.

## Los Trastornos De La Conducta Alimentaria

En primer lugar, los TCA se caracterizan por:

Una alteración persistente en la alimentación o en el comportamiento relacionado con la alimentación que lleva a una alteración en el consumo o en la absorción de alimentos y que causa un deterioro significativo de la salud física o del funcionamiento psicosocial (APA, 2014).

En esta misma línea, los TCA más conocidos según la Clasificación Internacional de Enfermedades, undécima revisión (CIE-11) son: 6B80 Anorexia nerviosa, 6B81 Bulimia nerviosa, 6B82 Trastorno por atracón, 6B83 Trastorno evitativo o restrictivo de la ingesta alimentaria, 6B84 Síndrome de pica, 6B85 Trastorno por rumiación o regurgitación, 6B8Y Otros trastornos especificados del comportamiento alimentario, 6B8Z Trastornos del comportamiento alimentario, sin especificación.

Por otra parte, en España se han realizado múltiples estudios sobre la prevalencia de los TCA en la población, y se estima que la prevalencia diagnóstica de TCA se sitúa en torno al 1-4%, obteniendo una tasa del 0,11 al 0,14% en anorexia nerviosa (AN), del 0,41 al 2,9% en bulimia nerviosa (BN) y del 2,76 al 5,3% en trastornos de la conducta alimentaria no especificados (Pérez et al., 2021).

En un estudio reciente realizado en la ciudad de Medellín, Colombia, se analizó la relación entre el riesgo de TCA y el uso de redes sociales en 337 mujeres con edades entre los 15 y los 30 años que llevaban más de 4 meses asistiendo regularmente a gimnasios. Se identificaron 143 (47,5%) casos con riesgo de TCA. Se encontraron resultados estadísticamente significativos con relación al riesgo de TCA y algunos elementos del uso de redes sociales, demostrando además que se busca la aprobación de la autoimagen mediante estas CAR (Castañeda y Emiro, 2020).

A su vez, encontramos la revisión bibliográfica realizada por García (2020) acerca de la influencia de las redes sociales en el aumento de riesgo de padecer un TCA en adolescentes y mujeres jóvenes. Se concluye que existe un mayor riesgo de sufrir un TCA en mujeres, debido a que se les imponen prototipos de belleza desde edades tempranas en otros medios como revistas y televisión. No obstante, esta revisión únicamente tiene en cuenta al género femenino y es poco representativa, por lo que sus resultados son contradictorios con relación a la investigación realizada por Ojeda et al. (2021), donde no se halló una relación significativa entre el género y el riesgo de padecer un TCA.

## **Factores De Riesgo Relacionados Con Las Conductas Alimentarias De Riesgo**

Algunos estudios han identificado como factores de riesgo los siguientes elementos: interiorización del estándar ideal de delgadez, el índice de masa corporal (IMC), la insatisfacción corporal (Unikel et al., 2010), depresión, baja autoestima, estrés, la pertenencia al sexo femenino, ideación suicida, impulsividad (Nuño et al., 2009), y críticas familiares relativas al peso corporal (Unikel et al., 2013).

## **El Papel De Las Redes Sociales En Las Conductas Alimentarias De Riesgo**

El concepto de Red Social, desde una perspectiva general, y según los antropólogos Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes (Ponce, 2012), es una estructura social conformada por personas o sistemas conectados entre sí por relación o interés común. Por otra parte, según la Real Academia Española (2014) se trataría de una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

En la década de los 90 comenzaron a realizarse las primeras investigaciones centradas en la influencia de las imágenes exhibidas en revistas de moda sobre el autoconcepto y la práctica de dietas para perder peso (Posavac et al., 1998). Actualmente, las redes sociales han tomado el protagonismo, y el acceso ilimitado a espacios virtuales sin ningún tipo de filtro o control favorece la difusión de información que puede favorecer la manifestación de las CAR, donde además estas plataformas están diseñadas para dar un mayor protagonismo a la imagen: ya sea mediante historias, estados, o publicaciones.

Por ello, es importante tener en cuenta los resultados del estudio de Redes Sociales, realizado anualmente por la asociación de publicidad digital Interactive Advertising Bureau (IAB). En el informe llevado a cabo en 2022, un 85% de los internautas de 12-70 años utilizan Redes Sociales, lo que representa cerca de 28 millones de individuos, y las actividades realizadas se centran en: entretenerse, interactuar e informarse son los tres motivos principales para usar las redes sociales.

Además, según este informe las mujeres usan más las redes en busca de inspiración y seguir tendencias; y por tramos de edad, los usuarios de 18 a 40 años destacan en la mayoría de los usos, para inspirarse, informarse y seguir tendencias. Por otra parte, el seguimiento de Influencers ha aumentado, Instagram sigue siendo la red dónde más se sigue a los Influencers, y existe un peligro creciente debido al uso de las

redes sociales para fomentar la venta y recomendación de productos adelgazantes, dietas, e información distorsionada respecto a la alimentación (IAB, 2022)

### **El Autoconcepto Y Autoestima**

El autoconcepto está conformado por el conjunto de interpretaciones y creencias que se tienen sobre sí mismo a nivel físico, psicológico, académico o laboral; y la autoestima es la valoración que hacemos sobre dichas creencias, que ayudan a conformar la personalidad (García Gonzales *et al.*, 2022)

Por otra parte, el uso inadecuado y excesivo de las redes sociales tiene consecuencias a nivel psicológico, ya que se ha relacionado con niveles más bajos de autoestima entre estudiantes universitarios, relacionados con la frustración y el aislamiento (Jiménez y Pantoja, 2007). Según el estudio realizado por Rodríguez *et al.* (2022), la exposición a fotografías y cuentas o perfiles que representan los cánones de belleza basados en la delgadez parece tener un efecto negativo sobre la autoestima y autoconcepto de los participantes. Como consecuencia, es de gran importancia indagar en cómo impactan los cánones e ideales de belleza en el desarrollo de estos constructos.

### **Insatisfacción y Comparación Corporal.**

La imagen corporal hace referencia al conjunto de pensamientos y sentimientos que un individuo tiene acerca de su propio valor (Rosenberg, 1965). Es usual observar una tendencia a realizar comparaciones con las fotos que se encuentran en redes sociales, y este parece ser un factor que aumenta el riesgo de insatisfacción corporal (Fardouly y Vartanian, 2015), que a su vez actúa como un factor de riesgo para el desarrollo de un TCA (Stice y Desjardins, 2018).

A su vez, las preocupaciones relacionadas con el aspecto corporal se ven incrementadas debido al ideal de delgadez, dando lugar a una insatisfacción corporal ocasionada por la distorsión de la imagen corporal y su percepción (Rounsefell *et al.*, 2020). Una baja autoestima conserva una relación directa con la insatisfacción corporal y una imagen corporal negativa, que puede conducir al desarrollo de TCA principalmente en adolescentes y mujeres. (George y Franko, 2010; Xanthopoulos *et al.*, 2011).

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el impacto e influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo.

## **Objetivos Específicos**

1. Valorar si el contenido que se utiliza con mayor frecuencia influye en el riesgo de padecer un TCA.
2. Determinar la prevalencia de conductas alimentarias de riesgo en usuarios de redes sociales.
3. Comprobar si las redes sociales generan un efecto negativo en constructos sociales como el autoconcepto y autoestima.
4. Evaluar la influencia del tipo de contenido que se encuentra en redes en base a ideales de belleza y delgadez, y su asociación con la insatisfacción y comparación corporal.

## **Marco Metodológico**

La presente investigación busca determinar la asociación entre el uso e influencia de las redes sociales, y sus posibles efectos negativos en el autoconcepto y autoestima, y la insatisfacción y comparación corporal, que impactan de forma directa o indirecta en el desarrollo de las CAR.

## **Método**

El método que se ha seguido en la presente investigación con relación al objeto de estudio propuesto es de carácter empírico, siguiendo el enfoque teórico del Constructivismo Social. Esta teoría considera que el contexto social y cultural influye en el proceso de aprendizaje como sociedad. Según la Asociación Estadounidense de Psicología (s.f.), el Constructivismo Social establece que “no sólo el conocimiento sino la propia realidad se crea en un proceso interactivo y, por tanto, las personas son únicamente lo que la sociedad les da forma.”. Por tanto, la recopilación de información respecto a las vivencias y experiencias personales de los participantes con relación a la influencia de las redes sociales en las CAR ha permitido situar la influencia del entorno social en el conocimiento y su proceso de interacción como parte de la sociedad.

## **Técnicas de investigación**

La investigación cualitativa es el método más accesible, ya que se centra en obtener información sobre la historia de las personas, y permite expresarse en cualquier medio: conversaciones, entrevistas o grupos de discusión, textos escritos o formas visuales (Grossoehme, 2014). Por ende, se ha realizado un estudio exploratorio de naturaleza cualitativa, el cual ha tenido como objetivo proporcionar información sobre el tema presentado, debido a que este tipo de enfoque ha sido poco utilizado en investigaciones anteriores. En consecuencia, se trata de una primera aproximación a esta problemática expuesta.

Simultáneamente, se ha empleado como recurso la modalidad de entrevista semiestructurada, que según Rodríguez-Gómez (2016) parte de la creación de un guión que establece la información necesaria para el objeto de investigación, permitiendo además utilizar preguntas abiertas fuera de guión para conseguir mayor flexibilidad y detalles en las respuestas de los participantes. Por tanto, se han recopilado y plasmado datos descriptivos sobre las experiencias personales de los participantes, permitiendo aproximarse a su visión de esta cuestión mediante sus propias formas de expresión y lenguaje natural. A su vez, se ha dado paso a la reflexión y asimilación de los efectos producidos por el uso de las redes sociales por parte de los participantes.

En investigaciones anteriores que siguen este objeto de estudio, se han empleado principalmente enfoques cuantitativos. De manera que se trata de un enfoque diferente en el que se han obtenido todas las respuestas y conclusiones de los participantes, en base a un trabajo de campo que valora los procesos sociales y acción humana, y que permite profundizar en matices y detalles que de otra manera podrían pasar desapercibidos.

Por otra parte, las variables principales sobre las que se ha centrado esta investigación son el uso y contenido de las redes sociales, conductas alimentarias de riesgo, el autoconcepto y autoestima y la insatisfacción y comparación corporal. Así mismo, las herramientas para llevar a cabo esta investigación han permitido conocer la influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo, la manera en que se manifiestan y el origen, para posteriormente establecer conclusiones en base a los datos obtenidos de los participantes desde un enfoque de la Psicología Social.

La entrevista constará de un total de 9 preguntas de respuesta abierta relacionadas con la problemática propuesta. No obstante, la pregunta 1, 2 y 3 pertenecen a la evaluación de la variable *uso y contenido de las redes sociales*, las preguntas 4 y 5 están relacionadas con *las conductas alimentarias de riesgo*, las preguntas 6 y 7 hacen alusión al *autoconcepto y autoestima*, y las preguntas restantes están relacionadas con la *insatisfacción y comparación corporal*.

## **Contexto**

Para comenzar, previamente a la recopilación de datos, se estableció contacto mediante llamada telefónica con el centro de psicólogos Dislex. Se explicó en detalle el objetivo de la investigación y las características de esta, para posteriormente solicitar su colaboración en la selección de la muestra. Posteriormente, y tras una respuesta positiva, se creó un acuerdo entre ambas partes y se explicaron los criterios de inclusión

Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

de la investigación para la siguiente fase. La recopilación de datos fue realizada en los meses de Abril y Mayo de 2023, tras llevar a cabo la selección de la muestra mediante los criterios de inclusión.

### **Procedimiento**

Durante este periodo de tiempo, se realiza el análisis necesario de la cuestión, el planteamiento de objetivos, la selección de la muestra y la estrategia para analizar los resultados obtenidos y creación de conclusiones.

Tras finalizar la selección de la muestra en colaboración con el centro de psicólogos Dislex, la comunicación con cada participante fue realizada a través de la plataforma Google Meet mediante videollamada, donde se pautó toda la información con relación a la investigación, y tomó lugar la entrevista semiestructurada que fue grabada mediante audio, una vez recibido el consentimiento informado firmado por todos los participantes.

### **Participantes**

Con la finalidad de investigar dicho planteamiento, se trabaja con una muestra de 10 personas pertenecientes a la población adulta joven, cuya edad se encuentra en el rango de 20-24 años según la Organización Mundial de la Salud (2019), que sean usuarios de redes sociales. Se empleó el muestreo no probabilístico accidental o consecutivo ya que, tal y como se menciona en Otzen y Manterola (2017) los participantes son reclutados hasta alcanzar el número de individuos para completar el tamaño de muestra establecido. Este tipo de muestreo se caracteriza por la elección del lugar en el que se seleccionará la muestra, por parte del investigador.

La muestra total estará conformada por 10 personas, cuyos criterios de inclusión son los siguientes:

- Edad: 20-24 años
- Género: indiferente
- Usuario de redes sociales

### **Espacio Territorial**

El territorio en el que se llevará a cabo el presente estudio estará situado en la Comunidad Valenciana, en la ciudad de Alicante. Los participantes serán pacientes del centro de psicólogos Dislex ubicado en la misma ciudad.

## Planificación

Para ejecutar una planificación estructurada y eficaz, que permita plantear metas a corto y mediano plazo, es importante establecer una serie de fases para completar con éxito este trabajo final de grado. El trabajo se dividirá en las siguientes fases:

**Fase 1:** en primer lugar, se efectúa la elección del tema de investigación, documentación bibliográfica, introducción, justificación y establecimiento del marco teórico. En segundo lugar, se formalizan aspectos funcionales como los objetivos generales y específicos, y el marco metodológico.

- **Planteamiento inicial del TFG (09/03/2023-24/03/2023):** se define el tema que se va a abordar y se realiza su debida justificación mediante la documentación bibliográfica, que se efectúa a través de bases de datos o portales de difusión científicos como PubMed, Scopus y Dialnet. De este modo, se da paso a la creación del marco teórico del tema a tratar “Influencia de las redes sociales en conductas alimentarias de riesgo” tras profundizar en los diferentes enfoques de esta temática.
- **Objetivos, metodología y planificación (25/03/2023-09/04/2023):** tras seleccionar la temática y realizar su justificación y variables a incluir, comienza la tarea de plantear los objetivos que buscamos obtener en la investigación. Por tanto, se realiza una organización rigurosa del objetivo general y los objetivos específicos, asegurando su cohesión con la temática y estableciendo las variables relevantes para el trabajo. Por otra parte, es importante gestionar el marco muestral y metodológico, partiendo de la formulación de herramientas o ítems que permitan asegurar la recogida de resultados de los participantes.

**Fase 2:** en esta fase toma forma la preparación del trabajo de campo, a la vez que el proceso de recolección de datos y su posterior análisis.

- **Instrumentos, aspectos éticos y preparación del trabajo de campo (10/04/2023-25/04/2023):** Para comenzar, se ejecutará la formulación de las preguntas correspondientes para la entrevista en base a las variables expuestas, garantizando la calidad del trabajo de campo. A su vez, se realizará la selección y contacto de la muestra en base al muestreo no probabilístico y se incluirán los aspectos éticos relacionados con este trabajo. Los datos no serán tratados desde la anonimización, por lo será necesario contar con el consentimiento informado por parte de los participantes.



- **Resultados, discusión y conclusiones** (26/04/2023-28/05/2023): se realizarán las entrevistas, su debida transcripción, y se procederá a la recogida de datos y su posterior análisis con relación al objeto de estudio. Las preguntas planteadas están relacionadas con 4 variables, contando cada una con dos preguntas que actúan como mecanismos de análisis. Finalmente, tras completar estos pasos, tomará lugar la presentación de los hallazgos principales y conclusiones de la investigación, así como las limitaciones y sus potenciales con relación a futuras investigaciones.

**Fase 3:** comienza la tarea de análisis de los datos recogidos y conclusiones, corrección final, entrega y posterior defensa en línea.

- **Redacción final y entrega del informe** (29/05/2023-24/06/2023): tras recibir el feedback y orientaciones realizadas por la tutora, y completar el proceso de redacción de los resultados, análisis y conclusiones, se procederá a revisar de manera íntegra todos los apartados del trabajo, con la finalidad de detectar errores o incongruencias y garantizar la calidad del trabajo en base a la temática trabajada. Además, será importante conservar un estilo gramatical adecuado y un contenido congruente que garantice la comprensión del trabajo, y su posterior defensa en línea.
- **Presentación y defensa en línea** (25/06/2023-06/07/2023): realizaremos la presentación y defensa oral de nuestro trabajo final de manera virtual, mediante la grabación de un vídeo. Finalmente, se responderá a las preguntas planteadas por el tribunal y por los demás compañeros.

En el Apéndice A se presenta el Diagrama de Gantt con la respectiva planificación.

### **Diseño De Los Instrumentos Para La Recogida De Datos**

Con el objetivo de recoger los datos necesarios para este estudio, ha sido necesario realizar una entrevista semiestructurada a cada participante, cuya finalidad ha sido recopilar información acerca de la influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo. De este modo, el instrumento que mejor se ha adaptado a los objetivos del presente estudio, es la elaboración de la entrevista a través videollamada en la plataforma Google Meet.

Mediante esta modalidad, podremos contar con una mayor cercanía con el participante, permitiendo recoger datos y experiencias personales relacionadas con el objeto de estudio, y aportando una aproximación cualitativa a cómo viven su Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

autoconcepto y autoestima, las posibles CAR realizadas por los participantes, la presencia de insatisfacción y comparación corporal, e información sobre el tipo de contenido que suele presentarse con mayor frecuencia en las plataformas de redes sociales y que, probablemente, se centra en ideales de delgadez y belleza inalcanzables.

Tal y como se menciona en el apartado de Marco Metodológico, estos objetivos están enfocados en cuatro ejes o mecanismos de análisis, y guían la formulación y dirección que toma cada entrevista. Se ha contado con un guión prediseñado, que permite tratar todos los temas relevantes para la investigación, permitiendo, además, formular preguntas nuevas para profundizar en los pensamientos y percepciones del participante. Para ello, primero se realiza una descripción del objetivo general y los objetivos específicos, y se les asigna un código que permite identificarlos y diferenciarlos.

**Tabla 1**

*Clasificación y Codificación de los Objetivos de la Investigación*

<b>Tipo de objetivo</b>	<b>Detalles del objetivo</b>	<b>Código</b>
<i>Objetivo general</i>	Analizar el impacto e influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo	<b>OG</b>
<i>Objetivos específicos</i>	Valorar si el contenido que se visualiza con mayor frecuencia influye en el riesgo de padecer un TCA	<b>OE1</b>
	Determinar la prevalencia de conductas alimentarias de riesgo en usuarios de redes sociales.	<b>OE2</b>
	Comprobar si las redes sociales generan un efecto negativo en constructos sociales como el autoconcepto y autoestima	<b>OE3</b>
	Evaluar la influencia del tipo de contenido que se encuentra en redes en base a ideales de belleza y delgadez, y su asociación con la insatisfacción y comparación corporal	<b>OE4</b>

Fuente: elaboración propia

Además, se crea una tabla para estructurar los mecanismos de análisis, de manera que se puedan vincular los objetivos establecidos con una serie de categorías y subcategorías.

**Tabla 2**

*Mecanismos de Análisis*

<b>Código</b>	<b>Categorías</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Mecanismos de análisis</b>
<b>DSD</b>	<b>Datos sociodemográficos</b>	Información general	Preguntas iniciales sobre género, edad, lugar de nacimiento, lugar de residencia actual y nivel formativo
<b>RS</b>	<b>Contenido de las redes sociales</b>	OE1	<p><b>Pregunta 1:</b> <i>¿Crees que existe relación entre el uso de redes sociales, y la posibilidad de padecer un trastorno de la conducta alimentaria? ¿Porqué?</i></p> <p><b>Pregunta 2:</b> <i>¿Qué tipo de contenido sueles buscar, o con qué contenido sueles interactuar más en tus redes sociales?</i></p> <p><i>¿Sueles encontrar contenido relacionado con dietas y cuerpos ideales en tus redes sociales?</i></p> <p><b>Pregunta 3:</b> <i>¿Estás familiarizado/a con los grupos Pro-Bulimia (Pro-Mia) y Pro-Anorexia (Pro-Ana) que circulan en redes, y su impacto en la salud mental de las personas que luchan contra trastornos de la conducta alimentaria? ¿Crees que los Influencers y personas famosas en las redes sociales pueden influir negativamente en el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria en sus seguidores?</i></p>
<b>CAR</b>	<b>Conductas alimentarias de riesgo</b>	OE2	<p><b>Pregunta 4:</b> <i>¿Has tenido comportamientos alimentarios restrictivos o compulsivos, o has recurrido a métodos extremos para</i></p>

				<i>perder peso en el último año? ¿Cuál crees que ha sido el detonante?</i>
				<b>Pregunta 5:</b> <i>¿Te has sentido culpable después de comer, o has experimentado ansiedad o culpa al comer alimentos considerados "prohibidos", en el último año?</i>
<b>AA</b>	<b>Autoconcepto y autoestima</b>	<b>OE3</b>		<b>Pregunta 6:</b> <i>¿Crees que el contenido relacionado con los estándares de belleza en redes sociales influye en tu percepción de tu propio cuerpo?</i>
				<b>Pregunta 7:</b> <i>¿De qué manera crees que las redes sociales afectan tu autoestima? ¿Crees que las imágenes de cuerpos "perfectos" en las redes sociales afectan la percepción de lo que se considera un cuerpo "ideal"?</i>
<b>ICC</b>	<b>Insatisfacción comparación corporal.</b>	<b>OE4</b>		<b>Pregunta 8:</b> <i>¿Crees que el uso de redes sociales ha aumentado tu nivel de insatisfacción con tu cuerpo?</i>
				<b>Pregunta 9:</b> <i>¿Crees que el uso de redes sociales te ha llevado a comparar tu apariencia física con la de otras personas?</i>

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, se crea una tabla de operativización de variables. Ver Tabla 3.

**Tabla 3**

*Operativización de Variables*

Objetivo general: Analizar el impacto e influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo.

<b>Objetivos específicos</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Escala de medición</b>
<b>Información general</b>	Sexo	Mujer	Entrevista	Nominal
		Hombre	semiestructurada	

	Edad	20, 21, 22, 23, 24	Entrevista semiestructurada	Ordinal
	Nacionalidad	Ciudad, país	Entrevista semiestructurada	Nominal
	Lugar de residencia	Ciudad	Entrevista semiestructurada	Nominal
	Nivel formativo	Educación primaria Educación secundaria Formación profesional Educación universitaria Posgrado	Entrevista semiestructurada	Ordinal
<b>Contenido de las redes sociales</b>	a. Relación entre redes sociales y riesgo de TCA b. Tipo de contenido visualizado en redes sociales c. Grupos Pro- Ana y Pro-Mia d. Influencers y TCA	Influencia nociva Estándares de belleza Comunidad peligrosa Impacto negativo	Entrevista semiestructurada	Ordinal
<b>Conductas alimentarias de riesgo</b>	a. Prevalencia de las CAR b. Culpa	Restricciones, compulsiones, atracones, purgas, ejercicio excesivo Sentimiento de culpa Autocrítica	Entrevista semiestructurada	Ordinal

<b>Autoconcepto y autoestima</b>	a. Estándares de belleza en redes sociales y percepción corporal b. Autoestima, idealización de cuerpos perfectos y autoconcepto centrado en el físico	Inseguridad personal y Autopercepción corporal negativa Autocrítica constante y baja autoestima, dificultad para aceptarse	Entrevista semiestructurada	Ordinal
<b>Insatisfacción y comparación corporal.</b>	a. Sobrevaloración de la figura e insatisfacción corporal b. Perpetuación de la delgadez y comparación con estándares de belleza	Cuerpo como valía y obsesión por la apariencia Presión estética y malestar corporal	Entrevista semiestructurada	Ordinal

Fuente: elaboración propia

En base a los mecanismos de análisis previamente expuestos, se han diseñado preguntas concretas que permiten establecer una relación o comprobación de las hipótesis del presente trabajo final de grado, con relación al riesgo de seguir patrones alimentarios desordenados por la exposición a contenidos afines con la imagen corporal; permitiendo indagar en los sentimientos y consecuencias en la calidad de vida de los participantes.

Por otra parte, con la ayuda y colaboración por parte del centro de psicólogos Dislex, se realizó una reunión para exponer en profundidad el objetivo de esta investigación, y se decidió realizar las entrevistas mediante Google Meet, ya que no se requiere del número telefónico de los participantes, y se puede acceder a la misma mediante un código o enlace que ha sido compartido vía correo electrónico. A su vez, se acordó la administración del consentimiento informado a los participantes, y un folleto con información del presente estudio que incluía datos como la duración de la entrevista, objetivo, finalidad, modalidad y protección de datos.

Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

Así mismo, se acordó la selección de la muestra tomando en cuenta los criterios de inclusión, por parte del profesional encargado del centro, quien determinó la aptitud de los potenciales participantes. Una vez confirmada la posibilidad y deseo de participar en el estudio, se envió por correo electrónico el folleto informativo (Apéndice B) y el consentimiento informado (Apéndice C), para poder dar comienzo al trabajo de campo mediante las preguntas de la entrevista (Apéndice D).

### **Aspectos Éticos**

Para el presente estudio, debido a su carácter exploratorio y divulgativo, se ha asegurado el acatamiento de la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (BOE núm. 294, de 5 de diciembre de 2018), el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679., y el respeto por la autonomía de todos y cada uno de los participantes. Para ello, se ha procedido a formular un documento de consentimiento informado, donde según Abad (2016) debe constar de forma explícita información sobre los objetivos de la investigación, sus implicaciones, el uso que se hará de la información obtenida y, en caso de contar con financiación, explicar el origen de esta.

Por lo tanto, en dicho documento, se especifica la siguiente información:

1. El objetivo es analizar la influencia que ejercen las redes sociales y el contenido expuesto en las mismas, en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo. Con el fin de llevar a cabo este objetivo, se recolectarán datos acerca de los sentimientos, pensamientos y vivencias de los individuos con relación a su percepción del material visualizado en redes, junto con una explicación minuciosa de dicho material y las repercusiones que han tenido en ellos, debido a los cánones de belleza contemporáneos.
2. Los datos se tratarán desde la confidencialidad y anonimización, a través del documento de consentimiento informado.
3. Las implicaciones de la participación en la investigación incluyen participar una única vez en el desarrollo de la entrevista; no se contactará nuevamente con los participantes.
4. Las consecuencias de esta investigación están relacionadas con la finalidad de contribuir a la investigación y análisis del fenómeno de estudio propuesto, pudiendo dar origen a futuros estudios con muestras mayores que permitan generalizar los resultados obtenidos. Además, podrá incentivar propuestas de intervención y prevención de TCA, y nuevos métodos para restringir y

controlar el acceso y divulgación de información en pro de conductas alimentarias de riesgo.

### **Preparación Del Trabajo De Campo: Selección Y Contacto Con Los/As Informantes Clave**

Para realizar la entrevista, se ha diseñado un folleto informativo que ha sido difundido entre los participantes. A su vez, se ha incluido el documento de consentimiento informado, que incluye información sobre la finalidad de la investigación, el tratamiento de datos (anonimización y confidencialidad), las implicaciones de la participación en la investigación, y, finalmente, las consecuencias de esta participación.

Una vez finalizado este proceso, se procedió a realizar una llamada telefónica al centro de psicología Dislex, que cuenta con dos profesionales formados en Psicología General Sanitaria. En segundo lugar, se informó sobre el tema y el objetivo de la investigación, los criterios de inclusión (rango de edad, género, usuarios de redes sociales) para la selección de la muestra y los acuerdos para garantizar la autonomía y confidencialidad de los datos de los participantes. A su vez, se recomendó el uso de entrevistas semiestructuradas para mayor flexibilidad y rigurosidad, empleando la modalidad online en formato de videollamadas, mediante una plataforma que no requiere el uso del número telefónico personal.

Posteriormente, se creó el guión de la entrevista semiestructurada en un documento de Word, conformada por 9 preguntas relacionadas con los 4 mecanismos de análisis expuestos con anterioridad. Este documento se envió al centro de psicología para la valoración del contenido de las preguntas, a la par que el folleto informativo y el documento de consentimiento informado para su evaluación. Además, el psicólogo cumplió con su colaboración en la selección de la muestra en función de los criterios de inclusión estipulados, les explicó el objetivo de la investigación y preguntó por su interés en participar en este estudio.

Para el proceso de selección de la muestra se ha empleado el muestreo no probabilístico accidental o consecutivo, ya que el centro colaborador nos aporta acceso a una cantidad de participantes hasta conseguir el límite propuesto, siempre y cuando cumplan con las características especificadas para el objeto de estudio.

Para concluir, es el Psicólogo General Sanitario quien se ha encargado de proporcionar información detallada sobre el estudio a sus pacientes, y les ha facilitado mis datos personales para poder establecer contacto una vez confirmada su participación. La comunicación se ha realizado por correo electrónico y posteriormente



en la plataforma Google Meet, una vez obtenidos los documentos de consentimiento informado debidamente firmados, con la finalidad de acordar la fecha y hora para realizar la entrevista, en la que se grabó únicamente el audio para realizar las transcripciones correspondientes.

## Resultados

### Categoría General: Datos Sociodemográficos Y Tiempo

El total de la muestra ha sido de 10 participantes (n=10), componiéndose de hombres (n=3) y mujeres (n=7). que cumplen con los requisitos de inclusión al pertenecer a la población adulta joven y ser usuarios de redes sociales. Los participantes han contestado a 9 preguntas, que hacen parte de una entrevista semiestructurada realizada en formato online. Se pueden observar los datos sociodemográficos de cada participante en la Tabla 4.

**Tabla 4**

*Información Básica de los Participantes*

<b>Participante</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>Lugar de residencia</b>	<b>Nivel formativo</b>
<b>P1</b>	Mujer	22	Buenos Aires, Argentina	Alicante, España	Educación secundaria
<b>P2</b>	Mujer	24	Alicante, España	Alicante, España	Posgrado
<b>P3</b>	Mujer	24	Elche, España	Alicante, España	Posgrado
<b>P4</b>	Hombre	21	Madrid, España	Alicante, España	Educación secundaria
<b>P5</b>	Mujer	21	Buenos Aires, Argentina	Alicante, España	Formación profesional
<b>P6</b>	Hombre	24	Elche, España	Alicante, España	Posgrado
<b>P7</b>	Mujer	24	Elche, España	Alicante, España	Educación universitaria
<b>P8</b>	Mujer	24	Santander, España	Alicante, España	Formación profesional

<b>P9</b>	Hombre	24	Alicante, España	Alicante, España	Educación universitaria
<b>P10</b>	Mujer	22	Alicante, España	Alicante, España	Educación universitaria

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, el rango de edad en el que se encuentran todos los participantes es 20-24 años (rango = 20-24), con una media de 23 y una desviación típica 1,33 (DE = 1,33). Respecto al lugar de residencia, el 100% vive en la ciudad de Alicante.

Con relación al nivel formativo actual, se puede ver que predominan los estudios de posgrado y los estudios en educación universitaria (con un total de 30% con estudios de posgrado, y un 30% en educación universitaria), frente a un 20% en formación profesional y un 20% en educación secundaria.

### **Categoría: Uso Y Contenido De Las Redes Sociales**

Con relación a los mecanismos de análisis para conocer las características del uso y contenido de las redes sociales, de esta categoría extraemos la percepción de los participantes entrevistados, que vinculan su respuesta a las consecuencias de la exposición a estándares de belleza, donde personajes influyentes editan sus fotos y predomina el canon de belleza de la delgadez. El 100% (n=10) de los participantes coincide en que existe una relación entre el uso de redes sociales y la probabilidad de padecer un TCA, manifestando una inconformidad ante el sometimiento y exposición constante en redes sociales a imágenes de personas con cuerpos considerados normativos, o incluso mediante fotografías editadas. Se mencionan variables como la autoestima, autoconcepto y habilidades sociales, que pueden influir en el nivel de afectación de la persona debido a este fenómeno, y también se hace alusión a los bulos y desinformación que circulan en redes con relación a información de hábitos alimenticios restrictivos, que promueven la preocupación por el aspecto físico y conductas alimentarias poco saludables. Se mencionan plataformas como Twitter e Instagram. Además, se mencionan factores influyentes como la exposición a vídeos de Influencers que enseñan estilos de vida centrados en el ejercicio y el consumo de alimentos sanos, y se describe una presión y ansiedad en torno a la comparación corporal.

Así mismo, se establece una comparación entre la aceptación social de la delgadez y las críticas frecuentes que reciben las personas con sobrepeso, quienes son asociadas con la promoción de una imagen negativa de la obesidad. Esto resalta la importancia de considerar la exclusión que sufren las personas con sobrepeso a través

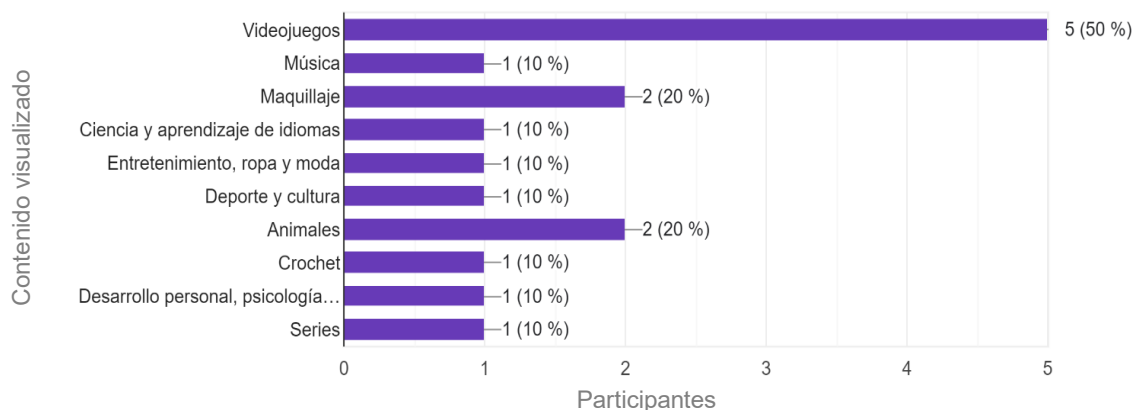
Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

de la implementación de talles únicos en tiendas de ropa, los cuales no son inclusivos para este colectivo.

Por otra parte, con relación al contenido que suelen visualizar y que llama la atención de los entrevistados, observamos que el 50% (n=5) suelen interactuar con contenido relacionado con videojuegos, el 10% se interesa en música, el 20% (n=2) en maquillaje, el 10% en ciencia (n=1) y aprendizaje de idiomas, el 10% en entretenimiento (n=1), ropa y moda, el 10% en deporte y cultura (n=1), el 20% en animales (n=2), el 10% en crochet (n=1), el 10% en desarrollo personal y psicología (n=1), y el 10% en series (n=1). Ver Figura 1.

**Figura 1**

*¿Qué tipo de contenido sueles buscar, o con qué contenido sueles interactuar más en tus redes sociales?*



*Nota.* Datos expresados en tanto por ciento.

Además, la mayoría de los participantes se ha encontrado contenido relacionado con dietas y cuerpos ideales en sus redes sociales. Se obtiene que el 50% (n=5) de los participantes suele encontrar este tipo de contenido siempre, el 40% (n=4) constantemente y el 10% (n=1) nunca.

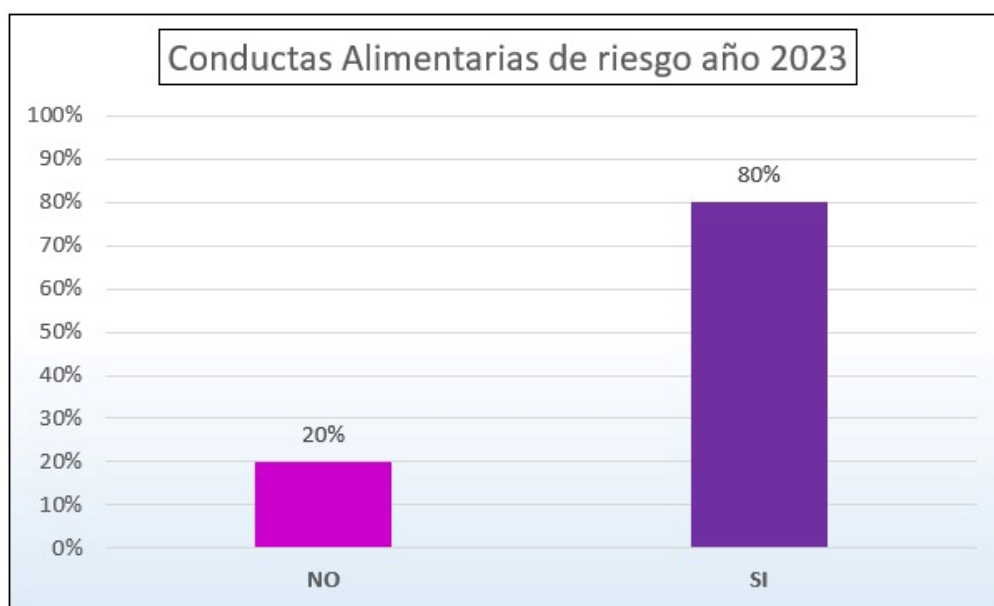
Por otra parte, el 90% (n=9) de los participantes conocen y están familiarizados con los grupos Pro-Bulimia (Pro-Mia) y Pro-Anorexia (Pro-Ana) que circulan en redes sociales, y sólo el 10% (n=1) desconoce la existencia de este tipo de grupos. En la mayoría de los testimonios obtenidos por parte de los participantes, se asocia la presencia de estos grupos con la red social Twitter, y también se comenta la existencia de blogs centrados en estos ideales. Los participantes relatan su dinámica exponiendo aspectos como la divulgación de consejos y recetas para perder peso, motivación por Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía



de perder peso. Entre estas conductas ejecutadas por los participantes, encontramos el vómito autoinducido, uso de diuréticos y laxantes, y dietas estrictas. Únicamente el 20% (n=2) de la muestra no ha presentado conductas alimentarias de riesgo en el último año. Ver Figura 3.

**Figura 3**

*¿Has Tenido Comportamientos Alimentarios Restrictivos o Compulsivos, o Has Recurrido a Métodos Extremos Para Perder Peso en el Último Año?*



*Nota.* Datos expresados en tanto por ciento.

Por otra parte, estas manifestaciones conductuales están asociadas a detonantes claros, detallados a continuación. Ver Tabla 5.

**Tabla 5**

*Detonantes de las Conductas Alimentarias de Riesgo en los Participantes*

Motivos para realizar conductas alimentarias de riesgo (N=frecuencia muestral, %=porcentaje)	
N	% sobre el total de participantes que han realizado CAR en el último año (N=8)

Inconformidad con la apariencia corporal	5	62,5%
Comparación social	2	25%
Sobreexposición a imágenes de mujeres perfectas	1	12,5%

Fuente: elaboración propia

Así mismo, valorando la prevalencia de contenido relacionado con dietas e ideales de belleza, y la realización de CAR, se obtiene un coeficiente de correlación positivo  $P=1$  entre ambas variables. Ver Tabla 6.

**Tabla 6**

*Coeficiente de Correlación Entre las Conductas Alimentarias de Riesgo y la Visualización de Contenido Relacionado con Dietas y Cuerpos Ideales*

	No	Si	Coeficiente Correlación
Contenido Relacionado con Dietas y Cuerpos Ideales	1	9	1
Conductas Alimentarias de Riesgo	2	8	

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, en función del conocimiento sobre los grupos que realizan apología a los TCA y las CAR, se ha obtenido un coeficiente de correlación positivo  $P=1$ . Ver Tabla 7.

**Tabla 7**

*Coeficiente de Correlación Entre el Conocimiento Sobre Grupos Pro-Bulimia y Pro-Anorexia en Redes Sociales y las Conductas Alimentarias de Riesgo*

	Si	No	Coeficiente Correlación
Conocimiento Sobre Grupos Pro-Bulimia y Pro-Anorexia	9	1	1
Conductas Alimentarias de Riesgo	8	2	

Fuente: elaboración propia

A su vez, con relación al sentimiento de culpabilidad y ansiedad al comer en el último año, el 90% (n=9) de la muestra afirma haberse sentido de esta manera, por lo

que se obtiene un coeficiente de correlación positivo  $P=1$  entre las CAR y este sentimiento de culpabilidad. Ver Tabla 8.

**Tabla 8**

*Coeficiente de Correlación Entre las Conductas Alimentarias de Riesgo y la Culpabilidad al Comer*

	Si	No	Coeficiente Correlación
Conductas Alimentarias de Riesgo	0,8	0,2	1
Sentimiento de Culpabilidad al Comer	0,9	0,1	

Fuente: elaboración propia

Principalmente, los participantes asocian la culpa a no comer sano, el miedo a ganar peso, la demonización de la comida chatarra y los dulces como alimentos *nocivos*, la ingesta de alimentos con alto contenido de calorías y el incumplimiento de dietas específicas. Vemos que P1 hace alusión a su peso corporal ya que “siempre fue una chica grandota y gorda”, sugiriendo que experimenta sentimientos de culpa tras comer. Por otro lado, los datos proporcionados por P3 sugieren que experimenta una limitación en su elección de alimentos debido a su sobrepeso, menciona que “siente que no debería comer ciertas comidas”. Así mismo, P2 menciona sentirse culpable cuando “come alimentos que se consideran grasos o comida chatarra”, al igual que P4, P6, P7 y P9. A su vez, los datos proporcionados por P5 sugieren que experimenta sentimientos de culpa después de “consumir alimentos dulces, como el chocolate”, que sabe que pueden ser poco saludables y contribuir al aumento de peso.

Así mismo, P9 hace alusión a la demonización de alimentos, especialmente la “comida basura”, que ha generado que se sienta culpable “si se salta alguna norma de la dieta”. Los datos aportados por P10 destacan los sentimientos negativos después de consumir comidas muy calóricas, y menciona “sentir la necesidad de quemar esas calorías de cualquier manera y cuanto antes”. No obstante, el 10% ( $n=1$ ) de la muestra específica no haber sentido culpabilidad ni ansiedad.

### **Categoría: Autoconcepto y Autoestima**

Con relación a la influencia del contenido que encontramos a diario en redes sociales, concerniente con los estándares de belleza, el 80% de la muestra ( $n=8$ )

considera que este tipo de contenido influye y produce efectos negativos en la percepción del propio cuerpo.

Vemos como P1 menciona que ha experimentado presión para cumplir con estereotipos de belleza, señalando una preocupación significativa por su peso, exponiendo que “siempre quiso cumplir esos estereotipos, queriendo pesar 45 kilos, creyendo que operándose va a cambiar su baja autoestima”. P2 sugiere que “las imágenes irreales que se ven en los medios de comunicación y redes sociales pueden tener un impacto negativo en la autoestima y percepción del cuerpo”, señalando que se realizan “comparaciones con cuerpos irreales, y quieres alcanzar estándares que no son posibles”. Por otra parte, P3 admite “ver cuerpos delgados, e inevitablemente le gustaría verse como ellas”, P5 menciona que “veía a chicas de su edad mucho más flacas y mucho más lindas”, y P6 menciona que “entiende que influyan por los estereotipos”. Por otra parte, P7 hace referencia a preferencias personales o atributos que desearía tener, mencionando que “le gustaría tener más caderas y ser más delgada”, mientras que P9 y P10 coinciden en que la exposición a imágenes de cuerpos perfectos y la comparación social generan efectos negativos en las personas y la percepción de su propio cuerpo. Además, se mencionó la falta de diversidad en los cuerpos presentados en los medios de comunicación y la falta de mensajes de que empoderen a las personas con sobrepeso como una preocupación para algunos participantes.

No obstante, el 20% restante (n=2) considera que las redes sociales no influyen significativamente en la percepción de su propio cuerpo actualmente. Ver Tabla 9.

**Tabla 9**

*Frecuencia de Afirmación de la Influencia de las Redes Sociales en la Percepción Corporal*

<b>Influencia de las redes sociales en la percepción corporal</b>	<b>Frecuencia (f)</b>	<b>Rel. Frecuencia</b>	<b>Frecuencia acumulativa</b>
No	2	2/10=0.2	2
Si	8	8/10=0.8	10

Fuente: elaboración propia

De la misma forma, con relación a las consecuencias generadas por el uso de redes sociales en la autoestima, observamos que un 90% (n=9) de la muestra reconoce



haber experimentado una disminución en su autoestima. P1 menciona que las redes sociales “afectan demasiado” su autoestima. P2 considera que su autoestima se ve afectada, porque “se compara constantemente con otras chicas”. A su vez, P3 considera que su autoestima se ve disminuida debido a que “intenta manejar la presión pensando que, si sigue haciendo ejercicio y manteniendo una alimentación saludable, podrá verse como ellas algún día”. Por otra parte, P4 afirma “si, todo afecta. Si ves cuerpos perfectos te verás a ti inferior.”.

Así mismo, P5 asegura estar luchando cada día para verse diferente, experimentando insatisfacción corporal ya que “ve a chicas que sigue en redes sociales con sus cuerpos “perfectos””. Por otra parte, P7 y P8 coinciden en que las imágenes que encontramos en redes sociales de cuerpos perfectos generan un efecto negativo en la autoestima de las personas, porque, tal y como menciona P7 “las redes sociales y las Influencers pueden afectar la percepción que las chicas jóvenes tiene sobre sus cuerpos, ya que hoy en día “mandan” los cuerpos que ellas promocionan.”. Por otro lado, P9 atribuye la baja autoestima a “la exposición constante a imágenes idealizadas de cuerpos perfectos y apariencias perfectas”, y P10 detalla etapas en las que tiene una baja autoestima, debido a “la presión social por los estándares de belleza” en la actualidad. Sin embargo, respecto al 10% (n=1) restante, no considera que su autoestima se vea afectada por el uso de redes sociales, pero sostiene que estas plataformas “generan complejos, y te hacen odiar tu cuerpo”.

Hay que mencionar, además, que el 100% (n=10) de los participantes considera que las imágenes de cuerpos “perfectos” en las redes sociales afectan la percepción de lo que se considera un cuerpo “ideal”. P1 considera que “los cuerpos “perfectos” afectan mucho la mente de una persona, piensan que solo siendo atractiva te van a querer y admirar”, P2 menciona que las redes sociales afectan la percepción de lo que se considera un cuerpo ideal, ya que “las imágenes de cuerpos perfectos siguen siempre un mismo patrón, de chicas muy delgadas y terminas asociando la perfección con ese prototipo”, P3 sugiere que se “perpetúa la idea de que la delgadez es la única belleza aceptable”. Por su parte, P4 hace alusión a lo irreales que son los cuerpos perfectos que se exponen en redes, ya que “usan filtros, son falsos y operados”.

Así mismo, P5 destaca que “afecta a muchas personas ver cuerpos hegemónicos y no poder ser así”, y P6 considera que es la desinformación lo que afecta la percepción de lo que se considera un cuerpo “ideal”. Por otra parte, P7 menciona que existe mucha presión alcanzar esos cuerpos, pero “no todo el mundo nace con esas constituciones corporales”, y P8 considera que la definición de un cuerpo ideal se ve

influenciada por las redes, ya que “te guían para que vayas por una dirección concreta, a no ser que se tenga criterio propio y se diferencie entre lo que es moda, y lo que te gusta a ti”.

Por su parte, P9 sugiere que la “mayoría de las imágenes que se ven en las redes sociales son cuidadosamente seleccionadas y editadas para mostrar solo una parte idealizada de la vida de una persona”, y afirma que esto contribuye a la idealización del cuerpo perfecto, centrado en el mismo patrón de “la delgadez”. Además, considera que la exposición constante a este tipo de imágenes puede “llevar a las personas a sentirse insatisfechas con sus propios cuerpos y a adoptar hábitos poco saludables para alcanzar estos ideales”. Por otra parte, P10 cree que la percepción de un cuerpo ideal se basa en “los estándares de belleza estereotipados y poco realistas” que se presentan en redes sociales, y que hacen que las personas “se sientan presionadas para ajustarse a esos estándares, incluso si no son saludables o realistas”.

De igual modo, vemos como la mayoría de los participantes consideran que estos estándares de belleza pueden provocar una presión social en las personas, quienes sienten una necesidad de adaptarse a estos estándares para ser aceptados.

### **Categoría: Insatisfacción Y Comparación Corporal**

En cuanto al impacto de las redes sociales en el grado de descontento a nivel corporal de los encuestados, se observa que el 70% (n=7) de ellos declara haber experimentado insatisfacción con su cuerpo. Vemos como P1 afirma “querer realizarse operaciones estéticas”, y P2 refiere sentirse “muy insatisfecha” consigo misma. Así mismo, P5 considera que todos los días aumenta su insatisfacción corporal, por no poder estar satisfecha con su cuerpo, y “por ver a los demás cuerpos hegemónicos”, y P7 continúa experimentando estos efectos negativos actualmente, pero “esa insatisfacción ha disminuido un poco”. Además, P8 sugiere que su nivel de insatisfacción corporal ha aumentado, por “ser moda y querer ser como lo que ves en la publicidad, con cuerpos delgados y esbeltos”, y P9 menciona que a veces se compara con los estándares de belleza actuales, “sintiéndose muy insatisfecho con su cuerpo”. P10 comenta realizar comparaciones con otras mujeres, lo que le hace “sentir muy insatisfecha con su aspecto físico”.

No obstante, el 30% (n=3) niega experimentar niveles de insatisfacción corporal en la actualidad.

Con relación a si el uso de las redes sociales ha llevado a los participantes a comparar su aspecto físico con el de otras personas, todos los encuestados, es decir el 100% (n=10) de la muestra, lo confirman.

Vemos que P1 ha comparado múltiples atributos con el de otras personas, haciendo referencia a cánones de belleza centrados en cuerpos delgados y rostros hegemónicos, y menciona “los estereotipos que nos inculcan las redes sociales”. Además, hace referencia a haber recibido comentarios ofensivos por parte de familiares con relación a su aspecto físico. P2 relata que ha llegado a comparar su aspecto físico “incluso con personas online que luego se ha demostrado que han editado sus fotos”, y P3 se ha comparado especialmente con “famosas españolas”. Por su parte, P4 sugiere que es “inevitable” compararse con otras personas.

Por otra parte, P5 menciona que se compara en redes sociales con otras personas porque son “exitosas”, “inteligentes”, con “cuerpos perfectos”. Hace referencia a que se trata de una “vida de ensueño”, donde las demás personas que no se identifican con estos estándares, sienten que “nunca van a progresar”. A su vez, P6 dice que, si se compara a sí misma, porque también se rodea de personas que actúan de la misma manera, y nota que “solo las personas delgadas son aceptadas”.

A su vez, P7 ha comparado su cuerpo y detalles faciales, y P8 considera que “con redes sociales, y antes con las revistas, siempre han existido las comparaciones entre personas de un nivel mayor que el propio e “imitarlas” de alguna manera con las posibilidades económicas de cada uno/a”. Además, P9 refiere que es “inevitable” comparar la apariencia física con la de otras personas, especialmente con “Influencers y famosos que vemos a diario en redes”, y P10 comenta que es “muy común” realizar estas comparaciones, ya que las mujeres “desde pequeñas están cometidas y expuestas a seguir ciertos estándares de belleza”.

En síntesis, en la Tabla 10 se presentan los resultados principales de la investigación.

**Tabla 10**

*Tabla de Resultados de la Investigación*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia (n=x)</b>	<b>%</b>
<b>Contenido de las redes sociales</b>		

a. Relación entre redes sociales y TCA	10	100%
a. No relación entre redes sociales y TCA	0	0%
<b>Total</b>	10	100%
b. Visualización de dietas y cuerpos ideales (siempre)	5	50%
b. Visualización de dietas y cuerpos ideales (constantemente)	4	40%
b. Visualización de dietas y cuerpos ideales (rara vez)	1	10%
<b>Total</b>	10	100%
c. Conocimiento sobre comunidades peligrosas	9	90%
c. No conocimiento sobre comunidades peligrosas	1	10%
<b>Total</b>	10	100%
d. Impacto negativo de modelos a seguir	10	
d. Ausencia de impacto negativo de modelos a seguir	0	
<b>Total</b>	10	100%
<b>Conductas alimentarias de riesgo</b>		
a. Presencia de CAR	8	80%
b. Ausencia de CAR	2	20%
<b>Total</b>	10	100%
a. Culpa al comer	9	90%

b. Ausencia de culpa al comer	1	10%
<b>Total</b>	10	100%
<b>Autoconcepto y autoestima</b>		
a. Influencia en autopercepción corporal	8	80%
b. Ausencia de influencia en autopercepción corporal	2	20%
<b>Total</b>	10	100%
a. Autoestima baja	9	90%
b. Autoestima alta	1	10%
<b>Total</b>	10	100%
a. Relación entre redes sociales e idealización del cuerpo ideal	10	100%
b. Ausencia de relación entre redes sociales e idealización del cuerpo ideal	0	0%
<b>Total</b>	10	100%
<b>Insatisfacción y comparación corporal</b>		
a. Insatisfacción corporal	7	70%
b. Ausencia de insatisfacción corporal	3	30%
<b>Total</b>	10	100%
a. Comparación corporal	10	100%
b. Ausencia de comparación corporal	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

Fuente: elaboración propia

## Discusión

El proceso se ha centrado en analizar la influencia de las redes sociales en comportamientos alimentarios de riesgo mediante una investigación exploratoria, transversal con un diseño no experimental y metodología cualitativa.

En los resultados de la investigación se comprueba que la mayoría de los entrevistados ha realizado conductas alimentarias de riesgo en el último año o ha sentido culpabilidad al comer, datos que coinciden con los hallazgos obtenidos en la investigación realizada por Rounsefell et al. (2020), donde se encontró que la participación en las redes sociales y la exposición a contenidos relacionados con imágenes, pueden influir negativamente en la imagen corporal y hábitos alimentarios en la población adulta joven. A su vez, en Sidani et al. (2016) se encontró una asociación sólida y constante entre la utilización de redes sociales y las preocupaciones a nivel alimenticio, en una muestra representativa a nivel nacional de personas jóvenes adultas.

Los resultados de la investigación han sido categorizados y evaluados en función del objetivo general y los objetivos específicos establecidos, valorando la influencia del contenido encontrado en redes sociales en el día a día, la presión social, valores relacionados con la imagen y estética y modelos presentados en los medios de comunicación (Andrés Rueda et al., 2021), la presencia de efectos negativos en el autoestima y autoconcepto, la exposición a ideales de belleza y delgadez, y su asociación con la insatisfacción y comparación corporal.

En este proceso, ha sido de vital importancia considerar que la sociedad actual difunde modelos estéticos a través de la presión en redes sociales, mediante la publicidad y el fenómeno de la imitación (Andrés Rueda et al., 2021), que pueden inducir y fomentar la probabilidad de adoptar conductas alimentarias de riesgo en la población. Por lo tanto, se evidencia que a pesar de que los participantes dirigen su uso de las redes sociales y sus intereses hacia temas que no están vinculados con los estándares de belleza, la mayoría de los individuos de la muestra tiende a encontrarse con imágenes y publicaciones de este tipo en su vida diaria. Además, se hace referencia a la comparación corporal y la influencia de estas imágenes en las preferencias alimentarias de los entrevistados, coincidiendo con las aportaciones de Posavac et al. (1998), donde se menciona que incluso la mera observación de imágenes en los medios de comunicación puede generar efectos negativos y desfavorables respecto a la percepción del propio peso y aspecto físico. Esta investigación, realizada en la década de los 90, fue pionera en el estudio de la influencia de revistas de moda sobre el autoconcepto y conductas para perder peso.

Por otra parte, la totalidad de la muestra coincide en que existe una relación entre el uso de redes sociales y la probabilidad de desarrollar un TCA. En su estudio, Restrepo y Quirama (2020) llegaron a la conclusión de que el empleo de las redes sociales se ha convertido en un vehículo para obtener validación de la apariencia física, generando así conductas alimentarias dañinas y reforzando la insatisfacción corporal. Además, en el estudio realizado por Restrepo y Castañeda Quirama (2020), se encontraron asociaciones estadísticamente significativas entre el riesgo de padecer TCA y el uso de redes sociales, obteniendo un 47,5% de casos con conductas alimentarias de riesgo.

Por otra parte, los participantes informan que regularmente se encuentran con publicaciones que promueven dietas, información sobre cirugías estéticas o recetas consideradas “saludables” o de bajo contenido calórico, con el objetivo de lograr una pérdida de peso rápida y fomentar patrones restrictivos de alimentación, con la finalidad alcanzar el cuerpo ideal, y también mencionan la exposición a contenido generado por Influencers. Tal y como se expone en Friedman et al. (2022), los participantes relataron cómo las redes sociales tuvieron un impacto en sus decisiones de modificar sus hábitos alimenticios, pero actualmente no existen estudios rigurosos relacionados con el tipo de publicaciones que se suelen encontrar en estas plataformas sociales. No obstante, según la Interactive Advertising Bureau (IAB) (2022), las redes sociales promueven la venta y recomendación de productos para perder peso, dietas y datos distorsionados sobre la alimentación.

Algunos participantes de la investigación hacen referencia a encontrar este tipo de contenido en plataformas como Twitter, Instagram y Facebook, coincidiendo con los hallazgos de Rounsefell *et al.* (2019) donde se encontró que la tendencia a realizar comparaciones físicas presenta correlación con la exposición a imágenes en redes sociales, la insatisfacción corporal, el deseo de perder peso y la realización de dietas. Además, en el caso la plataforma social Facebook, se han encontrado asociaciones positivas entre su uso y la insatisfacción corporal, y la interiorización y deseo por conseguir el canon de belleza actual (Meier y Gray, 2014). Con relación al uso de Instagram, se ha observado que las mujeres que seguían cuentas de Influencers presentaban una mayor aceptación interna del ideal de belleza de la delgadez, mayor preocupación por su apariencia corporal y el seguimiento de dietas para perder peso (Rodríguez-Suárez et al., 2022), y se ha establecido una correlación con mayor número de experiencias negativas, insatisfacción con el cuerpo y conductas alimentarias de riesgo (Saunders y Eaton, 2018).

Con relación a la familiaridad con los grupos Pro-Bulimia (Pro-Mia) y Pro-Anorexia (Pro-Ana) que circulan en redes sociales, casi la totalidad de los participantes de la muestra admitieron estar conscientes de su existencia, y algunos reconocieron haber hecho parte de dichos grupos. Durante los últimos diez años, Internet ha experimentado una transformación notable al convertirse en un influyente canal de comunicación. En este contexto, tal y como expone Bardone-Cone y Cass (2007), han emergido plataformas web con contenido Pro-Anorexia, presentando una nueva manera de exponerse al concepto de delgadez como una meta que alcanzar. Según Mento et al., (2021), estas páginas y grupos presentan los TCA como estilos de vida que se pueden adoptar o elegir, y promueven un ideal de delgadez y brindan consejos y sugerencias sobre cómo conseguir cuerpos extremadamente delgados. A su vez, se ha encontrado que la exposición a estos sitios web o este tipo de contenido, tiene consecuencias afectivas y cognitivas negativas para las mujeres (Bardone-Cone y Cass, 2007).

Además, la totalidad de la muestra ha manifestado creer que los Influencers y personas famosas en redes sociales pueden influir negativamente en sus seguidores. El deseo de parecerse a personas famosas en las redes sociales puede contribuir a la aparición y/o mantenimiento de los TCA (Mento et al. 2021). De acuerdo con la investigación de Borzekowski et al. (2010), se encontró que la gran mayoría de plataformas de redes sociales y sitios web (un 58%) presentan imágenes de personas famosas con figuras extremadamente delgadas, promoviendo estilos de vida anoréxicos.

A su vez, otras investigaciones revelan que la tendencia a la internalización de estos patrones de belleza, los niveles moderados o bajos de autoestima, y la preocupación por la imagen corporal son factores de riesgo asociados a los TCA (Hilbert et al., 2014; Moreno-Encinas et al., 2021). Estos datos están asociados con las experiencias de los participantes, que experimentan una reducción en su autoestima y un autoconcepto negativo como resultado de la exposición a contenido en las redes sociales, refiriendo sentir una gran preocupación por su apariencia corporal debido a la presión social de cumplir con los estándares de delgadez y la idealización de cuerpos perfectos. Además, la difusión de imágenes que promueven cánones de belleza basados en la delgadez produce un nivel de malestar significativo en cuanto a la apariencia corporal entre la población (Peter y Brosius, 2021).

En esta misma línea, según el estudio de Ladera (2016), el uso de internet y redes sociales potencia la comparación de la imagen corporal, reduciendo la autoestima



de las personas. Además, en sus hallazgos, Schwartz (2010) señaló que existe una relación negativa entre el uso de las redes sociales y la autoestima, indicando que a medida que se incrementa la frecuencia de uso de las plataformas sociales, la autoestima tiende a disminuir. Por otra parte, según el estudio de Aparicio-Martínez *et al.* (2019), concluye que el ideal de delgadez se encuentra muy extendido en las redes sociales, promoviendo las CAR. No obstante, en estos estudios no se incluye la concepción de los participantes de lo que se define como una figura corporal "perfecta" o "ideal" en hombres.

Con relación a la insatisfacción corporal, gran parte de la muestra refiere experimentar la como consecuencia del uso de redes sociales. El estudio realizado por Aparicio-Martínez *et al.* (2019) respalda estos datos, debido a que se demostró que la insatisfacción corporal y el deseo de alcanzar el ideal de delgadez es significativo en mujeres.

Por lo que se refiere a la comparación corporal producida por el uso de redes sociales, la totalidad de la muestra afirma haber experimentado esta situación. De acuerdo con la investigación de Fardouly y Vartanian (2015), se observa que las comparaciones realizadas con las imágenes en las redes sociales se asocian con un mayor riesgo de experimentar insatisfacción corporal. Esta insatisfacción, a su vez, se considera un factor de riesgo para el desarrollo de TCA (Stice y Desjardins, 2018).

Además, se ha planteado que el impacto de las redes sociales en las CAR se debe a la activación de procesos de comparación social (Kohler *et al.*, 2020; Sherlock y Wagstaff, 2019).

### **Conclusión**

- En términos generales, se ha evidenciado que el uso de redes sociales puede tener un impacto significativo en el riesgo de desarrollar un TCA, coincidiendo con la perspectiva del 100% de la muestra. En consecuencia, este impacto se manifiesta a través de efectos negativos en la percepción personal, los hábitos alimentarios; así como en la relación con la autoestima, el autoconcepto, la insatisfacción corporal y la tendencia a la comparación corporal.
- Se establece una relación entre la representación visual que se enfoca en estándares de belleza inalcanzables y la posibilidad de desarrollar un TCA. Esto se debe a la promoción y difusión de ideales de belleza poco realistas y cuerpos perfectos asociados con la delgadez, así como la transmisión de información distorsionada sobre la alimentación en estas plataformas.

- Las personas se sienten presionadas por cumplir con los estándares de belleza actuales centrados en la delgadez, y experimentan sentimientos negativos hacia sí mismas, ya que consideran estos ideales como una meta que deben alcanzar, asociada al éxito y belleza.
- Se recurre a dietas, comportamientos purgativos, ayuno y conductas compensatorias para perder peso. El 80% de la muestra ha realizado conductas alimentarias de riesgo en el último año.
- Se han obtenido datos que revelan que, a pesar de que las personas consumen contenido diverso en estas plataformas, los ideales de belleza siguen siendo un tema recurrente presente en estas, actuando de manera independiente al algoritmo. Existe una correlación positiva entre el contenido relacionado con dietas e ideales de belleza, y la realización de las conductas alimentarias de riesgo.
- La promoción de la delgadez como un estilo de vida saludable, respaldado por figuras públicas a través de las redes sociales, tiene un impacto significativo en la población al obtener información sobre estándares estéticos y hábitos restrictivos basados en las CAR. Además, hay correlación positiva entre el conocimiento sobre los grupos que realizan apología a los TCA y las CAR.
- La “cultura de la delgadez” influye en el desarrollo de las CAR y el sentimiento de culpa al no cumplir con regímenes estrictos de alimentación. Se presenta una correlación positiva entre las CAR y la culpabilidad al comer. Se observa una menor prevalencia de las CAR en hombres, no obstante, la muestra no es homogénea.
- Se evidencia que se desarrolla una autoestima baja y un autoconcepto negativo en los participantes, marcado principalmente por el físico, ya que estos constructos se ven modificados por el entorno, refiriendo efectos negativos a nivel emocional, social y físico.
- Las redes sociales generan una necesidad de tener un cuerpo similar al de las personas que se presentan en imágenes, lo que sugiere que pueden experimentar insatisfacción corporal y deseo de cumplir con los cánones de belleza dominantes, a pesar de que afecte su salud física y mental.
- Estas plataformas promueven la preocupación por la apariencia corporal y la alimentación, generando una comparación corporal, insatisfacción corporal, y una idealización de la autoimagen mediante estos patrones de belleza.

## **Potencialidades**

Esta investigación expone los posibles riesgos y efectos negativos de la presión social para cumplir con estándares de belleza poco realistas representados en redes sociales, y la importancia de abordar este tema en la prevención de TCA. Por consiguiente, resulta fundamental resaltar la relevancia de fomentar una imagen corporal inclusiva centrada en la diversidad, abandonando la obsesión por la idealización de la delgadez como norma cultural predominante. Mediante la exploración de las vivencias subjetivas de los individuos involucrados en la investigación, se podrá abordar de manera óptima la prevención y gestión de los TCA, lo cual será de gran importancia para los expertos en Psicología, que busquen promover prácticas efectivas de detección y control de estos comportamientos de riesgo.

Por último, para el Construccinismo Social, esta investigación puede ser una herramienta para comprender los fenómenos psicológicos e individuales que surgen como resultado del entorno social. Además, permite examinar cómo las interacciones sociales y las construcciones compartidas moldean y configuran la experiencia humana en contextos específicos, aportando datos relevantes para la comprensión más profunda de estos procesos en base a una visión colectiva de las plataformas digitales y sus estereotipos.

## **Limitaciones**

La principal limitación de la investigación radica en el tamaño reducido de la muestra. Ampliar el alcance la muestra permitiría obtener una visión más profunda, precisa y representativa de los resultados obtenidos en la población objetivo.

## Resumen Público no Especializado

Esta investigación se ha abordado desde la perspectiva de la Psicología Social, centrándose en el estudio de cómo las redes sociales pueden influir en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo. Estas conductas se caracterizan por la adopción de hábitos restrictivos y compulsivos relacionados con la comida, como la realización de dietas extremadamente estrictas, el ayuno, el vómito autoinducido y conductas purgativas como el uso de laxantes. Además, se presentan conductas compensatorias como el ejercicio excesivo, que tienen como objetivo principal la pérdida de peso. Durante esta investigación, se ha buscado comprender en profundidad cómo los estándares de belleza expuestos por las redes sociales pueden afectar negativamente la salud y bienestar de las personas, a fin de fomentar el desarrollo de estrategias de prevención más efectivas de los trastornos de la conducta alimentaria.

Las redes sociales han tenido un impacto significativo en nuestras vidas, especialmente en nuestra conexión con la comida. Estas plataformas permiten la propagación de imágenes y mensajes que promueven patrones de belleza poco realistas y cuerpos ideales. Estos mensajes pueden provocar una gran presión social y aumentar la insatisfacción con el propio cuerpo, lo que puede llevar al desarrollo de un trastorno de la conducta alimentaria. Además, las redes sociales ofrecen plataformas para compartir y debatir experiencias alimentarias y corporales, fomentando la creación de comunidades en torno a conductas alimentarias de riesgo, perpetuando comportamientos nocivos.

En síntesis, los resultados han demostrado que las redes sociales desempeñan un papel significativo en los hábitos alimentarios de la población adulta joven, lo que a su vez conduce a una disminución en la autoestima y un autoconcepto enfocado en la apariencia física. Estas experiencias digitales también están asociadas con sentimientos de insatisfacción corporal y una tendencia a compararse con los demás en términos de imagen corporal. Estos efectos negativos pueden tener repercusiones importantes en el bienestar psicológico y emocional de la población, resaltando la necesidad de desarrollar un mejor control y equilibrio en el uso de las redes sociales, ya que se presenta un mayor nivel de preocupación por el peso corporal con la finalidad de parecerse a las figuras de los medios de comunicación, y como consecuencia de la internalización de la delgadez.

## Referencias

- Abad Miguélez, B. (2016). Investigación social cualitativa y dilemas éticos: de la ética vacía a la ética situada. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 34, 101-120. <https://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/16524/14219>
- American Psychiatric Association (2014). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. DSM-5. Editorial Medica Panamericana.
- APA Dictionary of Psychology. (s. f.). <https://dictionary.apa.org/social-constructivism>
- Asociación TCA Aragón (2020, 1 de junio). Estadísticas sobre los TCA. <https://www.tcaaragon.org/2020/06/01/estadisticas-sobre-los-tca/>
- Andrés Rueda, S., Hernández Rodríguez, N., Pablo Navarro, B., Guarín Duque, H. A., Bermúdez Moreno, G., & Barrientos Jaramillo, E. (2021). El impacto de los medios de comunicación y las influencias socioculturales como factor precipitante de trastornos de la conducta alimentaria y sus comorbilidades en adolescentes y adultos jóvenes. *Revista Sanitaria de Investigación*, 2(5), 15. <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/el-impacto-de-los-medios-de-comunicacion-y-las-influencias-socioculturales-como-factor-precipitante-de-trastornos-de-la-conducta-alimentaria-y-sus-comorbilidades-en-adolescentes-y-adultos-jovenes/>
- Aparicio-Martínez, P., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C., & Vaquero-Abellán, M. (2019). Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. *International journal of environmental research and public health*, 16(21), 4177. <https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>
- Bardone-Cone, A. M., & Cass, K. M. (2007). What does viewing a pro-anorexia website do? An experimental examination of website exposure and moderating
- Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

- effects. *The International journal of eating disorders*, 40(6), 537–548.  
<https://doi.org/10.1002/eat.20396>
- Borzekowski, D.L.G., Schenk, S., Wilson, J.L., y Peebles, R. (2010). e-Ana and e-Mia: A Content Analysis of Pro–Eating Disorder Web Sites. *Am. J. Public Health*, 100, 1526–1534. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.172700>
- Castañeda, T. y Emiro, J. (2020). Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria y uso de redes sociales en usuarias de gimnasios de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista Colombiana de Psiquiatría (English ed.)* 49(3), 162-169.  
<https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.003>
- Chacón-Quintero, G., Angelucci-Bastidas, L., & Quintero-Arjona, G. (2016). Autoconcepto físico y conductas alimentarias de riesgo en estudiantes universitarios. *Ciencia UNEMI*, 9(17), 108-116
- Contreras, J. (Ed.). (1995). Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres (Vol. 3). Edicions Universitat Barcelona.
- Crone, E. A., y Konijn, E. A. (2018). Media use and brain development during adolescence. *Nature communications*, 9(1), 588.  
<https://doi.org/10.1038/s41467-018-03126-x>
- Fardouly, J. y Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82-88. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Friedman, V. J., Wright, C. J. C., Molenaar, A., McCaffrey, T., Brennan, L., & Lim, M. S. C. (2022). The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *Journal of medical Internet research*, 24(5), e28063.  
<https://doi.org/10.2196/28063>

- Ladera Otones, I. (2016). *La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima*.
- García, I. (2020). Trastornos de la conducta alimentaria y redes sociales. Una perspectiva del siglo XXI. Madrid: Comillas Universidad Pontificia.
- García González, M., Gómez Lozano, M., y Molina Hernández, R. (2022). Que no te influncien más: Programa de intervención educativa sobre redes sociales, autoconcepto y autoestima. In *III Congreso Interdisciplinar de Jóvenes Investigadores 23 y 24 de septiembre de 2021* (1st ed., pp. 223–225). Servicios Académicos Intercontinentales S.L.
- George, J. B., y Franko, D. L. (2010). Cultural issues in eating pathology and body image among children and adolescents. *Journal of pediatric psychology*, 35(3), 231–242. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsp064>
- Grossoehme D. H. (2014). Overview of qualitative research. *Journal of health care chaplaincy*, 20(3), 109–122. <https://doi.org/10.1080/08854726.2014.925660>
- Chacón-Quintero, G., Angelucci-Bastidas, L., & Quintero-Arjona, G. (2016). Autoconcepto físico y conductas alimentarias de riesgo en estudiantes universitarios. *Ciencia UNEMI*, 9(17), 108-116. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol9iss17.2016pp108-116p>
- Hilbert, A., Pike, K. M., Goldschmidt, A. B., Wilfley, D. E., Fairburn, C. G., Dohm, F. A., Walsh, B. T. y Weissman, R. S. (2014). Risk factors across the eating disorders. *Psychiatry Research*, 220(1-2), 500-506. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2014.05.054>
- Interactive Advertising Bureau (IAB). (2022). Estudio de redes sociales 2022. Autor.
- Jiménez, A.L., & Pantoja, V.S. (2007). Autoestima y Relaciones Interpersonales en Sujetos Adictos a Internet.
- Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One's Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Kohler, M. T., Turner, I. N., & Webster, G. D. (2021). Social comparison and state–trait dynamics: viewing image-conscious Instagram accounts affects college students' mood and anxiety. *Psychology of Popular Media*, 10(3), 340-349. <https://doi.org/10.1037/ppm0000310>
- Ladera Otones, I. (2016). *La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima*.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (BOE núm. 294 de 5 de diciembre de 2018). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>
- Meier, E.P. y Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(4), 199-206. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>
- Mento, C., Silvestri, M. C., Muscatello, M. R. A., Rizzo, A., Celebre, L., Praticò, M., Zoccali, R. A., & Bruno, A. (2021). Psychological Impact of Pro-Anorexia and Pro-Eating Disorder Websites on Adolescent Females: A Systematic Review. *International journal of environmental research and public health*, 18(4), 2186. <https://doi.org/10.3390/ijerph18042186>
- Moreno Encinas, A., Moraleda Merino, J., Graell-Berna, M., Villa-Asensi, J. R., Álvarez, T., Lacruz-Gascón, T. y Sepúlveda García, A. R. (2021). Modelo de interiorización y exteriorización para explicar el inicio de la psicopatología de los trastornos  
Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía



- alimentarios en la adolescencia. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 29(1), 51-72. <https://doi.org/10.51668/bp.8321103s>
- Nuño, B. L., Celis, A. y Unikel, C. (2009). Prevalencia y factores asociados a las conductas alimentarias de riesgo en adolescentes escolares de Guadalajara según sexo. *Revista de Investigación Clínica*, 6(4), 286-293
- Ojeda-Martín, Álvaro, López-Morales, M.<sup>a</sup> del Pilar, Jáuregui-Lobera, Ignacio, y Herrero-Martín, Griselda. (2021). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of Negative and No Positive Results*, 6(10), 1289-1307. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.4322>
- Organización Mundial de la Salud. (2019). Clasificación estadística internacional de enfermedades y problemas de salud conexos (11<sup>a</sup> ed.). <https://icd.who.int/browse11/l-m/es>
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pérez, P., Martínez, J., Gainza, L, Galán, M. y Checa, P. (2021). Detección precoz y prevalencia de riesgo de trastorno de la conducta alimentaria en Atención Primaria en Guadalajara capital. *Medicina de familia*, 47(4), 230-239. <https://doi.org/10.1016/j.semerg.2021.01.007>
- Peter, C., y Brosius, H. B. (2021). Die Rolle der Medien bei Entstehung, Verlauf und Bewältigung von Essstörungen [The role of the media in the development, course, and management of eating disorders]. *Bundesgesundheitsblatt, Gesundheitsforschung, Gesundheitsschutz*, 64(1), 55–61. <https://doi.org/10.1007/s00103-020-03256-y>
- Ponce, I. (2012). Monográfico Redes sociales. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Observatorio Tecnológico*
- Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>  
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=2>

Posavac, H. D., Posavac, S. S. y Posavac, E. J. (1998). Exposure to media images of female attractiveness and concern with body weight among young women. *Sex Roles*, 38(3-4), 187-201. <https://doi.org/10.1023/A:1018729015490>

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.<sup>a</sup> ed.). <http://www.rae.es/rae.html>

Restrepo, J. E., y Castañeda Quirama, T. (2020) Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria y uso de redes sociales en usuarias de gimnasios. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 49(3), 162-169. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.003>

Rodríguez, B., Caperos, J. M., y Martínez, J. A. (2022). Efecto de la exposición a ideales de delgadez en las redes sociales sobre la autoestima y la ansiedad. *Psicología Conductual*, 30(3), 677-691. <https://doi.org/10.51668/bp.8322305s>

Rodríguez-Gómez, D. (2016). *La entrevista* [recurso de aprendizaje]. Recuperado del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), aula virtual. [https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID\\_00234748/pdf/PID\\_00234755.pdf](https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00234748/pdf/PID_00234755.pdf)

Rosenberg, M. (1965). *La autoimagen del adolescente y la sociedad*. Paidós (traducción de 1973).

Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., y McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & dietetics: the*

*Journal of the Dietitians Association of Australia*, 77(1), 19–40.  
<https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581>

Saunders, J. F. y Eaton, A. A. (2018). Snaps, selfies, and shares: how three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(6), 343-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>

Schwartz, M. (2010). *The usage of Facebook as it relates to narcissism, self-esteem, and loneliness* (Order No. 3415681). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (734599893). <https://www.proquest.com/dissertations-theses/usage-facebook-as-relates-narcissism-self-esteem/docview/734599893/se-2>

Sidani, J. E., Shensa, A., Hoffman, B., Hanmer, J., & Primack, B. A. (2016). The Association between Social Media Use and Eating Concerns among US Young Adults. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(9), 1465–1472. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.03.021>

Sherlock, M. y Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>

Stice, E. y Desjardins, C. D. (2018). Interactions between risk factors in the prediction of onset of eating disorders: exploratory hypothesis generating analyses. *Behaviour Research and Therapy*, 105, 52-62. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2018.03.005>

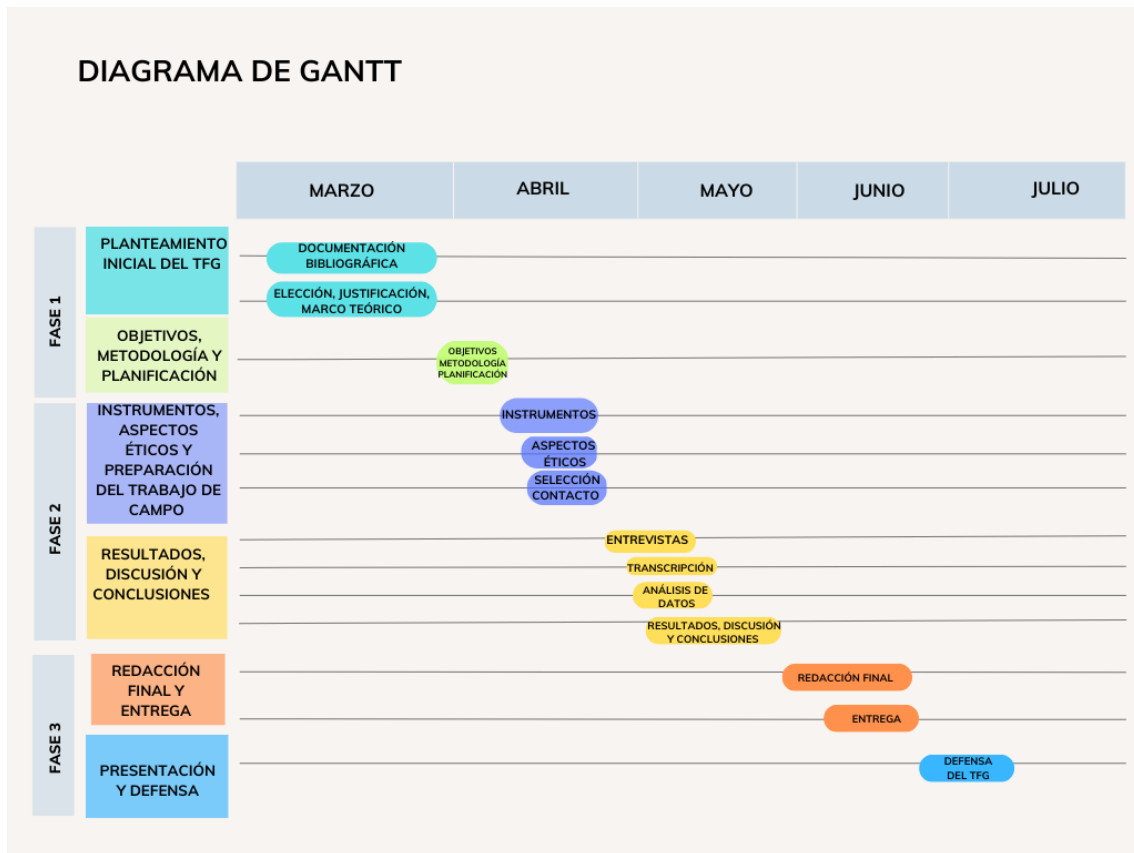
Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The internet, facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>

- Unikel, C., Nuño, B., Celis, A., Saucedo, T. J., Trujillo, E. M., García, F. y Trejo, J. (2010). Conductas alimentarias de riesgo prevalencia en estudiantes mexicanas de 15 a 19 años. *Revista de Investigación Clínica*, 62(5), 424-432
- Unikel, C., Martín, V., Juárez, F., González-Forteza, C. y Nuño, B. (2013). Disordered eating behaviours and body weight and shape relatives' criticism in overweight and obese 15 to 19-year-old females. *Journal of Health Psychology*, 18(1), 75-85. <https://doi.org/10.1177/1359105311435945>
- Ureña, M. P, Pacheco, M. y Rondón, M.J. (2015) Conductas alimentarias de riesgo y su relación con la imagen corporal en estudiantes de enfermería. *Revista ciencia y cuidado*, 12(2), 57-71. <https://doi.org/10.22463/17949831.509>
- Wilksch, S. M., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., y Wade, T. D. (2020). The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. *International Journal of Eating Disorders*, 53(1), 96-106. <https://doi.org/10.1002/eat.23198>
- Xanthopoulos, M. S., Borradaile, K. E., Hayes, S., Sherman, S., Vander Veur, S., Grundy, K. M., Nachmani, J., y Foster, G. D. (2011). The impact of weight, sex, and race/ethnicity on body dissatisfaction among urban children. *Body image*, 8(4), 385–389. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.04.011>

## Apéndices

### Apéndice A

#### Diagrama de Gantt



## Apéndice B

### Folleto Informativo

## Influencia de las redes sociales en conductas alimentarias de riesgo

**Implicaciones**

Este estudio está destinado a usuarios de redes sociales, que se encuentren en un rango de edad de 20-24 años. Los datos y resultados recabados no serán empleados por terceros.

Los datos personales de los participantes serán recogidos y tratados con finalidades exclusivamente docentes y de investigación y sin ánimo de lucro. La participación será de una única vez, sin seguimientos.

**Objetivo**

En este Estudio lo que queremos es analizar el impacto e influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo. Para ello, queremos analizar el tipo de red social y contenido que se utiliza con mayor frecuencia, la prevalencia de conductas alimentarias de riesgo en usuarios de redes sociales, la presencia de un efecto negativo en constructos sociales como el autoconcepto y autoestima, y la asociación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción y comparación corporal.

**Metodología**

Este proyecto consiste en una recopilación de datos obtenidos a través de una entrevista semiestructurada, realizada en Google Meet mediante videollamada. La duración de esta entrevista será de 1 hora aproximadamente, y se grabará únicamente el audio.



**Aprobación**

Este Estudio lo lleva a cabo una estudiante en el marco del Trabajo Final de Grado en Psicología Social de la Universitat Oberta de Catalunya, y ha sido aprobado por el profesorado responsable de la asignatura.

**Protección de datos personales**

Se respetará la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, la Ley 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, y el respeto por la autonomía de todos y cada uno de los participantes.

Para ello, se entregará un documento de consentimiento informado que los participantes tendrán que firmar y se trabajará desde la anonimización de los datos.

**Responsable del estudio:**  
María Camila Bermúdez Mejía

## Apéndice C

### Consentimiento Informado

#### DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

#### TRABAJO FINAL DE GRADO UNIVERSITARIO EN PSICOLOGÍA

Este documento quiere informaros sobre un trabajo (de ahora en adelante lo llamaremos “Estudio”) al que os invitamos a participar. Este Estudio lo lleva a cabo un/a estudiante en el marco del *Trabajo Final de Grado en Psicología Social* y ha sido aprobado por el profesorado responsable de la asignatura. Nuestra intención es que recibís la información correcta y suficiente para qué podáis decidir si aceptáis o no participar en este Estudio. Os pedimos que leáis este documento con atención y que nos formuláis las dudas que tengáis.

**Título del estudio:** Influencia De Las Redes Sociales En Conductas Alimentarias De Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria.

**Objetivo del estudio:** En este Estudio lo que queremos es analizar el impacto e influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo. Para ello, queremos analizar el tipo de red social y contenido que se utiliza con mayor frecuencia, la prevalencia de conductas alimentarias de riesgo en usuarios de redes sociales, la presencia de un efecto negativo en constructos sociales como el autoconcepto y autoestima, y la asociación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción y comparación corporal.

**Responsable del estudio:** María Camila Bermúdez Mejía

Yo, el Sr./la Sra. \_\_\_\_\_ mayor de edad, con DNI número \_\_\_\_\_ y correo electrónico \_\_\_\_\_, actuando en mi propio nombre y representación, mediante el presente documento,

MANIFIESTO QUE HE SIDO INFORMADO/DA DE LAS CUESTIONES SIGUIENTES RELACIONADAS CON EL ESTUDIO:

- Mi participación en este estudio es voluntaria y, si en cualquier momento deseo cambiar mi decisión, puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento.
- La participación en este estudio consiste en responder a las preguntas propuestas con relación a mi percepción y experiencia personal. La persona Responsable del tratamiento de mis datos personales es María Camila Bermúdez Mejía.
- Mis datos personales serán recogidos y tratados con finalidades exclusivamente docentes y de investigación y sin ánimo de lucro.
- Mis datos serán anonimizados, de manera que no se podrá conocer mi identidad a partir de los datos que se recojan.

Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria  
María Camila Bermúdez Mejía

- Se guardará secreto sobre la información personal que facilito, y solo se usará con finalidad docente y de investigación en el marco de este Estudio, de forma que no se me pueda identificar en los resultados del estudio.
- Siguiendo el principio de minimización, solo se recogerán los datos mínimos que sean necesarias para llevar a cabo el Estudio, y una vez haya acabado la finalidad docente o de investigación que se derive de este estudio, se destruirá toda la información de carácter personal que haya facilitado de forma definitiva.
- He sido informado/da mediante este documento, un folleto informativo y la información aportada por la estudiante María Camila Bermúdez Mejía sobre el Estudio, sobre su finalidad y sobre los datos que se recogerán, y he consentido a participar en este Estudio.
- En el supuesto de que el estudio requiera recoger datos de sonido, estos datos se recogerán a través de los medios de grabación que utilice el estudiante, y solo se usarán con el fin de realizar la investigación en el marco del Estudio. Estas grabaciones solo durarán el tiempo necesario e indispensable para la elaboración del trabajo, y no recibiré ninguna contraprestación económica.
- En el supuesto de que el estudio requiera recoger datos de sonido, estos datos se usarán para el Estudio respetando la normativa aplicable y en ningún caso supondrán una intromisión ilegítima ni una vulneración de los derechos a mi honor, intimidad personal y propia imagen.
- El tratamiento de los datos de carácter personal de todos los participantes se ajustará al que se dispone al Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679 y a la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales. De acuerdo con el que se establece en esta legislación, podéis ejercer los derechos de acceso, modificación, oposición y supresión de vuestros datos de carácter personal dirigiéndoos al Responsable del tratamiento, identificado a continuación y a través de los canales de contacto establecidos.

#### AUTORIZACIÓN PARA PARTICIPAR EN EL ESTUDIO:

Autorizo al Sr./Sra. María Camila Bermúdez Mejía, responsable del estudio, con DNI número 55177341L y correo electrónico personal [mbermudezmej@uoc.edu](mailto:mbermudezmej@uoc.edu), estudiante de la asignatura Trabajo Final de Grado de Psicología Social en Psicología de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) para que trate mis datos de carácter personal facilitados para la realización de la investigación descrita en el marco del Estudio indicado. En la tabla siguiente se resume de manera esquemática como se tratarán estos datos:

Información básica sobre protección de datos personales	
<b>Responsable del tratamiento</b>	María Camila Bermúdez Mejía, <a href="mailto:mbermudezmej@uoc.edu">mbermudezmej@uoc.edu</a> , 640736410
<b>Finalidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar a cabo las actividades de investigación detalladas al marco del Estudio</li> <li>- Solo si usted nos lo autoriza, gestionar la autorización de uso de su imagen y utilizar el material fotográfico y audiovisual que contenga su imagen y voz al marco del Estudio.</li> </ul>
<b>Legitimación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consentimiento del interesado.</li> <li>- En caso de que se recojan imágenes, su consentimiento por el uso de su imagen/vídeo/sonido</li> </ul>



<b>Destinatarios</b>	Sus datos serán utilizados únicamente por María Camila Bermúdez Mejía y no se comunicarán a terceros sin su consentimiento, excepto en el supuestos previstos por la ley.
<b>Derechos de los interesados</b>	Podéis ejercitar vuestro derecho de acceso, rectificación, suspensión, oposición, portabilidad y limitación enviando un correo electrónico mbermudezmej@uoc.edu adjuntando una fotocopia del DNI o documento acreditativo de su identidad.
<b>Información adicional</b>	Podéis revisar la información adicional sobre el tratamiento de los datos personales al apartado siguiente.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_ de \_\_\_\_\_ 20\_\_

El Sr./La Sra. \_\_\_\_\_ (nombre y firma)

#### AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE SONIDO

Con el fin de llevar a cabo la investigación en el marco del Estudio y la elaboración del trabajo, necesitaremos hacer grabaciones de voz de los participantes en el Estudio.

Haciendo una cruz en el recuadro siguiente, doy permiso a \_\_\_\_\_ María Camila Bermúdez Mejía para hacer uso del material audiovisual que recoja durante la realización de las actividades que formen parte del Estudio en las que seré partícipe y donde aparezca, en virtud del Estudio, mi voz, durante el tiempo necesario e indispensable para la elaboración del Estudio y sin ninguna contraprestación económica.

El estudiante se compromete a que la utilización de estos sonidos respete la normativa aplicable y que en ningún caso suponga una intromisión ilegítima ni una vulneración de los derechos al honor, intimidad personal y propia imagen de los participantes.

Autorizo el uso de mi voz en los términos indicados.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_ de \_\_\_\_\_ 20\_\_

El Sr./La Sra. \_\_\_\_\_ (nombre y firma)

## **Apéndice D**

### *Guion de las Preguntas de la Entrevista*

#### **Influencia de las Redes Sociales en Conductas Alimentarias de Riesgo: Aproximación Cualitativa Exploratoria.**

##### **Datos sociodemográficos.**

¿Cuál es tu género?

¿Cuál es tu edad?

¿Dónde naciste?

¿Cuál es tu lugar de residencia?

¿Cuál es tu nivel formativo actual?

**Pregunta 1:** *¿Crees que existe relación entre el uso de redes sociales, y la posibilidad de padecer un trastorno de la conducta alimentaria? ¿Porqué?*

**Pregunta 2:** *¿Qué tipo de contenido sueles buscar, o con qué contenido sueles interactuar más en tus redes sociales? ¿Sueles encontrar contenido relacionado con dietas y cuerpos ideales en tus redes sociales?*

**Pregunta 3:** *¿Estás familiarizado/a con los grupos Pro-Bulimia (Pro-Mia) y Pro-Anorexia (Pro-Ana) que circulan en redes, y su impacto en la salud mental de las personas que luchan contra trastornos de la conducta alimentaria? ¿Crees que los influencers y personas famosas en las redes sociales pueden influir negativamente en el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria en sus seguidores?*

**Pregunta 4:** *¿Has tenido comportamientos alimentarios restrictivos o compulsivos, o has recurrido a métodos extremos para perder peso en el último año? ¿Cuál crees que ha sido el detonante?*

**Pregunta 5:** *¿Te has sentido culpable después de comer, o has experimentado ansiedad o culpa al comer alimentos considerados "prohibidos", en el último año?*

**Pregunta 6:** *¿Crees que el contenido relacionado con los estándares de belleza en redes sociales influye en tu percepción de tu propio cuerpo?*

**Pregunta 7:** *¿De qué manera crees que las redes sociales afectan tu autoestima?  
¿Crees que las imágenes de cuerpos "perfectos" en las redes sociales afectan la  
percepción de lo que se considera un cuerpo "ideal"?*

**Pregunta 8:** *¿Crees que el uso de redes sociales ha aumentado tu nivel de  
insatisfacción con tu cuerpo?*

**Pregunta 9:** *¿Crees que el uso de redes sociales te ha llevado a comparar tu apariencia  
física con la de otras personas?*

## Apéndice E

### Tabla E11

#### Respuestas a la Pregunta Número 1

<b>Pregunta 1</b>	¿Crees que existe relación entre el uso de redes sociales, y la posibilidad de padecer un trastorno de la conducta alimentaria? ¿Porqué?
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
<b>P1</b>	Si, porque muchas chicas jóvenes ven muchos tipos de videos de Influencers que hacen mucho ejercicio y comen muy sano, eso a la larga les quema mucho la cabeza y terminan obsesionándose con adelgazar y ser sanas, también hay mucha gente que opina sobre el cuerpo de uno y eso termina enfermándote
<b>P2</b>	Sí, te comparas con imágenes de personas con cuerpos normativos e incluso editados
<b>P3</b>	Sí, actualmente predomina el canon de belleza de la delgadez por lo que la mayoría de las mujeres se ven presionadas para llegar a él. En las redes sociales estamos expuestas (queramos o no) a ver el físico de las demás, por lo que es muy difícil, por no decir imposible, no compararse con el resto de los cuerpos femeninos. Si una mujer que no se siente a gusto con su cuerpo, ve diariamente chicas con "mejor" cuerpo que ella, va a querer hacer lo que sea, con tal de verse como ella, aun siendo perjudicial para la salud
<b>P4</b>	Sí, debido a la presión y ansiedad que puede producir estar constantemente hiper conectados, comparándonos con los demás y peor aun cuando en muchas ocasiones lo que vemos en las redes sociales no refleja la realidad, por el uso de filtros, ángulos, etc. Todo esto sumado a una adicción que favorece el acceso a información sobre alimentación restrictiva
<b>P5</b>	Me parece que sí, porque en la redes sociales vemos un estereotipo físico muy marcado que es estar flaco y lindo, las personas ven eso como algo que está bien y los que son gordos, solo promueven la "obesidad", hasta en las mismas prendas de vestimenta hace que uno quiera estar en "forma" para poder vestirse con ropa que le gustó en una vidriera, y no puede porque son talles únicos. Se ponen trabas en

---

	donde no tendría que ser y cambiar la ley de talles, también cambiar el punto de vista de que ser flaco no significa que es una persona sana.
<b>P6</b>	Si, si no se educa adecuadamente, la gente se expone a muchos bulos y desinformación. A parte influyen variables como la autoestima, autoconcepto y habilidades sociales.
<b>P7</b>	Sí, ya que existen muchas Influencers que perpetúan conductas poco saludables como por ejemplo el ayuno intermitente. Además, muchas fotos que suben en redes sociales están editadas para verse mejor.
<b>P8</b>	Si, puede existir relación entre ambas, ya que el uso de las redes sociales puede llegar a ser un sustitutivo de saltarse una comida, entretenimiento y no darse cuenta de que pasa el tiempo.
<b>P9</b>	Si. Las redes sociales suelen exponer a las personas a imágenes y mensajes que fomentan la delgadez extrema e ideales de cuerpos perfectos, lo que puede aumentar la preocupación por la apariencia física. Esto puede hacer que las personas realicen conductas alimentarias restrictivas para alcanzar los estándares irreales de belleza promovidos en las redes sociales.
<b>P10</b>	Si. Creo que es importante estar consciente de los riesgos potenciales y tomar medidas para proteger la salud mental de los usuarios de redes sociales, ya que es usual que nos veamos expuestos a información relacionada con dietas, cuerpos extremadamente delgados, e incluso discursos que romantizan los TCA.

---

**Tabla E12****Respuestas a la Pregunta Número 2**

<b>Pregunta 2</b>	¿Qué tipo de contenido sueles buscar, o con qué contenido sueles interactuar más en tus redes sociales?  ¿Sueles encontrar contenido relacionado con dietas y cuerpos ideales en tus redes sociales?
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
<b>P1</b>	Lo que suelo buscar es música, pero muchas veces me saltan videos de dietas y de cuerpos ideales, te saltan comidas de muy bajas calorías y de las operaciones estéticas que te dicen que estereotipo tienes que cumplir
<b>P2</b>	Suelo buscar información relacionada con videojuegos, pero a veces si he llegado a encontrarme con contenido que promueve dietas o recetas saludables o poco calóricas, y también videos y fotos de personas conocidas que suben estas imágenes de sus cuerpos
<b>P3</b>	Como soy una mujer friki, suelo buscar contenido relacionado con videojuegos y maquillaje, aunque inevitablemente siempre me veo expuesta a contenido relacionado con "alimentos prohibidos", recetas con pocas calorías y muchos cuerpos "ideales"
<b>P4</b>	Suelo buscar contenido de videojuegos, ciencia y aprendizaje de idiomas. Si suelo encontrar contenido relacionado con dietas y cuerpos ideales, pero considero que en menor medida y eso se debe a que el algoritmo selecciona para mi otra clase de contenidos afines a lo que le doy like
<b>P5</b>	Suelo buscar contenido de maquillaje, de entretenimiento o mucho también de ropa, moda y me salen siempre dietas estrictas, ejercicios para tener cuerpos ideales todo el tiempo. La mayoría de las dietas son muy extremas el no comer tal hora, no comer nada dulce, hacer un desayuno con agua de limón puro y jengibre que es lo que te hace "adelgazar más rápido". Muchos son métodos peligrosos para la salud, pero por tener un cuerpo hegemónico lo hacen a todo costo
<b>P6</b>	Veo cosas de deporte, gatos y cosas de cultura. No suelo ver este tipo de contenido porque me fio menos de lo que exponen las redes sociales

---

<b>P7</b>	Me gustan los videojuegos así que me centro en ese tipo de contenido. El contenido que veo en redes sociales no incluye Influencers, pero siempre me salen anuncios por Instagram sobre ellas y dietas
<b>P8</b>	Busco relacionado con el desarrollo personal, psicología, salud mental y golf principalmente. Con mucha frecuencia encuentro temas relacionados con las dietas
<b>P9</b>	<p>Suelo buscar contenido relacionado con videojuegos y series, pero inevitablemente suelo encontrarme con publicaciones que promueven dietas a diario, como por ejemplo el pionero del Real Fooding, Carlos Ríos, quien ha sido ampliamente criticado por promover la eliminación de los productos ultra procesados en nuestro día a día y suelen divulgar información en Twitter e Instagram. Creo que este tipo de ideales pueden llegar a ser peligrosos para personas vulnerables a desarrollar un TCA, ya que se centran en patrones restrictivos de alimentación, que en muchos casos generan hipervigilancia y exceso de preocupación por los alimentos que comemos y las calorías de estos.</p> <p>Además, en Facebook también he llegado a encontrar publicaciones donde se promueven otro tipo de dietas, exponiéndolas junto a imágenes de cuerpos perfectos</p>
<b>P10</b>	Suelo buscar contenido relacionado con el crochet y animales, aunque sigo a alguna que otra influencer. Me suelo encontrar contenido relacionado con dietas y cuerpos ideales de manera muy constante, a pesar de que mi atención no está enfocada especialmente en este tipo de contenido.

---

**Tabla E13****Respuestas a la Pregunta Número 3**

<b>Pregunta 3</b>	
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
<b>P1</b>	Si estoy familiarizada con este tipo de grupos, los veía mucho por Twitter y me parecen terribles. Los Influencers y famosos influyen demasiado porque te venden dietas, ejercicios y operaciones, cuentan como ellas ayunan o hacen 3 horas de gimnasia, que solo comen ensaladas o cosas sin carbohidratos, hay muchos adolescentes y niños metidos ahí, hoy en día todos tienen trastornos
<b>P2</b>	Sí. Hace unos años tuve un TCA y en estos grupos de Twitter nos dábamos tips para perder peso y nos alentábamos a hacer ejercicio excesivo para quemar calorías. Recuerdo que también podíamos encontrar blogs que compartían consejos para bajar de peso y mantenernos en control. Respecto a los Influencers y famosos, depende de la gente a la que sigas. Yo en concreto no sigo a Influencers que sean superficiales para influenciar a la gente de esa forma, pero sí que es verdad que si siguen patrones de delgadez pueden influenciar negativamente a su público. Sobre todo, los adolescentes sí que pueden verse influenciados más fácilmente con gente que promueva esas cosas
<b>P3</b>	Sí, solía visitarlas a menudo cuando era adolescente ya que usaba mucho Twitter, lo que perjudicó mi salud mental. De hecho, fomentó el mantenimiento de un pasado TCA. Creo que sí influyen, y muchísimo, aunque la mayoría de las veces lo hacen inconscientemente. Tenemos muy arraigado el pensamiento de "lo mejor es estar delgado/a"
<b>P4</b>	No estoy familiarizado con ellos. Creo que los Influencers tienen mucho poder en las redes sociales y muchos de ellos no son conscientes del impacto que puede tener alguna cosa que digan, por pequeña que sea. Además, muchos



---

	Influencers comparten una vida en sus redes que no es la realidad, por lo que mucha gente que se encuentra en una situación comprometida o joven pueden ver cuerpos que no son reales en verdad y compararse con ellos puede crear mucho daño. Peor aún estos grupos Pro-Anorexia/Bulimia, lo único que hacen es agravar el problema y que personas que necesitan ayuda se cierren aún más
<b>P5</b>	Si los conozco. Siempre he estado en un entorno relacionado con los TCA. En mí adolescencia hacía parte de estos grupos, solo tuve dos episodios de bulimia, intentaba ir al baño producirme los vómitos, pero nunca fue algo tan repetitivo, no me gustaba vomitar, pero si me daba atracones con comida hasta que me llenaba y no podía comer más me hacía súper mal después me caía mal todo lo que comía. Además, tuve a mí mamá que siempre me contó que tuvo anorexia de chica y hasta la internaron por qué no comía. Creo que los famosos o Influencers siempre dan una imagen perfecta, entonces los seguidores quieren ser como esa persona, ya que lo ven como alguien que está bien y no tienen los mismos cuerpo, tipo de vida, edad
<b>P6</b>	Si los conozco y sí que influyen porque llegan a gente joven con poca educación respecto a la comida y sus opiniones pueden desequilibrar la balanza
<b>P7</b>	Sí, como psicóloga conozco esos grupos e investigué sobre ellos. Hace tiempo estaban más en auge y ahora por lo menos se les puede denunciar. Pienso que son muy dañinas porque refuerzan positivamente conductas inapropiadas en TCAs. Si creo que los Influencers pueden influir negativamente en el desarrollo de TCA en sus seguidores, porque hacen anuncios de productos para adelgazar y presentan una imagen inalcanzable y poco realista a sus seguidores
<b>P8</b>	Sí, estoy familiarizada con estos grupos. Tanto Influencers como personas famosas, influyen negativamente si la persona no está con una buena salud mental. No por ser Influencers o famosos son personas que mentalmente sean un ejemplo. Siempre depende de quién es la persona, sus conocimientos, cultura, profesión, experiencia, etc.
<b>P9</b>	Si, los conozco. Circulan principalmente por Twitter, al menos en mi experiencia. Tienden a promover conductas restrictivas y purgativas,

---

---

cuentan las calorías de los alimentos y suben fotos de sus cuerpos para reafirmar sus ideales de delgadez. También recuerdo haber visto que ponían la meta del peso al que querían llegar, y cómo se compartían tips y recetas con un bajo índice calórico. Estos grupos crean una comunidad virtual que normaliza y refuerza las conductas alimentarias disfuncionales y los síntomas de los trastornos de la conducta alimentaria.

En cuanto a la pregunta sobre los Influencers, creo que sí, los Influencers y las personas famosas en las redes sociales tienen un gran impacto en la percepción y la imagen corporal de sus seguidores, especialmente entre los jóvenes y adolescentes que son más influenciables y vulnerables. Algunos promueven conductas alimentarias y hábitos de vida poco saludables, como el ayuno intermitente, las dietas extremas y el uso de suplementos para perder peso. Incluso he visto casos de Influencers que a lo largo de los años han admitido tener un TCA

---

**P10**

Si, los conozco. Fomentan los TCA y se comparten consejos y estrategias para perder peso, como el ayuno, el uso de laxantes, el vómito y el ejercicio excesivo. Por eso entonces promueven comportamientos peligrosos que pueden empeorar la salud física y mental de las personas que tengan un problema alimenticio o que presenten riesgo de tenerlo

Los Influencers y personas famosas sí que pueden influir negativamente en el desarrollo de los TCA, ya que podemos ver como muchas recomiendan productos para adelgazar y hablan sobre sus propias dietas.

---

**Tabla E14***Respuestas a la Pregunta Número 4*

<b>Pregunta 4</b>	
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
	¿Has tenido comportamientos alimentarios restrictivos o compulsivos, o has recurrido a métodos extremos para perder peso en el último año? ¿Cuál crees que ha sido el detonante?
<b>P1</b>	Si, vómito autoinducido, pastillas de dietas y no comer nada de carbohidratos, y termine teniendo problemas dentales y gastrointestinales. Creo que el detonante fue no tener un cuerpo delgado
<b>P2</b>	Si, los he tenido, especialmente dietas estrictas, ayuno y vomito autoinducido. Creo que el detonante es verme al espejo y no gustarme a mí misma, no sentirme conforme con el peso que tengo. Todos los días veo a chicas muy delgadas y me acomplejo por ello
<b>P3</b>	No, aunque en el pasado si los tuve. El detonante de entonces fue la comparación excesiva que me hacía con mis amigas y el querer verme mejor por redes sociales
<b>P4</b>	No, no he recurrido a ningún comportamiento alimentario restrictivo
<b>P5</b>	Si tuve situaciones donde no comía en todo el día, pero después a la madrugada me agarraba hambre y como no me veían comía mucho de golpe, eso me caía mal me terminan doliendo la panza y no comía bien por temas de querer bajar de peso a los días, eso es imposible. Mí detonante fue ver que ganaba peso y me sentía mal conmigo misma, además no podía estar despierta de día me sentía débil y no comía o comía poco
<b>P6</b>	Si. Puede que algún ayuno, pero de forma puntual porque hacía poco deporte y comía de más y no cenaba. Creo que fue en parte por sentir que no tenía el cuerpo perfecto
<b>P7</b>	Si. Antes tomaba unas pastillas que te ayudan a quemar grasa más fácilmente, y me saltaba comidas. El detonante creo que ha sido el hecho de compararme con chicas más guapas y delgadas, más que nada cuando entro a Instagram que es la red social que más uso
<b>P8</b>	Sí, los he tenido. El detonante ha sido mi facilidad para ganar peso

---

**P9**           Alguna vez los he tenido, especialmente comportamientos restrictivos como dietas, buscando bajar de peso. Creo que el detonante ha sido la comparación corporal con las imágenes que vemos en redes

---

**P10**           Si, he tenido este tipo de comportamientos. Cuando veo que gano peso no puedo evitar sentirme mal, por lo que termino siguiendo alguna dieta, como el ayuno intermitente, y también he llegado a utilizar laxantes. Creo que el detonante es ver a tantas chicas perfectas, con vidas perfectas en redes sociales. Aunque no te interese ese tipo de contenido, te ves afectada por ello y terminas sintiéndote mal con tu propio cuerpo

---

**Tabla E15****Respuestas a la Pregunta Número 5**

<b>Pregunta 5</b>	¿Te has sentido culpable después de comer, o has experimentado ansiedad o culpa al comer alimentos considerados "prohibidos", en el último año?
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
<b>P1</b>	Siempre que como me siento muy culpable, siempre fui una chica grandota y gorda, pero uno trata de distraerse y disfrutar de la comida
<b>P2</b>	Si, cuando como alimentos que se consideran grasos o comida chatarra, me siento culpable por no comer sano y me da miedo ganar peso
<b>P3</b>	Normalmente sí, porque como tengo sobrepeso, siento que no debería comer ciertas comidas
<b>P4</b>	Rara vez, pero alguna ocasión en la que he ingerido comida basura durante varios días seguidos por circunstancias me terminaba sintiendo mal, física, pero sobre todo mentalmente. Considero que en este caso esto se debe principalmente a que estos alimentos son nocivos para el cuerpo y proporcionan ese placer durante la ingesta, pero no dejan el cuerpo con el valor nutritivo duradero que tienen alimentos sanos como verduras, legumbres. Crean daño en el cerebro y su consumo debería ser controlado o reducido
<b>P5</b>	Si, me siento culpable después de comer chocolate o cosas dulces que sé que engordan, pero me gustan mucho
<b>P6</b>	Si, a veces cuando salgo con amigos y comemos hamburguesas, por ejemplo. Siento como si eso me fuera a hacer ganar kilos de la noche a la mañana y me siento fatal
<b>P7</b>	Si me he sentido culpable, ya que he tratado de evitar algunas comidas que no son tan sanas y que me pueden hacer ganar peso con facilidad, como los dulces, hamburguesas, frituras, etc.
<b>P8</b>	Nunca me he sentido culpable, al revés he considerado que por hacerlo no ganaba peso. Lo hice durante una pequeña temporada, me di cuenta "a tiempo" que no podía seguir por ese camino.
<b>P9</b>	Si, me he sentido culpable. Muchas veces encuentro publicaciones en Instagram donde se demonizan ciertos alimentos, la "comida

---

basura". No tener un cuerpo "normativo" o acorde a los cánones de belleza establecidos puede hacerte, sentir mal.

Me he sentido culpable por saltarme alguna "norma" de la dieta y he llegado a contar las calorías de estos alimentos

---

**10** Si, me he sentido culpable. Si como comidas muy calóricas me siento culpable y triste, y siento la necesidad de hacer lo posible por quemar estas calorías de cualquier manera y cuanto antes

---

**Tabla E16***Respuestas a la Pregunta Número 6*

<b>Pregunta 6</b>	
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
	¿Crees que el contenido relacionado con los estándares de belleza en redes sociales influye en tu percepción de tu propio cuerpo?
<b>P1</b>	Si un montón, yo siempre quise cumplir esos estereotipos y uno termina enfermándose, queriendo pesar 45 kilos, creyendo que operándose va a cambiar su baja autoestima y no es así
<b>P2</b>	Absolutamente. Influye porque te comparas con cuerpos irreales y tú quieres alcanzar estándares que no son posibles
<b>P3</b>	Si. Veo cuerpos delgados e inevitablemente me gustaría verme como ellas
<b>P4</b>	No uso redes sociales apenas, por ejemplo, Instagram, TikTok. Las dejé de utilizar hace años porque me hacían más daño que bien, me terminaban dando ansiedad y a mi parecer, te hacen perder mucho el tiempo que podrías emplear en algo más gratificante. Sí considero que afecte a los estándares de belleza las redes, en mi caso considero que no ha sido de gran impacto porque apenas he subido fotos o interactuado mucho en las mismas
<b>P5</b>	Si desde que tengo recuerdos en la tele y veía a chicas de mí edad mucho más flacas y mucho más lindas, según una perspectiva que me la daban todos de que eso era lo que estaba bien eso es lo único saludable que existe por así decirlo, mi propia familia también influyó mucho en mí cuerpo pensando que mis primas estaban no se más flacas por algo genético que es el metabolismo rápido que tienen algunas personas y yo no lo tenía
<b>P6</b>	Si, y a la gente entiendo que le influyan por los estereotipos
<b>P7</b>	Considero que sí. A veces pienso que me gustaría tener por ejemplo más caderas y ser más delgada
<b>P8</b>	Hoy por hoy no, pero considero que es muy difícil que no influya si eres una persona insegura porque las redes sociales, la publicidad, etc., al estar de moda y querer estar dentro de un grupo, haces comportamientos o actitudes para poder ser del mismo grupo
<b>P9</b>	Si. La exposición constante a imágenes idealizadas de cuerpos perfectos y la comparación con estos cuerpos que puede surgir al ver

---

contenido en línea, puede llevar a las personas a sentirse insatisfechas con su propio cuerpo y a adoptar hábitos poco saludables para intentar alcanzar un ideal de belleza inalcanzable

---

**P10**

Si que influye, porque no es usual ver mensajes de Body Positivity, normalmente no te encuentras anuncios con personas que tengan un cuerpo con kilos de más, no hay diversidad. Yo me comparo mucho con los cuerpos de chicos que me suelen aparecer en mi inicio, en especial en Instagram

---



**Tabla E17****Respuestas a la Pregunta Número 7**

<b>Pregunta 7</b>	¿De qué manera crees que las redes sociales afectan tu autoestima? ¿Crees que las imágenes de cuerpos "perfectos" en las redes sociales afectan la percepción de lo que se considera un cuerpo "ideal"?
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
<b>P1</b>	Me afectan demasiado, pero trato de no pensar mucho en eso, de trabajar en mi autoestima, los cuerpos "perfectos" afectan mucho la mente de una persona, piensan que solo siendo atractiva te van a querer y admirar
<b>P2</b>	Si me afectan, bajan mi autoestima porque me comparo constantemente con otras chicas. Cuando me siento así prefiero aislarme y no salir de casa. Si, las imágenes de cuerpos perfectos siguen siempre un mismo patrón, de chicas muy delgadas y terminas asociando la perfección con ese prototipo
<b>P3</b>	Afectan negativamente a mi autoestima. Intento manejar la presión pensando que, si sigo haciendo ejercicio y manteniendo una alimentación saludable, podré verme como ellas algún día. Si, afectan porque perpetúan la idea de que la delgadez es la única belleza aceptable
<b>P4</b>	Sí, todo afecta. Si ves cuerpos perfectos te verás a ti inferior, porque el ser humano no es perfecto, lo que le hace bonito son precisamente las imperfecciones. Muchas veces esos cuerpos perfectos son con filtros, falsos u operados y quieren vender la imagen de que son naturales. Esto es algo que se ha observado también en el mundo del culturismo, donde grandes leyendas se vanagloriaban de ser naturales para con el tiempo quedar demostrado que usaban anabolizantes. Mucha gente que seguía a estos atletas los tenía de referentes comparándose, como inspiración y queriendo llegar a ser como ellos o tener un cuerpo parecido, cuando la realidad es que nunca iban a poder llegar a ser así a menos que utilizaran suplementos

---

<b>P5</b>	En realidad, estoy luchado día a día para verme diferente, respetarme tal y como soy muchas veces recaigo y me veo fea por mí peso, viendo a chicas que sigo en redes sociales con sus cuerpos "perfectos", si afecta a muchas personas ver cuerpos hegemónicos y no poder ser así, queriendo ser como ellos solo por qué los demás lo respeta, es el cuerpo sano que se debe tener según las personas en sí
<b>P6</b>	Yo es que lo llevo bien, pero si no sabes gestionarlo es duro. Te generan complejos, hace odiar tu cuerpo... Ese cuerpo perfecto en sí no, pero la desinformación sí. Por ejemplo, decir que todo el mundo puede tener un cuerpo de modelo como Cristiano Ronaldo cuando se gastan mucho dinero y tiempo en invertir en su imagen
<b>P7</b>	Las redes sociales y las Influencers pueden afectar la percepción que las chicas jóvenes tiene sobre sus cuerpos ya que hoy en día "mandan" los cuerpos que ellas promocionan.  Pienso que existe mucha presión para llegar a esos cuerpos cuando no todo el mundo nace con esas constituciones corporales o por diversos motivos
<b>P8</b>	Considero que sí influye en la autoestima y sí es una presión social, ya que consideramos ser como el/la de la "foto". Sí creo que los cuerpos "perfectos" afectan a la percepción de lo considerado cuerpo "Ideal", puesto que ya te guían para que vayas por una dirección concreta, a no ser que se tenga criterio propio y se diferencie entre lo que es moda, y lo que te gusta a ti
<b>P9</b>	La exposición constante a imágenes idealizadas de cuerpos perfectos y apariencias perfectas puede llevar a las personas a sentirse insatisfechas con sus propias vidas y apariencias, lo que puede afectar negativamente su autoestima. De vez en cuando he comparado mi vida con la de personas que se exponen en redes, y es inevitable sentirse mal  Para manejar esa presión social, es importante reconocer que la mayoría de las imágenes que se ven en las redes sociales son cuidadosamente seleccionadas y editadas para mostrar solo una parte idealizada de la vida de una persona. Es importante recordar que las personas son mucho más que sus perfiles en redes sociales y que nadie tiene una vida perfecta.

---

---

Además, la exposición constante a fotos de cuerpos perfectos y la comparación social que puede surgir al ver contenido en línea puede llevar a las personas a sentirse insatisfechas con sus propios cuerpos y a adoptar hábitos poco saludables para intentar alcanzar estos ideales, y los cuerpos que se exponen siguen siempre el mismo patrón: la delgadez

---

**P10** Considero que tengo etapas en las que tengo una autoestima baja, como consecuencia de la presión social por esos estándares de belleza. Las imágenes de cuerpos perfectos influyen en la creación del concepto del cuerpo ideal, ya que los estándares de belleza estereotipados y poco realistas que observamos en redes pueden excluir a las personas que no se ajustan a estos estándares. Esto puede hacer que las personas se sientan presionadas para ajustarse a estos estándares, incluso si no son saludables o realistas

---

**Tabla E18***Respuestas a la Pregunta Número 8*

<b>Pregunta 8</b>	¿Crees que el uso de redes sociales ha aumentado tu nivel de insatisfacción con tu cuerpo?
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
<b>P1</b>	Si siempre, quiero operarme todo
<b>P2</b>	Si, me siento muy insatisfecha conmigo misma
<b>P3</b>	Antes sí, ahora ya no tanto porque me he hecho mayor y veo las cosas de otra forma, con más paciencia y prestando más atención a mi salud mental y física
<b>P4</b>	No, cuando era más joven si creo que pudo tener un impacto, esperaba los comentarios para ver que me decían, me fijaba en los likes, una vez pasé la adolescencia me alejé cada vez más de ese mundo y no me arrepiento, soy feliz con mi cuerpo y me tiene que gustar a mí. Es triste pensar que niños jóvenes que están creciendo con las redes sociales en todo su esplendor desde muy niños puedan estar enganchados a ese mundo de falsedad y de sistema de puntuación con likes, es algo de interés mundial y creo que el mundo no estaba preparado para las redes sociales tal y como han surgido
<b>P5</b>	Desde que tengo uso de razón me compare con niñas de mi edad en la tele, y ahora mismo en las redes sociales al mirar que tienen mí misma edad y ellas están más jóvenes, hermosas y con su cuerpo divino. Así que si, todos los días aumenta el no poder estar satisfecha con tu cuerpo por ver a los demás cuerpos hegemónicos
<b>P6</b>	Antes si porque era una pura idealización sobre todo en Instagram, pero ahora no
<b>P7</b>	Si, aunque actualmente esa insatisfacción ha disminuido un poco
<b>P8</b>	Si lo ha aumentado, por ser moda y querer ser como lo que ves en la publicidad, con cuerpos delgados y esbeltos
<b>P9</b>	Si, aunque por temporadas. A veces me siento bien, pero me encuentro más vulnerable puedo recaer y compararme con los estándares de belleza actuales, sintiéndome muy insatisfecho con mi cuerpo
<b>P10</b>	Si. El compararme con otras chicas me hace sentir muy insatisfecha con mi aspecto físico, como si tuviera el deber de estar delgada

**Tabla E19***Respuestas a la Pregunta Número 9*

<b>Pregunta 9</b>	
<b>Participante</b>	<b>Respuesta</b>
	¿Crees que el uso de redes sociales te ha llevado a comparar tu apariencia física con la de otras personas?
<b>P1</b>	Si muchísimo, quieres tener pechos grandes o una panza chata, labios gruesos, nariz pequeña. Uno se compara por lo que dicen los demás, por los comentarios ofensivos de familiares o gente desconocida, son estereotipos que nos inculcan las redes sociales y nos presionan a ser como las imágenes que exponen, si no eres eso no existes.
<b>P2</b>	Si, incluso con personas online que luego se ha demostrado que han editado sus fotos
<b>P3</b>	Si, especialmente con famosas españolas
<b>P4</b>	Sí, es inevitable. Cuando era más joven me comparaba con el cuerpo del resto, hoy en día no puede darme más igual, el alejarme de las redes sumado a buena educación e información te hace darte cuenta de la gran mentira que son las redes sociales y que lo importante es estar a gusto tu con tu cuerpo, no buscar ni la aprobación del resto por internet ni compararte a otros cuerpos
<b>P5</b>	Si me comparo en redes con otras personas por qué también son exitosas, inteligentes, con cuerpo "perfectos". Una vida de ensueño donde solo lo pueden vivir las personas con cuerpos perfectos, y uno se piensa que como no es como ellas no se siente triunfador de la vida, se siente que nunca va a progresar y solo por el físico
<b>P6</b>	Si, porque te rodeas de gente que se compara y al final tiendes a compararte un poco, y más cuando solo ves que las personas delgadas son aceptadas
<b>P7</b>	Inconscientemente sí, sobre mi cuerpo, y también detalles faciales
<b>P8</b>	Sí. Considero que ahora con redes sociales, y antes con las revistas, siempre han existido las comparaciones entre personas de un nivel mayor que el propio e "imitarlas" de alguna manera con las posibilidades económicas de cada uno/a
<b>P9</b>	Si, es inevitable compararte con los Influencers y famosos que vemos a diario en redes

---

**P10** Si, creo que es muy común, que al menos las mujeres nos comparemos con chicas que podemos ver en redes, ya que desde pequeñas estamos sometidas y expuestas a seguir ciertos estándares de belleza y nos comparamos con otras chicas

---