



FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS SOCIALES

Autoestima y el uso de Instagram: Impacto del contenido relacionado con la Imagen Corporal en la génesis de TCA

Estudiante: Quevedo, Jimena Agustin

A handwritten signature in dark blue ink, appearing to read 'Jimena'.

Legajo: 27494

Directora: Prof. Lic. Potes, Micaela Victoria

Trabajo Final de Integración para acceder al título de Licenciada en Psicología

2025

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN
PARA LA PUBLICACIÓN DE OBRAS EN EL REPOSITORIO DIGITAL
INSTITUCIONAL DE LA UFLO UNIVERSIDAD

RIUFLO - *Repositorio Institucional de la Universidad de Flores* - fue creado para gestionar y mantener una plataforma digital de acceso libre y abierto para la difusión de la creación intelectual de la Universidad de Flores.

El autor cede a la Universidad de forma gratuita pero no exclusiva, los derechos de reproducción, de distribución y de comunicación pública de su obra, a través del **RIUFLO**. Por lo tanto, la Universidad adopta para los ítems allí depositados la Licencia Creative Commons atribución - no comercial - compartir igual 4-0 internacional y siempre requerirá que se cite la fuente y se reconozca la autoría. De solicitar otras limitaciones, el autor podrá detallarlas en forma expresa o a través de la elección de otro modelo de Licencia.

Autorizo la publicación de la obra en el RIUFLO:

Desde la fecha [x]

Dentro de los 6 meses posteriores a su aceptación []

Otro plazo mayor detallar/justificar:

Lugar y fecha: San Miguel, 10 de julio de 2025

Firma y aclaración del autor: Quevedo, Jimena Agustina



Indice

Resumen.....	4
Introducción.....	5
Delimitación del Objeto de Estudio.....	5
Planteo del Problema.....	6
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Hipótesis Básicas y Derivadas.....	9
Fundamentación.....	9
Estado del Arte.....	12
Marco Teórico.....	21
Adolescencia y Juventud.....	21
Autoestima y autoimagen.....	23
Influencia, tiempo y contenido consumido en las Redes Sociales.....	24
Definición de TCA.....	29
Clasificación de los TCA según el DSM-V.....	31
Método.....	37
Diseño de estudio.....	37
Participantes.....	38
Muestra.....	38
Instrumentos.....	39
Procedimiento de recolección de datos.....	43
Constancia de utilización del consentimiento informado.....	44
Resultados.....	46
Discusión.....	68
Conclusión.....	71
Aportes y contribuciones de la investigación.....	73
Limitaciones de la investigación.....	74
Líneas de investigación futuras.....	75
Propuestas de intervención.....	77
Referencias.....	80
Anexos.....	90

Resumen

En los últimos años, el uso intensivo de redes sociales se ha convertido en un aspecto central en la vida de los jóvenes, siendo Instagram una de las plataformas más utilizadas. Esta red social, expone a los usuarios a ideales de belleza corporal que pueden influir negativamente en la percepción de su imagen y en su autoestima. Este estudio tuvo como objetivo analizar la influencia de la exposición a contenido de la imagen corporal en Instagram sobre la autoestima y su contribución al riesgo de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA) en jóvenes de 18 a 24 años del distrito de San Miguel, Buenos Aires.

Se empleó un diseño cuantitativo, no experimental y transversal. La muestra estuvo compuesta por 46 participantes. Se utilizaron tres instrumentos: la Escala de Autoestima de Rosenberg, el EAT-26 y un cuestionario adaptado sobre el uso de redes sociales. Los datos se recogieron mediante Google Forms, y se calcularon frecuencias, porcentajes e índices de riesgo.

Los resultados indicaron que el 15,2% de los jóvenes presentó baja autoestima, el 34,8% se ubicó en riesgo en redes sociales y el 11% mostró riesgo de TCA. Se observaron asociaciones entre baja autoestima y mayor riesgo en redes sociales, así como una coincidencia entre riesgo en redes sociales y riesgo de TCA.

Los hallazgos sugirieron que los niveles bajos de autoestima podrían actuar como factor mediador entre la exposición a contenido corporal idealizado en Instagram y el riesgo de desarrollar TCA. Se resalta la importancia de implementar intervenciones preventivas que fortalezcan la autoestima y promuevan un uso crítico de las redes sociales.

Palabras claves: Trastornos de Conducta Alimentaria, adolescentes, mujeres, medios de comunicación, redes sociales.

Introducción

Delimitación del Objeto de Estudio

En las últimas décadas, las redes sociales atravesaron un vertiginoso crecimiento convirtiéndose en una parte integral de la vida cotidiana y los jóvenes estaban íntimamente vinculados a plataformas tales como WhatsApp, Instagram, Tik Tok y Youtube. Este fenómeno reflejó una tendencia en la que los adolescentes crearon perfiles en redes sociales a edades cada vez más tempranas, lo que suscitó a interrogantes sobre el alcance y la representación de estas plataformas como un potencial riesgo, tanto para el desarrollo de TCA, como en el contexto de vulnerabilidad característica de esta etapa de la vida (Vega Botina, 2023).

Particularmente, Instagram se ha consolidado como una plataforma visual que expone a los usuarios a un flujo constante de imágenes corporales idealizadas, lo cual puede influir en la forma en que perciben su propio cuerpo y valoran su autoestima, en línea con lo planteado por Lucciarini et al. (2021), quienes reportaron un aumento en la proliferación de redes sociales, especialmente entre adolescentes y jóvenes, quienes a menudo se exponían a imágenes comparativas. Esta preponderancia visual, influenciada por la búsqueda de un estándar de belleza corporal ideal, pudo haber contribuido al surgimiento de insatisfacción con la propia imagen corporal y promovido la valoración de la delgadez. La relación entre los comportamientos relacionados con la apariencia física en las redes sociales y el desarrollo de TCA se presentó como un tema de gran relevancia, especialmente en un contexto en el que los jóvenes forjaron sus relaciones, gustos, personalidades y principios a partir de aplicaciones digitales como sus principales medios de comunicación.

La posible relación entre los comportamientos relacionados con la apariencia física en las redes y el desarrollo de TCA se convierte en un tema de suma relevancia en

la actualidad. Esto se dio dada la dependencia creciente de los jóvenes en las aplicaciones digitales como sus principales medios de comunicación social (Lucciarini et al., 2021).

Ante este escenario, se llevó a cabo una investigación cuantitativa en el ámbito de la psicología clínica con el propósito de analizar las variables “Autoestima y el uso de Instagram: impacto del contenido relacionado con la imagen corporal en la génesis de Trastornos de la Conducta Alimentaria”. Los hallazgos de este estudio pretenden aportar evidencia empírica que oriente el diseño de intervenciones preventivas y terapéuticas, así como fortalecer la comprensión de los mecanismos mediante los cuales las exposiciones a contenidos visuales en redes sociales podrían influir en la salud mental de los jóvenes.

Planteo del Problema

El presente trabajo surgió de la necesidad de determinar e identificar cómo el uso de Instagram, una red social centrada en la imagen, influyó y alteró la percepción de la autoimagen y cómo esto impactó de forma indirecta en la autoestima, contribuyendo potencialmente al desarrollo de un posible Trastorno de la Conducta Alimentaria en jóvenes de 18 a 24 años del distrito de San Miguel. Considerando la creciente popularidad de esta plataforma por parte de los adolescentes y adultos jóvenes, resultó fundamental explorar de manera exhaustiva los múltiples factores que motivan a la participación activa y cómo estos, pudieron influir en la autoestima y en la percepción corporal.

Estudios previos han demostrado que el uso de las redes sociales se consideraron un factor de riesgo desencadenante a Trastornos de Conducta Alimentaria, y durante la última década, se observó un notable aumento en la presencia de redes sociales, principalmente adoptadas por la población adolescente y joven. Estos usuarios, con

frecuencia, consumieron y compararon las imágenes compartidas en plataformas con sus propios cuerpos, principalmente las mujeres. Este énfasis visual, influenciado por el ideal de un cuerpo perfecto, pudo contribuir al surgimiento de la insatisfacción corporal, incentivando la búsqueda de la delgadez como objetivo (Lucciarini et al., 2021). De igual modo, el avance masivo de los dispositivos de telecomunicación, especialmente los teléfonos inteligentes y móviles, facilitó el uso exponencial de estas tecnologías y las plataformas digitales, tales como WhatsApp, Facebook e Instagram. Sin embargo, una problemática emergente se relacionó con el uso e impacto de Instagram en la autoestima de los jóvenes, ya que se observó una obsesión por lograr que las fotografías e historias compartidas fuesen vistas, admiradas y comentadas, así como la necesidad de buscar aceptación a través de la publicación de imágenes que reflejaban lo que se deseaba mostrar y cómo se pretendía ser percibido en el mundo virtual. Estas prácticas construyeron una realidad a menudo distante de la vida personal real del individuo y, además, generaron consecuencias psicológicas, sociales y culturales que laceraron la autoestima del sujeto (Clemente, et al., 2019). Ante este panorama, resultó necesario indagar cómo la exposición prolongada a contenidos relacionados con la imagen corporal en Instagram influyó la autoestima y, por ende, contribuyó al desarrollo de posibles TCA en esta población. En la presente investigación se planteó, con el fin de orientar el diseño metodológico cuantitativo, las siguientes preguntas de investigación: ¿De qué manera la exposición a contenido de imagen corporal en Instagram afectó la autoestima de los jóvenes de 18 a 24 años del distrito de San Miguel? Asimismo, ¿cómo contribuyó dicha exposición al riesgo de desarrollar trastornos de la conducta alimentaria, y existieron diferencias de género en esta relación? El interrogante apunta, principalmente, a entender y detectar cómo los

profesionales y el contexto que rodea a los jóvenes deben estar atentos a determinados factores manejables para evitar el riesgo.

Además, se destacó la importancia de tener en cuenta que los jóvenes se encontraban en una fase crucial en la construcción de su identidad. Al estar expuestos a representaciones distorsionadas de la realidad en las redes sociales, existió un peligro potencial de desarrollar comportamientos obsesivos y patológicos (Sanchez Becerril, 2021).

Objetivos

Objetivo general

Analizar la influencia de la exposición a contenidos relacionados con la imagen corporal en Instagram sobre la autoestima de jóvenes de 18 a 24 años del distrito de San Miguel y determinar su contribución al riesgo de desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA).

Objetivos específicos

1. Examinar la relación entre la exposición al contenido de imagen corporal en Instagram y la percepción de la autoestima en jóvenes.
2. Identificar los tipos de contenidos en Instagram que están más asociados con la reducción de la autoestima.
3. Evaluar los factores a nivel individual, los estilos de vida (actividad física, conductas de control de peso y uso de dispositivos móviles) y variables sociodemográficas (edad, género, índice de masa corporal) que influyeron en el riesgo de desarrollar TCA.
4. Explorar cómo la exposición prolongada a la virtualidad a través de Instagram se relacionó con el riesgo de desarrollar TCA y el papel de la disminución de la autoestima como posible factor mediador en este proceso.

Hipótesis Básicas y Derivadas

La hipótesis principal que se buscó comprobar en el presente trabajo se relacionó con la exposición prolongada a redes sociales, en particular a Instagram, y cómo, debido a la influencia de los cánones de belleza idealizados, la comparación constante con otros usuarios y la promoción de prácticas orientadas a la pérdida de peso y la búsqueda de la delgadez, afectaron la autoestima de los sujetos y contribuyeron a un mayor riesgo de desarrollar TCA.

Partiendo de la revisión de antecedentes a lo largo de la investigación, se desarrollaron las siguientes hipótesis derivadas:

1. Instagram, desempeñó un papel significativo en la vida diaria de los adolescentes y jóvenes, quienes registraron altos niveles de exposición a estas plataformas, lo que impacta negativamente en el fortalecimiento de autoestima al propiciar dinámicas de comparación social y validación externa.
2. Los contenidos de las redes sociales a menudo promueven estándares de belleza idealizados que incluyen la delgadez extrema y la perfección física.
3. Los jóvenes con baja y media autoestima mostraron un porcentaje significativamente más alto de riesgo en el Índice de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS), evidenciando la relación entre dificultades de autoestima y uso problemático de Instagram.
4. La exposición a prácticas relacionadas con la pérdida de peso y la búsqueda obsesiva de la delgadez en las redes sociales incrementó la vulnerabilidad de los jóvenes a desarrollar TCA, especialmente en aquellos con una autoestima más baja.

Fundamentación

Teniendo en cuenta que la presente investigación abordó un tema de gran relevancia en la actualidad, resultó oportuno explorar cómo las redes sociales se

convirtieron en una parte integral de la vida de los jóvenes, influyendo significativamente en su forma de interactuar, comunicarse y, en última instancia, en su desarrollo psicosocial. Este fenómeno se acentuó con la proliferación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la omnipresencia de éstas en dispositivos móviles, lo que condujo a un aumento exponencial en el tiempo que los jóvenes dedicaron a estas plataformas. Dentro de este contexto, Instagram se destacó como una red social centrada en la imagen, en la que la presentación visual del “yo” ocupó un lugar central. Según Clemente et al. (2019), la constante exposición a imágenes idealizadas y la comparación social generada por ellas tuvieron consecuencias psicológicas significativas, entre las cuales se incluyeron la disminución de la autoestima y el surgimiento de insatisfacción corporal.

Los Trastornos de Conducta Alimentaria, adquirieron una importancia crítica a la salud mental de los jóvenes, dado que se observó un incremento preocupante en la incidencia de estos trastornos en dicho grupo demográfico. Estos trastornos influyeron negativamente en la salud mental cuando los individuos se expusieron de forma constante a imágenes y mensajes que promovieron estándares de belleza poco realistas, comparándose con otros y generando una disminución en su autoestima, lo que aumentó su vulnerabilidad ante el desarrollo de los TCA. En este sentido, Instagram, al ser una plataforma eminentemente visual, fomentó la comparación social, la insatisfacción corporal y la desvalorización personal, como indicaron investigaciones previas (Lucciarini et al., 2021).

Por lo tanto, resultó fundamental explorar y comprender en profundidad la relación entre el uso de la red social Instagram, la comparación social y su impacto en la autoestima de los jóvenes, así como su posible contribución al desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria. La investigación del presente trabajo buscó arrojar luz

sobre esta cuestión crítica, proporcionando conocimientos que pudieran contribuir tanto a la prevención y tratamiento de los TCA en dicha población, como a la promoción de una autoestima saludable y la reducción de los efectos negativos derivados de la comparación social. Se consideró que los resultados obtenidos serían relevantes para informar estrategias de prevención e intervenciones que mitigaran los efectos adversos de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes, contribuyendo, de este modo, a mejorar su bienestar emocional y físico.

Estado del Arte

Morey Comino (2023), en su investigación “Del me gusta a la autoevaluación: como las redes sociales afectan a la percepción de la imagen corporal” se enfocó en examinar la relación entre el uso de redes sociales, especialmente TikTok e Instagram, y la Distorsión de la Imagen Corporal (DIC) en una muestra de 139 estudiantes universitarios. Utilizando el cuestionario Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ) y una encuesta sobre el uso de redes sociales, los investigadores encontraron diferencias significativas en la DIC entre quienes consumen contenido relación con la salud y lo fitness, y quienes no lo hacían. Aunque no se encontró una relación directa entre el tiempo de uso de Instagram y la DIC, el tiempo de uso de TikTok sí mostró una correlación significativa con la DIC, particularmente con la subescala de Cuidado del Aspecto Físico (CAF). Además, el tipo de contenido consumido tuvo un impacto notable en la autopercepción de la imagen corporal, especialmente en las subescalas de Importancia Subjetiva de la Corporalidad (ISC) y Conductas Orientadas a Mantener la Forma Física (COMF). El estudio también señaló diferencias de género en la evaluación de la imagen corporal, con una relación positiva baja entre el sexo y la escala CAF.

Castro Julio et. al., (2023), en su artículo titulado “Una propuesta a trabajar: Repercusiones del Uso Diario de Facebook e Instagram en la Autoestima de Adolescentes San Onofrinos de 16 a 18 años”, este estudio siguió un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un alcance descriptivo, lo que permitió obtener conclusiones sin la manipulación deliberada de variables. Para llevar a cabo el análisis, se seleccionó una muestra de 260 adolescentes de una población total de 800, utilizando la escala de autoestima de Rosenberg, validada en Colombia, con el fin de medir los niveles de autoestima y determinar las preferencias y el grado de uso de estas

redes sociales. El estudio manifiesta que el uso excesivo y desmedido de Facebook e Instagram podría tener efectos negativos significativos en la autoimagen, autoconcepto y autoestima de los adolescentes, incrementando el riesgo de crisis emocionales, problemas de habilidades sociales, trastornos alimentarios y del sueño, e incluso la posibilidad de desarrollar comorbilidades con otros trastornos psicológicos. Por último, las autoras concluyen en que esta investigación podrá servir como un referente para futuros estudios y que permitirá una mayor conciencia social sobre las posibles consecuencias del uso desmedido de redes sociales, especialmente entre los adolescentes que están en una etapa crucial de desarrollo de identidad y autoestima.

Vega Botina (2023), en su investigación pretende valorar la relación entre el uso de las redes sociales y el riesgo de desarrollar un Trastorno de la Conducta Alimentaria en adolescentes en edades comprendidas entre 14 y 18 años, lo que incluye a los jóvenes que se encuentran en la adolescencia media y tardía. La autora presentó como objetivo principal estudiar si las diferencias de género, edad o índice de masa corporal influyen en el riesgo de desarrollar TCA, así como evaluar las posibles diferencias en la población con riesgo de dicha patología tras el uso de las redes sociales según tipo, frecuencia y reacciones. La muestra estuvo compuesta por 191 participantes y los resultados demostraron que un 19.89% estuvo por encima del umbral de riesgo de TCA. Se observaron diferencias significativas en relación al género, con un mayor riesgo en las mujeres. Además, se encontró que un 28.7% (55 adolescentes) de la muestra superó el punto de corte en el cuestionario SCOFF, lo que comprobó un aumento en el número de riesgo predominado en los adolescentes. Como limitaciones en el estudio, pudo resaltar la presencia de un sesgo al considerar el Índice de Masa Corporal (IMC) como variable de análisis. Durante el procesamiento de los datos, se identificó una distribución desigual por sexo que influyó en las puntuaciones del IMC: el grupo

clasificado con sobrepeso estuvo conformado mayoritariamente por varones, mientras que el grupo con bajo peso incluyó principalmente en mujeres. Este descubrimiento limitó la posibilidad de realizar inferencias generalizables sobre la relación entre el IMC y las demás variables del estudio. No obstante, fue posible observar una tendencia que señaló una mayor predisposición de las mujeres a presentar un IMC bajo, y de los varones registrar un IMC más elevado. A su vez, se encontraron puntuaciones más elevadas en el EAT-26 en adolescentes con sobrepeso. En conclusión, se probó que el uso de las redes sociales en adolescentes se asocia con un aumento del riesgo de desarrollar comportamientos patológicos relacionados con los TCA. Las dificultades en el control de estas plataformas facilitan el acceso de los adolescentes a una amplia gama de información.

Losada et al. (2020), llevaron a cabo un estudio que investigó cómo la percepción de estilos parentales incide en los niveles de insatisfacción corporal en adolescentes que padecen Trastornos de la Conducta Alimentaria. En dicha investigación participaron 25 adolescentes, de los cuales el 80% eran mujeres y el 20% eran hombres. Estos adolescentes tenían edades comprendidas entre 12 y 21 años y fueron reclutados en el Instituto Argentino de Trastornos de la Alimentación (IATA), ubicado en Rafael Calzada, Buenos Aires. Para recopilar datos, se administró un cuestionario que aborda aspectos sociodemográficos y personales, el Inventario de Trastornos Alimentarios-3 (EDI-3) adaptado de manera pertinente y el Children's Report of Parental Behavior (CRPB). Los resultados del estudio indicaron una prevalencia de un estilo parental caracterizado por un enfoque más permisivo, ya que los participantes percibieron un alto nivel de aceptación y autonomía extrema por parte de sus padres, mientras que experimentaron poco control y exigencia de madurez por parte de los mismos.

El estudio realizado por Restrepo et. al. (2022), examinó la asociación entre el uso de las redes sociales y la Ortorexia Nerviosa (ON) en estudiantes universitarios. Utilizaron un diseño no experimental transaccional con un alcance correlacional, y la muestra fue seleccionada con un diseño no probabilístico. Los participantes completaron el cuestionario orto-15 para evaluar la ON y el cuestionario SCOFF para identificar riesgos de trastornos de la conducta alimentaria. Los autores encontraron que el 52% de los participantes mostraba comportamientos de ON y hallaron asociaciones significativas entre seguir cuentas de redes sociales relacionadas con la alimentación y los indicadores de ON. El estudio concluyó en el hallazgo de una alta prevalencia de comportamiento de ON entre los estudiantes universitarios, los cuales, presentaron una asociación significativa entre seguir cuentas de redes sociales que brindaban información sobre alimentación y la presencia de dichos comportamientos que involucraban trastornos de conducta alimentaria. A su vez, se logró identificar en el cuestionario SCOFF las variables demográficas como la edad, este valor hizo una distinción en participantes mayores quienes mostraron menores puntajes relacionados con el riesgo de Trastornos de la Conducta Alimentaria.

Por otro lado, Bermudez Mejia (2023), presentó su investigación poniendo foco en la evaluación de la relación entre el uso de las redes sociales y el riesgo de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria en adultos jóvenes de 20-24 años. La muestra consistió en analizar 10 participantes y se empleó un enfoque cualitativo poco explorado en investigaciones previas. Los resultados revelaron que el uso de redes sociales estaba asociado con un mayor riesgo de desarrollar TCA, con efectos negativos en la percepción personal, hábitos alimentarios, autoestima, autoconcepto y tendencia a la comparación corporal. Se establece una correlación entre la promoción de estándares de belleza poco realistas y la probabilidad de desarrollar TCA. La autora expuso que los

participantes sentían presión para cumplir con dichos estándares y recurren a dietas, conductas purgativas y ayuno. A su vez, su investigación expuso que las figuras públicas promueven la delgadez e influyen en la población, generando información sobre estándares estéticos y hábitos restrictivos. Esto conlleva a una autoestima baja, un autoconcepto negativo y la idealización de la autoimagen basada en estos patrones de belleza. Por último, las redes sociales fomentan la preocupación por la apariencia y la alimentación, lo que resultaba en la composición corporal, insatisfacción corporal y la búsqueda de cumplir con los cánones de belleza dominantes, a pesar de los impactos en la salud mental y física.

Fioravanti et al. (2023), llevaron a cabo un estudio en el que participaron 386 mujeres jóvenes, de las cuales 152 padecían un trastorno alimentario. Los resultados indicaron que las mujeres con TCA presentaban niveles más elevados de psicopatología y malestar corporal en comparación con aquellas sin dichos trastornos. Estas mujeres con TCA tendían a dedicar más tiempo, energía y atención a su apariencia física y a compararse con otras. Además, demostraron un mayor uso problemático de Instagram (PIU, por sus siglas en inglés, "Problematic Instagram Use"), el cual estaba directamente relacionado con la tendencia a la comparación, la preocupación por el aspecto físico y un mayor malestar corporal. Este uso problemático de Instagram por parte de las mujeres con TCA, también se asoció de manera indirecta con los síntomas de los trastornos alimentarios a través del malestar corporal y la preocupación por el físico. Finalmente, el estudio mostró que la edad influía en el PIU, observándose que a medida que aumentaba la edad de las participantes, disminuía el uso problemático de Instagram.

A su vez, Hernandez y Felez (2023), realizaron un estudio en el que se seleccionó a 12 participantes, representativos de diversas carreras y cursos de la

Universidad Valladolid. Esta selección incluye 6 hombres y 6 mujeres, con edades entre 22 y 27 años. El objetivo de la investigación fue indagar sobre la opinión de estos participantes en relación con las redes sociales, específicamente Instagram y Tik Tok, y su influencia en la percepción de la imagen corporal y los Trastornos de la Conducta Alimentaria. Las entrevistas se llevaron a cabo siguiendo las directrices de Amezcua, publicado en el 2015, para asegurar la calidad de recopilación de datos. Durante el estudio, se descubrió que los participantes utilizaban las redes sociales para mostrar, principalmente, aspectos positivos de sus vidas, evitando publicar cuando se sienten mal o insatisfechos con su apariencia física. La mayoría sigue a influencers y algunos creen que ciertos comportamientos de estos pueden contribuir al desarrollo de TCA, aunque no necesariamente de manera consciente. Los entrevistados consideraron esencial que los influencers aborden abiertamente los TCA y otros problemas de salud, y también expresaron la necesidad de que estos sean más auténticos y transparentes en sus publicaciones, evitando promover estándares de belleza inalcanzables.

La investigación de Ana Sofía Apocado Cabrera (2023), se enfocó en analizar la relación entre las Redes Sociales (RRSS) y los Trastornos de la Conducta Alimentaria en mujeres adolescentes. Basándose en una revisión narrativa de 120 estudiantes entre 2008 y 2022, haciendo énfasis en cómo las RRSS influyen en la construcción de la imagen corporal y contribuyen al desarrollo de TCA, particularmente entre mujeres jóvenes. Los resultados revelaron una asociación entre el tiempo dedicado al uso del Internet y RRSS, con el deseo de adelgazar y la manifestación de posibles TCA. Además, se destacó la escasez de estudios situados en Latinoamérica, lo que destacó la importancia de investigar esta temática en el contexto regional. La teoría de la objetificación y el análisis de las RRSS específicas, como Instagram, Facebook y TikTok, arrojan luz sobre cómo estas plataformas afectan la autoestima, la percepción

corporal y los comportamientos alimentarios de las adolescentes. Se señaló, a su vez, la necesidad de abordar el fenómeno de manera interdisciplinaria, considerando factores socioculturales y de género. Por último, la autora mencionó que la labor del profesional de la salud sería poder conocer e involucrarse en el rol que cumplen las redes sociales en las adolescentes.

Suares Pineda, et. al. (2023), confirman en su estudio que el uso de redes sociales puede afectar la percepción corporal, especialmente entre los jóvenes. Como muestra, participaron seis jóvenes entre 18 y 27 años de la Universidad de Ibagué. Las autoras utilizaron el Software Atlas Ti para analizar los datos recopilados a través de entrevistas en grupo focal, junto con técnicas de codificación para extraer patrones en las respuestas de los participantes y visualización de los resultados con un diagrama de Sankey. Los resultados de la investigación mostraron que las redes sociales influyen en la construcción de la percepción corporal en la era digital, afectando la autoestima. Identificaron que plataformas como Instagram, Tik Tok, Whatsapp y Facebook promueven estándares de belleza poco realistas, lo que lleva a comparaciones sociales. Además, encontraron que la exposición a imágenes corporales en redes sociales y la distorsión de la imagen corporal influyeron en la percepción de la belleza, comprobando que algunos participantes adoptaron hábitos saludables en lugar de restringir su ingesta alimentaria y experimentaron inseguridades relacionadas a su físico.

Por otro lado, el estudio realizado por Muñoz Parralo y Gomez Bujedo (2023), examinó el efecto de la exposición a diferentes tipos de fotos de Instagram en la percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarias españolas. Participaron 104 chicas de entre 18 y 30 años. Se utilizaron tres condiciones de exposición: fotos editadas, fotos originales y fotos de paisajes (condición control). Cada participante fue asignado aleatoriamente a una de estas condiciones. Los resultados del estudio no

encontraron un efecto negativo significativo en la percepción de la imagen corporal debido a la exposición a fotos editadas de Instagram. Además, no se observaron efectos negativos por comparación social entre los participantes. Estos hallazgos difirieron de los resultados del estudio original , que encontró que las fotos editadas afectaban negativamente la percepción de la imagen corporal en adolescentes. Ante la última pregunta del cuestionario, se obtuvo como resultado respuestas por parte de las chicas que mencionan lo irrealista que les parecían las fotos compartidas en las redes sociales, y que podían identificar como poco representativas de la realidad.

La investigación realizada por Ramírez Santa y Hurtado Pelaéz (2024), se centra en examinar el impacto de la red social Instagram en la percepción corporal de adolescentes en un colegio de Guadalajara de Buga. Este estudio cuantitativo y no experimental de corte transversal busca identificar el uso de Instagram y su influencia en la imagen corporal de los jóvenes, así como explorar la relación entre la autoimagen y el impacto de esta plataforma social. Las autoras, para la recolección de datos, diseñaron un cuestionario validado a través de una evaluación de expertos y una prueba piloto, dirigida a una muestra no probabilística de 63 estudiantes de grado 11°, con edades comprendidas entre 15 y 18 años, quienes fueron seleccionados bajo criterios específicos de inclusión y exclusión. Los resultados preliminares indicaron que el 90% de los adolescentes hacían un uso limitado de Instagram, lo cual sugiere un impacto reducido en su imagen corporal. Este hallazgo es significativo, dado que un uso intensivo en mencionada app se ha asociado con insatisfacción corporal debido a la comparación social y la exposición a ideales corporales poco realistas. A su vez, observaron que las mujeres pasaban un 30% más de tiempo que los hombres en Instagram. En conclusión, la aplicación tiene una gran influencia limitada en la percepción corporal de los adolescentes de ese colegio en particular. No obstante, se

aclaró que se deberán identificar áreas claves para futuras en lo que respecta la investigación del impacto de las redes sociales en la percepción corporal y de desarrollo de enfoques efectivos para fomentar una relación saludable con la plataforma.

Por último, es pertinente señalar que en el estudio llevado a cabo por Obando Hidalgo (2020), se investigó la relación entre patrones de pensamiento distorsionados y el riesgo de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria. El estudio contó con la participación de 270 adolescentes de sexo femenino matriculadas en el Colegio Secundario de América en la ciudad de Quito. La investigación involucró la aplicación del inventario de pensamientos automáticos de Ruiz y Luján, junto con el Cuestionario EAT-26 de Actitudes ante la Alimentación. Los hallazgos del estudio resaltan que la presencia de distorsiones cognitivas, como sobregeneralización, interpretación del pensamiento, personalización falacia de control, razonamiento emocional, culpabilidad, los “debería” y la calumnia de razón, se asoció con un mayor riesgo de desarrollar TCA.

Marco Teórico

Bajo el tema de investigación “Autoestima y el uso de Instagram: impacto del contenido relacionado con la imagen corporal en la génesis de TCA”, se recolectaron, y analizaron diversos postulados teóricos que sustentaron el desarrollo del estudio. Estas aportaciones permitieron comprender de manera más integrada cómo los estereotipos de género y la exposición a contenidos de imagen corporal en Instagram influyeron en la aparición de Trastornos de la Conducta Alimentaria en jóvenes de 18 a 24 años. Por tal razón, resultó imprescindible definir los conceptos clave que guiaron la investigación: autoestima, redes sociales -especialmente Instagram-, imagen corporal y TCA. Con lo cual, fue necesario la conceptualización de los siguientes términos:

Adolescencia y Juventud

En el contexto de las etapas vitales de desarrollo del ser humano, dentro del presente estudio se hace alusión a las fases de la adolescencia y juventud. Sin embargo, es relevante destacar que surge una problemática en la conceptualización de dichas fases, ya que no existe un consenso universal que permita una categorización y diferenciación clara de la misma. Según Romero Sierra (2022), en la antigüedad, la adolescencia no era un período que se tenía en cuenta, ya que la transición de la niñez a la adultez se llevaba a cabo a través de la participación en la fuerza laboral. En contraste, durante la edad media, la adolescencia se define en función a su capacidad reproductiva. Por otro lado, teniendo en cuenta el margen actual, La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) establece la etapa de la adolescencia comprendida entre los 10 y 19 años de edad, y la juventud entre los 15 y 24 años. Durante esta etapa, los individuos experimentan un vertiginoso crecimiento en sus aspectos físicos, cognitivos y psicosociales, lo que ejerce una influencia significativa en su percepción, toma de decisiones y relaciones con el entorno circundante. Durante este proceso de

transición, se registraron cifras considerablemente altas de mortalidad, enfermedades y traumatismos. Durante la adolescencia, los jóvenes establecen pautas de comportamiento que abarcan áreas como la alimentación, la actividad física, el consumo de sustancias psicoactivas y la actividad sexual.

La adolescencia representa una fase crítica en el proceso de construcción de la identidad personal. Durante este período de búsqueda y autodescubrimiento, los jóvenes se tornan más susceptibles a adoptar tendencias que encuentran en las redes sociales y, simultáneamente, siendo la necesidad de comparar sus propios cuerpos con los estándares de belleza promovido por estas tendencias (Iwanicka y Soroka, 2020).

En esta etapa, la apariencia física adquiere una relevancia significativa, ya que los jóvenes son profundamente influenciados por el contenido al que se exponen en las redes sociales y otros medios de comunicación. En consecuencia, esta población presenta un riesgo estimado del 80% de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria, especialmente entre las mujeres (Pulido Cantero y Sanchez Cataño, 2021). En el caso de los hombres, el ideal de belleza ha evolucionado con el tiempo. Actualmente, se valora un cuerpo musculoso y definido, con una preocupación central en la musculatura y el porcentaje de grasa corporal, lo que puede llevar a la insatisfacción con la apariencia. Esto conlleva a la motivación de muchos hombres a adoptar dietas ricas en proteínas, bajas en grasas y a participar en ejercicio excesivo. Además, algunos recurren a sustancias que mejoren su rendimiento y al uso de suplementos quemadores de grasa como parte de su búsqueda de este ideal de belleza (Luccianari et al., 2021). Los jóvenes, al comparar sus cuerpos con lo que observan en las plataformas de redes sociales, experimentan una presión significativa para alcanzar la delgadez, lo que puede desencadenar prácticas que contribuyen a los trastornos alimenticios (Cavazos-Rehg et al., 2020).

Autoestima y autoimagen

La autoestima se define como la valoración generalmente positiva que una persona tiene de sí mismo (RAE, 2024). Constituye un componente esencial en el desarrollo personal desde los primeros años de vida, pues implica sentirse amado, valorado y respaldado por personas significativas, lo cual contribuye a fortalecer la confianza y la seguridad en uno mismo (Alzate et. al., 2023).

Según Jiménez y Lagos (2021), sostuvieron que una elevada autoestima se relaciona con resultados positivos en ámbitos clave como la salud, el desempeño laboral y las relaciones interpersonales. Por el contrario, indicaron que una autoestima baja durante la adolescencia puede anticipar dificultades tanto físicas como psicológicas en etapas posteriores, así como peores perspectivas económicas y mayor propensión a conductas delictivas en la adultez. Además, los autores exponen que la autoestima constituye la valoración que cada persona hace de sí misma, la cual se forma a través de la trayectoria vital, las experiencias acumuladas y las capacidades cognitivas individuales. Por otro lado, la baja autoestima puede influir negativamente en diversos aspectos de la vida, afectando las relaciones interpersonales, el desempeño laboral y la salud en general (Clínica Mayo, 2021). Del mismo modo, es la confianza en las propias capacidades, la que se refiere a la creencia de una persona en su habilidad para razonar, aprender y tomar decisiones acertadas, lo que le permite enfrentar desafíos y adaptarse a los cambios (Alonso-Serna, 2020).

Desde la perspectiva sistémica, Branden sostuvo que la autoestima constituye una necesidad humana esencial, pues sirve como base para llevar una vida satisfactoria y afrontar sus múltiples demandas. Por su parte, Minuchin enfatizó la influencia del sistema familiar en la formación de la autoestima, al definir las normas relacionales

-cómo, con quién y cuándo interactuar- que reproducen patrones de conducta y refuerzan el autoconcepto de cada individuo (Lemus, 2023).

Por otro lado, en el enfoque humanista, Maslow ubicó la autoestima dentro de las necesidades de reconocimiento, señalando que el respeto y la confianza, tanto propios como otorgados por los demás, son fundamentales para que el individuo construya una valoración global positiva de sí mismo (Lemus, 2023). Rogers (2011), complementó esta visión al considerar la autoestima como una necesidad básica y decisiva en el proceso de toma de decisiones y en el desarrollo de un autoconocimiento profundo.

En conjunto, se podría acotar que estas perspectivas coinciden en que la autoestima no es un rasgo estático, sino un proceso dinámico, influido tanto por las interacciones familiares y sociales como por el crecimiento personal y el autodescubrimiento.

La autoimagen, también conocida como la percepción de uno mismo, se refiere a la evaluación que una persona hace de sí misma. Es una construcción mental que una persona desarrolla sobre quién es, qué cualidades y características posee, y cómo se relaciona con el entorno que la rodea. Esta autoimagen está influenciada por diversos factores, como las experiencias personales, las interacciones sociales, las comparaciones con otras personas y las influencias culturales. La autoimagen puede ser tanto positiva como negativa, y es susceptible de cambiar con el tiempo a medida que la persona adquiere nuevas experiencias y aprendizajes (Buitrago y Sáenz, 2021).

Influencia, tiempo y contenido consumido en las Redes Sociales

Desde el surgimiento de la primera red social conocida como Six Degrees en 1997, la cual permite la localización de cualquier miembro de la red en seis pasos, las redes sociales han marcado un hito significativo en la vida de millones de usuarios

conllevando siempre al deseo de ser partes de un espacio de conexión desde la virtualidad (Vega Botina, 2023). Según la definición de la Real Academia Española (2023), una “red social” es: un servicio proporcionado por la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet destinada a que estos generen perfiles con información personal, facilitando la formación de comunidades basadas en intereses compartidos y permitiendo la comunicación de modo que puedan interactuar a través de mensajes, compartir datos, imágenes o videos, permitiendo que estas publicaciones se expresen de forma accesible e inmediata para aquellos con los que se comparta afinidad.

En la última década, se pueden resaltar redes que poseen una gran relevancia en dicha población, estas son: Instagram, Youtube, Facebook, Tik Tok y Twitter/X. Dichas redes sociales son medios visuales donde se comparten imágenes, fotografías y vídeos, cuya popularidad e impacto se miden según la cantidad de visualizaciones, comentarios y “me gusta” que reciben (Plaza, 2022, p. 63).

Instagram, por su parte, es una plataforma extremadamente popular que se centra en la publicación y compartición de imágenes. Los usuarios de esta red social tienen la libertad de seleccionar y mejorar sus fotografías personales antes de publicarlas, presentando así una versión idealizada de sí mismo a través de diversas herramientas de filtrado y edición que permiten gestionar su autopresentación. Este proceso involucra un esfuerzo constante por alinearse con un ideal de belleza que suele ser poco realista. Los “me gustas” desempeñan un papel crucial en la dinámica de la mencionada aplicación, ya que el número de ellos es visible debajo de cada fotografía. La cantidad de “me gusta”, puede reforzar estos ideales de belleza y, en consecuencia, impactar en la autoestima corporal de los usuarios (Bernardo, 2021). Por otro lado, según Vizcaino-Verdú y Aguaded (2020), Instagram se ha convertido en un entorno

propicio para la comparación social, especialmente en términos de un ideal de belleza preestablecido, lo que influye en la formación de la percepción de uno mismo. Así, han surgido los conocidos como “instagramers” o “influencers”, usuarios que desempeñan un papel influyente en la comunidad virtual al mostrar aspectos de sus vidas y convertirse en figuras de marketing para empresas patrocinadoras con el fin de atraer audiencia. Estos sujetos que portan un gran rol, a menudo, optan por utilizar un lenguaje sencillo y aprovechar el poder de su imagen ganado por su público de seguidores.

Por otro lado, Youtube se centra en la creación y difusión de contenido audiovisual, que frecuentemente incluye videos relacionados con la vida personal y los intereses de los individuos. Los “Youtubers”, son referentes de una cultura digital juvenil y se posicionan como videobloggers que regularmente comparten videos sobre sus vidas, intereses o habilidades, interactuando con usuarios y creando relaciones parasociales con sus seguidores (Aran-Ramspott, et al., 2018).

Tik tok, una de las redes sociales con mayor crecimiento y popularidad en la última década, es particularmente atractiva para adolescentes y jóvenes. A diferencia de otras plataformas donde predominan los textos (tales como en Facebook y Twitter) o las imágenes (como en Instagram), Tik Tok se enfoca en la creación y visualización de videos de entre 15 y 60 segundos de duración. El algoritmo de la plataforma personaliza la experiencia del usuario al registrar sus preferencias y ofrecer una sección llamada “para ti”, donde se presentan videos seleccionados específicamente para cada usuario, incluso de personas a las que no se sigue pero que podrían causarle interés al explorante. Esta personalización puede resultar en la exposición involuntaria a contenido sensible, como temas relacionados con Trastornos de la Conducta Alimentaria, lo que podría fomentar comportamientos obsesivos si el usuario busca más contenido similar. La App mencionada ha sido objetivo de críticas por su manejo de la filtración de contenido y la

protección de la privacidad, y aunque los TCA están presentes, a menudo se manifiestan de forma encubierta (Logrieco et al., 2021).

Por último, teniendo en cuenta que la aplicación Twitter es, sin dudas, considerada la red por excelencia de información y comunicación, siendo utilizada para debatir temas tanto sociales, como medioambientales e incluso políticos, convirtiéndose en un termómetro que abarca las preocupaciones sociales a nivel mundial (Harb, Ebeling y Becker, 2020).

Las redes sociales emplean algoritmos con el propósito de presentar contenido atractivo y altamente personalizado, adaptado a los patrones de vida de sus usuarios. En consecuencia, los adolescentes muestran una mayor susceptibilidad a la exposición de publicaciones vinculadas a la cultura de las dietas, la práctica excesiva de ejercicio y la búsqueda de pérdida de peso. Este fenómeno puede generar una serie de repercusiones negativas, incluyendo una disminución en la autoestima, la aparición de ansiedad en contextos sociales y la predisposición al desarrollo de trastornos alimentarios (Social media effects on eating disorders, 2022). Además, las plataformas de redes sociales tienen el potencial de promover prácticas como la aplicación de filtros, la edición fotográfica o la selección cuidadosa de lo que se exhibe, lo cual puede contribuir a intensificar la disparidad entre la representación visual real y la imagen idealizada (Menendez Martinez, 2023).

De acuerdo con Savannah et al. (2022), la presión ejercida por las redes sociales se relacionó de manera significativa con una mayor internalización del ideal de delgadez y la comparación corporal, tal como fue evaluado mediante la escala SATAQ-4. Además, se observó una asociación indirecta entre esta presión y una disminución en la autoestima física a través de la comparación corporal. También, se encontró en la investigación que la presión proveniente de la familia y los compañeros estaba

relacionada con una mayor internalización del ideal de delgadez. Esta presión social mostró una correlación negativa con la autoestima relacionada con la apariencia física, medida a través de la escala BESAA. El conjunto de estos factores: una mayor presión sobre la apariencia, ejercida por fuentes como la familia, los compañeros, los medios de comunicación y las redes sociales. Se vinculó de manera significativa con una menor autoestima en relación con la apariencia física, debido a la internalización de un ideal de una figura delgada.

Según Parralo y Bujedo (2023), la constante presencia de redes sociales como Instagram, Facebook, Tik Tok y otras, ha generado un ambiente en el que las imágenes corporales idealizadas y retocadas son comunes, estableciendo así nuestras expectativas y creando estándares de belleza poco realistas. Por otro lado, Gesto (2023), manifiesta en su estudio que la preocupación por alcanzar una imagen corporal aceptable se ha convertido en una prioridad para esta población debido a las expectativas sociales relacionadas con cumplir con los estándares de belleza que la sociedad moderna impone. Esta presión es aún más intensa para las adolescentes, quienes a menudo enfrentan demandas más estrictas. Aunque la preocupación por la imagen corporal no es algo nuevo, en el contexto digital actual ha adquirido nuevas formas y expresiones. Las personas se encuentran bombardeadas constantemente con imágenes que representan una versión editada y retocada de la realidad. La relación entre las redes sociales y la percepción del cuerpo humano es compleja y variada, por lo tanto, es fundamental entender la importancia de las implicaciones que conlleva el uso de estas plataformas, no solo como herramientas de comunicación, sino también como espacios de exposición. Al participar en este mundo virtual y compartir una imagen de uno mismo, está destinado a sumergirse en un entorno interactivo que, inherentemente, está cargado de competitividad y comparación.

Los medios de comunicación a menudo promueven el estereotipo de la delgadez como un ideal de belleza, especialmente en el caso de las mujeres. Esta representación constante de la delgadez como estándar de belleza afecta de manera significativa a las adolescentes, quienes son especialmente vulnerables a estos cánones de belleza ampliamente difundidos en las plataformas de redes sociales (García Guardiola, 2020).

La investigación de Yatche et al., (2021) sobre el riesgo de trastornos alimentarios y consumo de redes sociales durante la pandemia por COVID-19, señalan que las jóvenes adolescentes que pasan un exceso de tiempos en redes sociales, especialmente en Instagram, manifiestan insatisfacción con su apariencia física y, a su vez, expresan el deseo de ser más delgadas y muestran comportamientos bulímicos. Además, dichos estudios revelaron que el 96% de los adolescentes y jóvenes adultos encuestados admitieron haber visto publicaciones que enfatizan la importancia de la delgadez o la “thinspiration” para lograr un mayor atractivo físico, siendo Instagram la red social más destacada en promover estos ideales y metas. Las prácticas predominantes relacionadas con la “fitspiration” incluyen la realización de ejercicio intenso, el ayuno intermitente y la adhesión a dietas rigurosas, lo que puede llevar al desarrollo de trastornos alimenticios, como la anorexia nerviosa y la bulimia (Fitzsimmons-Craft et al., 2020).

Definición de TCA

En la sociedad actual, el cuerpo y la apariencia física se han transformado en objetos de consumo, lo que frecuentemente conduce a situaciones de obsesión por el aspecto o preocupación en la imagen corporal, desencadenando patologías que requieren ser reconocidas.

El trastorno de la imagen corporal, está diagnosticado como trastornos dismórficos según los criterios del DSM-IV (Pichot et. al., 1995). Sin embargo, también

es crucial considerar los requisitos clínicos y las posibles ideas sobrevaloradas respecto a la anormalidad del aspecto físico, que provocan preocupación y una intensa devaluación de la apariencia, resultando en una baja autoestima (Pulido Cantero et al., 2021). En la actualidad, para definir a los hoy llamados Trastornos de la Conducta Alimentaria, es preciso considerar palabras de ciertos autores que investigaron tanto la teoría como la prevalencia y entre otros.

Hernandez, et. al., (2023), expresan que los Trastornos de la Conducta Alimentaria, son enfermedades psiquiátricas de origen multifactorial, caracterizadas por una preocupación excesiva por el peso, la ingesta de alimentos y la imagen corporal. Esta inquietud puede llevar a quienes lo padecen a afectar su salud en la búsqueda intensa por perder peso. Los TCA, pueden manifestarse cuando una persona no consume la cantidad adecuada de calorías necesarias para su funcionamiento óptimo, acorde a su edad, estatura y estilo de vida. Estos trastornos son más prevalentes durante la adolescencia, a menudo como resultado de la insatisfacción corporal y la influencia del contexto social, afectando predominantemente a mujeres.

Los Trastornos en la Conducta Alimentaria, representan un problema de salud significativo en la sociedad actual y requieren una atención urgente por parte de las políticas públicas de salud. En la Argentina, fue sancionada la Ley 26.396 (2008), que declara la prevención y el control de los trastornos alimentarios como temas de interés nacional teniendo como objetivo su prevención, diagnóstico y tratamiento.

Sinha Dutta (2022), menciona que los TCA o los Desórdenes Alimenticios (ED, por sus siglas en inglés), son afecciones de salud mental que se relacionan con patrones alimentarios perjudiciales y tienen repercusiones en la nutrición, el peso corporal, el bienestar físico y psicológico de quienes lo experimentan. Estos trastornos de conducta alimentaria suelen manifestarse con mayor frecuencia en adolescentes y adultos

jóvenes. Entre los TCA más reconocidos se incluyen la anorexia nerviosa, la bulimia y el trastorno por atracón. Uno de los factores principales que contribuyen al desarrollo de los desórdenes alimenticios es la exposición prolongada de los jóvenes a las redes sociales.

Según Hernandez et al. (2023), los Trastornos de la Conducta Alimentaria constituyen patologías mentales severas caracterizadas por la manifestación de una preocupación desproporcionada en relación al peso, la percepción de la imagen corporal y los patrones de alimentación. La etiología de estos trastornos es compleja y suele ser multifactorial, careciendo, por lo general, de una causa única y definitiva. Los autores comentaron que estas condiciones de salud mental impactan de forma ampliamente a todo el mundo, siendo más prevalentes durante la etapa de la adolescencia. En la investigación, se observó una incidencia estimándose que, aproximadamente, 1 de cada 250 jóvenes pueden verse afectados por algún tipo de Trastorno de la Conducta Alimentaria. En el caso específico de la anorexia, es más frecuente que se inicie en individuos de edades comprendidas entre los 15 y los 18 años de edad. Por otro lado, la bulimia tiende a manifestarse en personas mayores de 16 años.

Clasificación de los TCA según el DSM-V

Según el Manual diagnóstico y estadístico de los Trastornos Mentales en su quinta edición (American Psychiatric Association, 2014), los trastornos de la conducta alimentaria se caracterizan por una alteración persistente en la ingesta de alimento o en el comportamiento relacionado con la alimentación que lleva a una desfiguración en el consumo o en la absorción de los alimentos y que causa un deterioro significativo de la salud física o del funcionamiento psicosocial. A continuación, se describen los lineamientos generales de los siete cuadros contemplados de tal manual:

Pica 307.52 (F98.3) en niños y (F50.8) en adultos

El trastorno de Pica se caracteriza por la ingestión persistente de sustancias no nutritivas y no alimentarias durante al menos un mes. Este comportamiento es inapropiado para el nivel de desarrollo del individuo y no se considera parte de una práctica culturalmente aceptada o socialmente normativa. Si este comportamiento ocurre en el contexto de otro trastorno mental, como discapacidad intelectual, trastorno del espectro autista, o esquizofrenia, o en el caso de una afección médica como el embarazo, debe ser suficientemente grave para justificar una atención clínica adicional. El código CIE-9-MC para pica es 307.52 y se utiliza en niños o adultos. Los códigos CIE-10-MC para pica son (F98.3) en niños y (F50.8) en adultos (American Psychiatric Association, 2014).

Trastorno de Rumiación 307.53 (F98.21)

El trastorno de rumiación se caracteriza por la regurgitación repetida de alimentos durante al menos un mes, donde los alimentos regurgitados pueden ser remasticados, tragados o escupidos. Esta conducta no puede atribuirse a una afección gastrointestinal u otra condición médica, como el reflujo gastroesofágico o la estenosis pilórica. Además, este trastorno alimentario no ocurre exclusivamente durante episodios de anorexia nerviosa, bulimia nerviosa, trastorno de atracones, o trastorno de evitación/restricción de la ingestión de alimentos. Si los síntomas se presentan en el contexto de otro trastorno mental, como la discapacidad intelectual u otro trastorno del desarrollo neurológico, deben ser lo suficientemente graves para justificar atención clínica adicional (American Psychiatric Association, 2014).

Trastorno de evitación/restricción de la ingestión de alimentos 307.59 (F50.8)

El trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos se manifiesta por una persistente incapacidad para satisfacer las necesidades nutricionales y/o energéticas adecuadas, asociado a uno o más de los siguientes indicadores: pérdida de peso

significativa (o la falta de aumento de peso esperado en niños), deficiencia nutritiva importante, dependencia de la alimentación enteral o suplementos nutricionales por vía oral e interferencia notable en el funcionamiento psicosocial. Este trastorno no se vincula por la falta de alimentos disponibles o prácticas culturalmente aceptadas, ni ocurre exclusivamente en el contexto de la anorexia nerviosa o la bulimia nerviosa, sin evidencia de una distorsión en la percepción del peso o la constitución corporal propia. Además, no puede atribuirse a una afección médica concurrente o relacionarse a otro trastorno mental. En casos donde el trastorno alimentario coexiste con otra afección, la severidad del trastorno alimentario debe ser mayor de lo que usualmente se asocia con esa afección para justificar atención clínica adicional (American Psychiatric Association, 2014).

Anorexia Nerviosa 307.1

La Anorexia Nerviosa (AN), se presenta con una restricción significativa en la ingesta de alimentos en comparación con las necesidades del cuerpo, lo que resulta en un peso corporal notablemente bajo en relación con factores como el sexo, la edad, la salud física y el desarrollo. Los individuos que experimentan AN también manifiestan un temor persistente a aumentar de peso y experimentan una distorsión en la percepción de su propio cuerpo. La AN, se subdivide en dos categorías: la anorexia purgativa (F50.02), caracterizada por episodios de ingesta excesiva seguidos de comportamientos purgativos, y la anorexia restrictiva (F50.01), que involucra dietas extremadamente restrictivas, ayuno y/o ejercicio excesivo. La pérdida de peso, el miedo a ganar peso y la negativa a mantener un peso corporal mínimo adecuado para la edad y la estatura, son rasgos centrales de esta afección. Por otro lado, el código CIE-9-MC para la anorexia nerviosa es 307.1, que se asigna de forma independiente del subtipo, y a su vez, el código CIE-10-MC depende del subtipo (American Psychiatric Association, 2014).

Los pacientes con anorexia tienden a mostrar una obsesiva búsqueda de la delgadez, que conlleva a la restricción de la ingesta, acompañada de una distorsión en la percepción de su imagen corporal, así como rasgos de perfeccionismo y autoexigencia en diversas áreas de sus vidas. A su vez, se puede resaltar las diferencias entre individuos que se someten a fuertes presiones para cumplir con estándares estéticos como: bailarines, modelos y deportistas, se encuentran en un grupo de riesgo para el desarrollo de TCA, ya que se ven compelidos a ajustarse a una imagen corporal socialmente aceptada, que en el caso de las mujeres suele implicar la delgadez y en el caso de los hombres, la musculatura (Lucciarini, et al., 2021).

La Anorexia Nerviosa, se caracteriza por la restricción deliberada de la ingesta energética, lo que conduce a un peso corporal significativamente bajo en relación con la edad, el sexo, el desarrollo y la salud física. A esto se agrega un temor intenso a aumentar de peso o engordar, que puede estar asociado con un comportamiento que evita dicho aumento, incluso cuando la persona ya se encuentra en un estado de peso bajo y esto se debe a una alteración en la percepción de la propia imagen corporal. Las características distintivas de la AN incluyen la distorsión de la imagen corporal, malnutrición, alteraciones digestivas, carencias de calcio y alteraciones bioquímicas en la sangre. La AN conlleva a complicaciones médicas significativas y riesgos físico, como desnutrición severa, que puede resultar en problemas digestivos, afecciones cardíacas relacionadas con la malnutrición, cambios hormonales y desequilibrios endócrinos, así como una pérdida de densidad ósea debido a la deficiencia de calcio (Hernandez y Felez, 2023).

Bulimia Nerviosa 307.51 (F50.2)

La bulimia nerviosa se caracteriza por varios elementos distintivos. Esta implica episodios de ingesta excesiva de alimentos en un corto período de tiempo, donde se

consume una cantidad significativamente mayor que el promedio de las personas ingerirían en circunstancias similares. Además, quienes padecen bulimia, experimentan una sensación de falta de control durante estos episodios, lo que se traduce en la incapacidad para dejar de comer o controlar lo que ingiere. A su vez, existen distintos grados, tales como el leve (en el que se especifica un promedio de 1-3 episodios de comportamientos compensatorios inapropiados a la semana), el moderado (que consta en un promedio de 4-7 episodios), el grave (que involucran un promedio de 8-13 episodios) y por último, el extremo (con un promedio de 14 episodios) (American Psychiatric Association, 2014).

De manera similar a la anorexia, la bulimia presenta características definitorias que incluyen la persistente preocupación por la forma del cuerpo y el peso, un constante temor a ganar peso, episodios repetidos de ingesta excesiva de alimentos en un breve periodo de tiempo, una sensación de pérdida de control durante los episodios, que a menudo se traduce en la incapacidad de detener la ingesta o regular lo que se consume, y la adaptación de medidas como el vómito autoinducido o la realización de un exceso de ejercicio físico para evitar el aumento de peso tras un episodio de ingesta excesiva (Hernandez y Felez, 2023).

Trastorno por atracones 307.51 (F50.8)

El Trastorno por atracón, se caracteriza por episodios recurrentes de atracones donde una persona ingiere una cantidad de alimentos significativamente mayor que el promedio en un periodo limitado y siente una pérdida de control. Estos episodios deben ir acompañados de comportamientos como comer rápidamente, sentirse incómodamente lleno, comer sin hambre física, comer por vergüenza y experimentar malestar. Estos atracones deben ocurrir al menos una vez a la semana durante tres meses y causar malestar significativo, sin estar vinculados a comportamientos compensatorios como el

vómito. La gravedad se clasifica según la frecuencia de episodios, desde leve hasta extremo (American Psychiatric Association, 2014).

**Otro trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos especificado
307.59 (F50.8)**

Esta clasificación se aplicó a aquellos casos que presentaron síntomas clínicamente significativos y deterioro funcional, pero que no cumplieron con los criterios diagnósticos de los Trastornos Alimentarios establecidos. Algunos ejemplos considerados fueron: anorexia nerviosa atípica (con peso dentro del rango normal), bulimia nerviosa o trastorno por atracón con frecuencia o duración limitada, trastorno por purgas (sin atracones), y síndrome de ingestión nocturna de alimentos.

**Trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos no especificado 307.50
(F50.9)**

Se utilizó para describir cuadros clínicos en los que se observaron síntomas característicos de un Trastorno Alimentario con malestar clínicamente significativo o deterioro funcional, pero que no cumplieron con todos los criterios requeridos para un diagnóstico específico. Esta categoría fue aplicada en situaciones en las que el profesional optó por no detallar el motivo del incumplimiento diagnóstico o en contextos donde no se dispuso de información suficiente.

Método

Diseño de estudio

El presente estudio se llevó a cabo dentro de un marco de investigación, adoptando un enfoque cuantitativo. Dicho paradigma permitió la recopilación y análisis de datos numéricos con el propósito de responder a las preguntas de investigación y cumplir con los objetivos planteados. Según Sampieri et al. (2020), la investigación cuantitativa se caracteriza por ser deductiva, secuencial y probatoria, permitiendo un análisis objetivo de la realidad. La recolección de datos de este enfoque se fundamenta en la medición estandarizada, permitiendo la cuantificación de fenómenos a través de métodos estadísticos. Esto proporciona evidencia empírica que respalda o refuta las hipótesis, lo que a su vez permite fortalecer o reformular teorías existentes.

Atendiendo a los objetivos de esta investigación, se optó por este enfoque debido a su capacidad para analizar la relación entre el uso de Instagram, la autoestima y el impacto del contenido relacionado con la imagen corporal en el desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria. Esto permitió obtener datos precisos y verificables que facilitaron el análisis de las variables estudiadas.

Asimismo, este estudio adoptó un diseño no experimental de tipo transversal, debido a la recolección de datos en un único momento temporal. Este enfoque fue uno de los diseños básicos en investigación, caracterizándose por la ausencia de seguimiento y la evaluación de una comunidad o una muestra representativa en un punto específico en el tiempo. Esto significó que, para la realización del estudio, la valoración de las variables se llevaron a cabo en el mismo momento. Además, se analizó la relación entre diversos factores sociodemográficos y psicológicos. Asimismo, se investigó el uso de Instagram en términos de frecuencia, exposición a contenido relacionado con la imagen corporal, influencia de influencers y el uso de aplicaciones de control de alimentos y

ejercicio. Todo ello permitió realizar un análisis exhaustivo de los posibles factores que incrementaron el impacto en la autoestima o el posible desarrollo de un TCA.

Participantes

En este estudio intervinieron 46 jóvenes de ambos sexos, residentes en el distrito de San Miguel (Buenos Aires, Argentina). De ellos, 23 se identificaron como mujeres y 23 como varones, con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años. Todos los participantes aceptaron voluntariamente su inclusión en la investigación, tras haber otorgado el consentimiento informado.

Muestra

Se contó con una muestra no probabilística por conveniencia, complementada con la técnica de bola de nieve, conformada por 46 participantes cuyo rango de edad se comprendió entre los 18 a 24 años (ver Figura 1). En cuanto a la variable edad, la mayor concentración de individuos se manifestó en los 22 años expresando el porcentaje más elevado con 30.5%. En segundo lugar, se ubicaron los participantes de 23 años con un 28.4%, en tercer lugar pertenecieron los jóvenes de 21 años con 15.2% y en el cuarto lugar, se observó con un porcentaje de 13% a los sujetos de 20 años. Por otro lado, las edades menos representadas fueron las de 18 años, 19 años y 24 años, cada una con un 4.3% del total de la muestra.

Todos los sujetos residían en la localidad de San Miguel, Buenos Aires, Argentina y, a su vez, el 50% de ellos son mujeres mientras que el porcentaje restante del 50% son hombres (Figura 2).

Figura 1

Distribución por edad

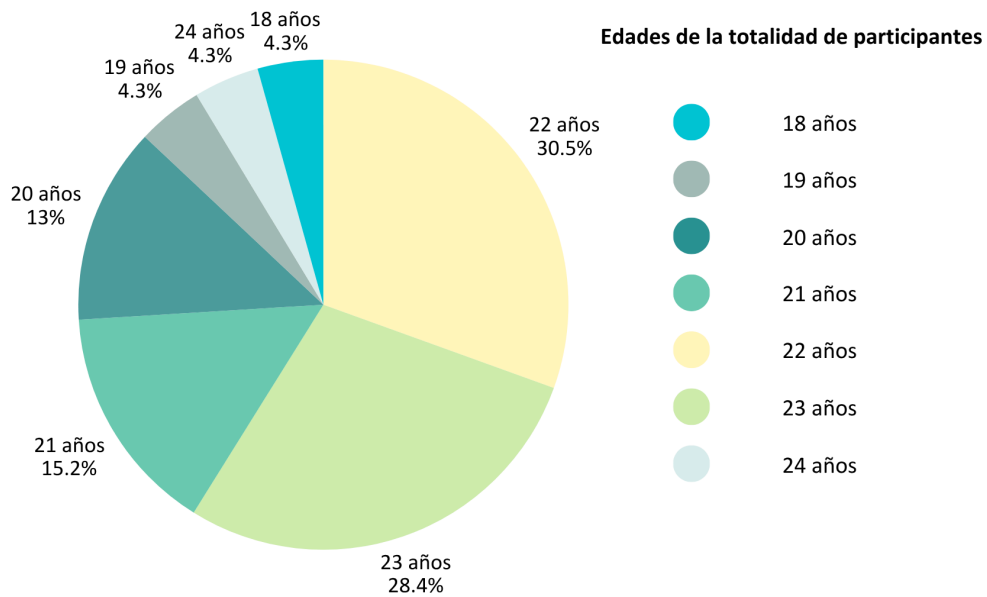
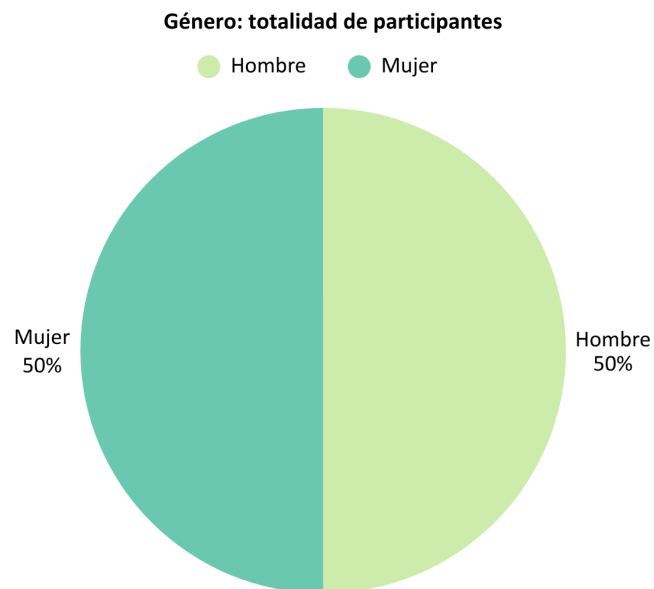


Figura 2

Distribución por género



Instrumentos

Para realizar la investigación, se procedió a enviar un link con tres cuestionarios de manera online mediante Google Forms, el cual presentó preguntas con opciones y formulación de respuestas. Los test que se utilizaron en el estudio fueron los siguientes:

Cuestionario de uso de redes sociales (ver Anexo 2)

El instrumento utilizado en este estudio fue un cuestionario diseñado por Vega Bonita (2023) y administrado a través de la plataforma “Google Forms”. Para ajustar el instrumento al objetivo del presente estudio, se adaptaron algunos ítems, incluyendo explícitamente la mención “Instagram” en la red social de referencia, con el fin de obtener datos más precisos sobre la interacción de los jóvenes con esta plataforma específica. Este cuestionario estuvo compuesto por 25 ítems que abordaron diversas temáticas relevantes relacionadas con el uso de redes sociales, su frecuencia, la influencia negativa de las mismas, el rol de los influencers, el empleo de hashtags y el uso de las aplicaciones vinculadas al control de la alimentación o del ejercicio físico.

Para el análisis de datos, las preguntas fueron agrupadas de acuerdo con temáticas afines. Cada grupo se asignó a una denominación común, estableciendo categorías de análisis para facilitar la interpretación de los resultados. Se consideró que un participante estaba en “riesgo” cuando la respuesta era afirmativa en todas las preguntas de un grupo determinado. De este modo, las preguntas 8, 9 y 10, que fueron las referentes que indagaron sobre la frustración al no recibir suficientes “me gusta”, el hábito de ocultar partes del cuerpo al subir contenido en redes, y las experiencias negativas frente a comentarios o fotos, fueron agrupadas bajo la categoría “Redes sociales y frustración”. Por otro lado, las preguntas 12, 13 y 14, que evaluaron el uso de redes para obtener información sobre nutrición, rutinas de ejercicio físico o el uso de blogs, se clasificaron como “Redes sociales y nutrición o ejercicio”. Asimismo, las preguntas 15, 17, 18 y 19, que exploraron la relación con influencers, el deseo de parecerse a ellos, y el uso de hashtags relacionados con la alimentación o el aspecto físico, se agruparon en “Redes sociales e influencers”. Finalmente, las preguntas 21, 23

y 25, que analizaron sobre el uso de aplicaciones de control de alimentación, calorías o ejercicio, fueron designadas bajo la categoría “Apps de alimentación o ejercicio”.

Para el análisis cuantitativo de estas preguntas, se asignó un puntaje de 1 para respuestas afirmativas y 0 para respuestas negativas. Posteriormente, se calculó un índice de riesgo que variaba de 0 a 5. Los participantes con una puntuación menor o igual a 5 fueron clasificados como de “bajo riesgo o sin riesgo”, mientras que aquellos con una puntuación superior a 5 se consideraron como de “alto riesgo”. Este índice se denominó “Índice de Riesgo en Redes Sociales” (IR-RRSS).

Además, para el análisis de la variable “Edad”, se establecieron siete grupos etarios: 18, 19, 20, 21, 22, 23 y 24 años. En cuanto al Índice de Masa Corporal (IMC), los participantes fueron agrupados en tres categorías: bajo, normal y alto, sin distinción de género en cada uno de estos grupos, con el objetivo de facilitar el análisis estadístico posterior.

Escala de Autoestima de Rosenberg (Anexo 3)

Para la evaluación de la autoestima, se empleó la Escala de Autoestima Rosenberg (1965), uno de los instrumentos más utilizados y validados a nivel mundial en la medición de esta variable psicológica. Morris Rosenberg, quien obtuvo su doctorado en Sociología en la Universidad de Colombia en 1953, dedicó varios años al estudio de la autoestima y el autoconcepto. En 1965, publicó por primera vez la mencionada escala en su obra *Society and the Adolescent's Self-Image*. A pesar de su fallecimiento en 1992, tanto sus investigaciones como su instrumento de medición de la autoestima, continuaron siendo ampliamente utilizados en la actualidad (Carrasco, 2019).

Para el presente estudio, se utilizó la versión de la escala disponible en el artículo de Luisa Carrasco (2019), quien expone de forma minuciosa conceptos clave

como autoestima, autoconfianza, entre otros y, a su vez, el desarrollo y consistencia de la escala. En cuanto a la adaptación al español, la versión original en inglés fue traducida por dos psicólogos bilingües de forma independiente y, posteriormente, se comparó con otras traducciones al español, garantizando una equivalencia lingüística adecuada para su aplicación. La escala fue validada en hombres y mujeres de todas las edades en un gran número de países y se utilizó en estudios transculturales de más de 50 de ellos (Torres, 2017).

La escala constó de 10 ítems, que se respondieron utilizando un formato tipo Likert de 5 puntos, donde las opciones de respuesta variaba desde “totalmente de acuerdo” (puntaje 4) hasta “totalmente en desacuerdo” (puntaje 1). De los 10 ítems que componían la escala, cinco estaban formulados de manera directa y cinco de forma inversa. Estos últimos corresponden a los ítems 3, 5, 8, 9 y 10, lo que permitió equilibrar las respuestas y reducir el sesgo de autoevaluación (Rosenberg, 1965).

Test de Actitudes Alimentarias (EAT-26) (Anexo 4)

El Cuestionario de Actitudes hacia la Comida (Eating Attitudes Test, EAT-26) fue un instrumento validado en Argentina y se empleó para evaluar el riesgo de desarrollar un posible Trastorno de la Conducta Alimentaria, incluyendo anorexia nerviosa y bulimia nerviosa. Este test constituyó una escala multidimensional de auto-reporte que evaluó los dominios: bulimia, dieta, preocupación por la comida y control oral (Garner et al. 1982).

El cuestionario autoaplicable constaba de 26 ítems con preguntas en relación a la actitud con la comida y la imagen corporal, dirigidos a adolescentes y adultos. Para marcar la respuesta, se brindaron al evaluado 6 opciones en una escala tipo Likert (3 puntos=siempre, 2 puntos=frecuentemente, 1 punto=a menudo, 0 puntos=a veces, 0 puntos=casi nunca y 0 puntos=nunca), excepto el ítem 25, cuya puntuación se invirtió.

De acuerdo con el puntaje total obtenido, aquellos individuos que alcanzaron una puntuación igual o superior a 20 presentaron una probabilidad o sospecha de desarrollar un TCA. Sin embargo, se destacó que este interrogatorio no fue diseñado para realizar un diagnóstico específico, sino que simplemente buscó evaluar el riesgo de padecerlo.

El EAT-26, en su versión original (Garner et al., 1989), fue objeto de traducción al español en varios estudios. Este instrumento fue seleccionado debido a que no solo sirvió para casos clínicos, sino que también permitió identificar trastornos alimentarios de muestras no clínicas (Castro, et al., 1991).

Procedimiento de recolección de datos

La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, complementado con la técnica de bola de nieve. Inicialmente, se localizó a individuos que cumplieran con los criterios de inclusión del estudio - entre ellos: antiguos compañeros de la escuela secundaria, allegados y conocidos personales - quienes, a su vez, fueron invitados a remitir la encuesta con otros jóvenes dentro del mismo rango etario. Además, se recurrió a la red de contactos familiares, con el fin de ampliar la muestra y garantizar una mayor representatividad del grupo de interés. De esta manera, se logró la participación de 46 individuos de entre 18 a 24 años.

Las respuestas fueron recopiladas de forma online mediante Google Forms. Previamente, se solicitó a los participantes que leyeran con atención y aceptaran el consentimiento informado (Anexo I). Según Losada (2014), el acceso a un consentimiento representa un derecho fundamental, ya que garantiza la autonomía, la autodeterminación y la dignidad del participante, así como su integridad física y mental. Por ello, durante el primer contacto con los participantes se proporcionó una explicación clara y detallada sobre la naturaleza de la investigación y los derechos de los

encuestados. Asimismo, se aclaró que su participación era voluntaria y que tenían la libertad de retirarse en cualquier momento sin sufrir consecuencias adversas.

Una vez aceptados los términos del consentimiento, se envió un enlace que contenía los tres instrumentos de evaluación utilizados en el estudio, con el objetivo de recolectar información relevante sobre las variables en análisis:

1. Cuestionario sobre uso de redes sociales: se examinó la frecuencia y el tipo de uso de Instagram, la exposición a contenido relacionado con la imagen corporal, la influencia de influencers y el uso de aplicaciones de control de alimentación y ejercicio.
2. Escala de Autoestima de Rosenberg (1965): se evaluó el nivel de autoestima de los participantes a través de un cuestionario de 10 ítems con respuestas en formato likert de 5 puntos.
3. Eating Attitudes Test (EAT-26): se evaluó el riesgo de los participantes de desarrollar un TCA mediante este cuestionario validado en Argentina.

Finalizada la recolección de las respuestas de las 23 mujeres y los 23 hombres, los datos fueron exportados a hojas de cálculos en Excel, lo que facilitó la visualización y comparación de las variables. Sobre ese archivo, se calcularon frecuencias absolutas, porcentajes y medidas para cada ítem y categoría. Asimismo, se organizaron tablas de contingencia para examinar la relación entre las variables “Autoestima”, “Uso de Instagram” e “Índice de Riesgo de TCA”, permitiendo así un análisis comparativo exhaustivo de los resultados.

Constancia de utilización del consentimiento informado

El consentimiento informado se consideró un derecho fundamental que protegía la no discriminación, la autonomía y la autodeterminación, así como la integridad física-mental y la dignidad de cada participante. Para cumplir con los procedimientos de

esta investigación, a cada voluntario se le entregó un documento de Consentimiento Informado (CI) en el que debía manifestar su voluntad de participar. El CI incluía información sobre los objetivos del estudio, el rango etario de participación requerido, el respaldo institucional y el uso previsto de los resultados. Su propósito fue asegurar el derecho de las personas a tomar decisiones informadas sobre su salud y establecer las responsabilidades de los profesionales involucrados (Losada, 2014).

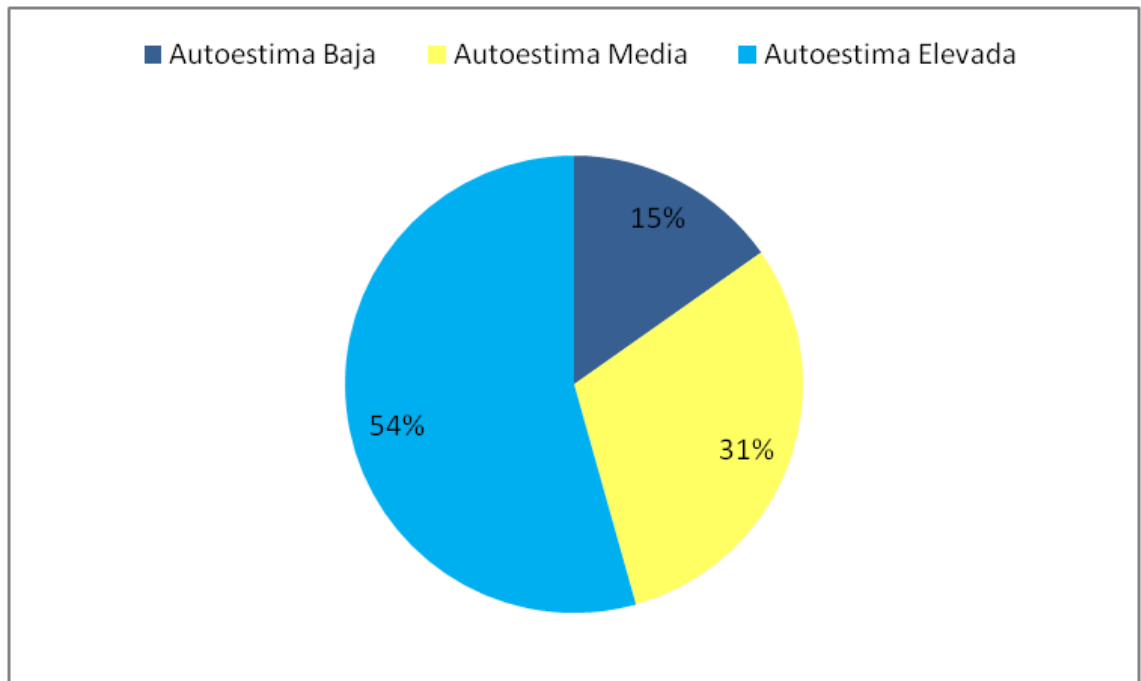
Resultados

De la muestra de 46 participantes, 23 fueron mujeres (50%) y 23 fueron hombres (50%). En cuanto a la distribución por edad de los integrantes, estuvo comprendida dentro de un rango entre los 18 a 24 años. La mayor concentración de individuos se observó en los 22 años (30,4%) y 23 años (28,3%). Por otro lado, las edades menos representadas fueron las de 18 años, 19 años y 24 años, cada una con un 4,3% del total de la muestra.

En relación con la variable autoestima, se analizaron las puntuaciones obtenidas en la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), se clasificó a los 46 participantes en tres categorías principales: autoestima baja, media y elevada. Tal como se observó en la Figura 3, el 15% de la muestra ($n^{\circ}=7$) presentó autoestima baja, el 31% ($n^{\circ}=14$) manifestó una autoestima media, y el 54% ($n^{\circ}=25$) registró una autoestima elevada. Estos resultados sugirieron que una parte considerable de la muestra mantuvo una percepción positiva de sí misma, aunque se identificó un grupo minoritario con niveles reducidos de autoestima, lo cual pudo representar un factor de vulnerabilidad psicológica.

Figura 3

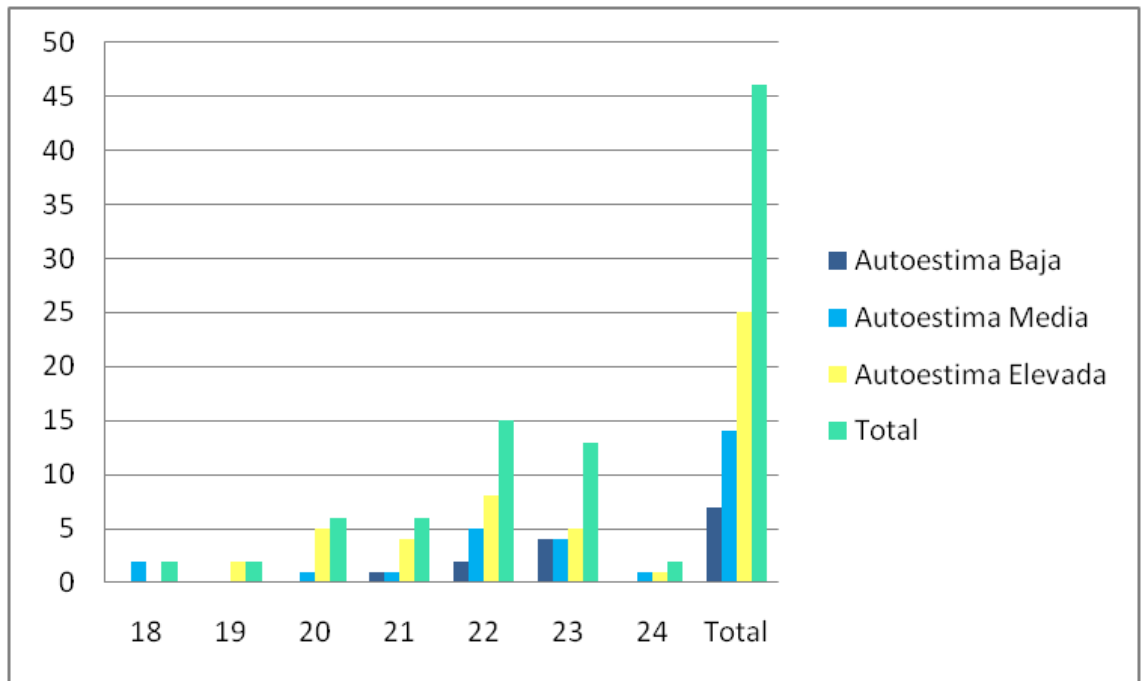
Distribución de participantes según la categoría de autoestima



Asimismo, al examinar la relación entre la edad y la categoría de autoestima (Figura 4), los resultados evidenciaron que la autoestima elevada predominó en casi todos los grupos de edad, particularmente entre los sujetos de 20 a 23 años, siendo los de 22 años quienes alcanzaron el mayor número con un puntaje de 8 en esta categoría. La autoestima media también presentó una distribución notable, especialmente en los grupos de 22 y 23 años. Por su parte, la autoestima baja se concentró, mayormente, en los sujetos de 23 años ($n^{\circ}=4$), siendo esta la edad con más participantes dentro de esta categoría. Las edades más bajas (18 y 19 años) no registraron casos de autoestima baja, y se destacaron principalmente por presentar niveles de autoestima media o elevada. En general, se observó una tendencia creciente en la presencia de autoestima elevada a partir de los 20 años, lo cual podría estar vinculado a factores de desarrollo personal que se consolidan en esa franja etaria.

Figura 4

Comparación por edades y categoría de autoestima

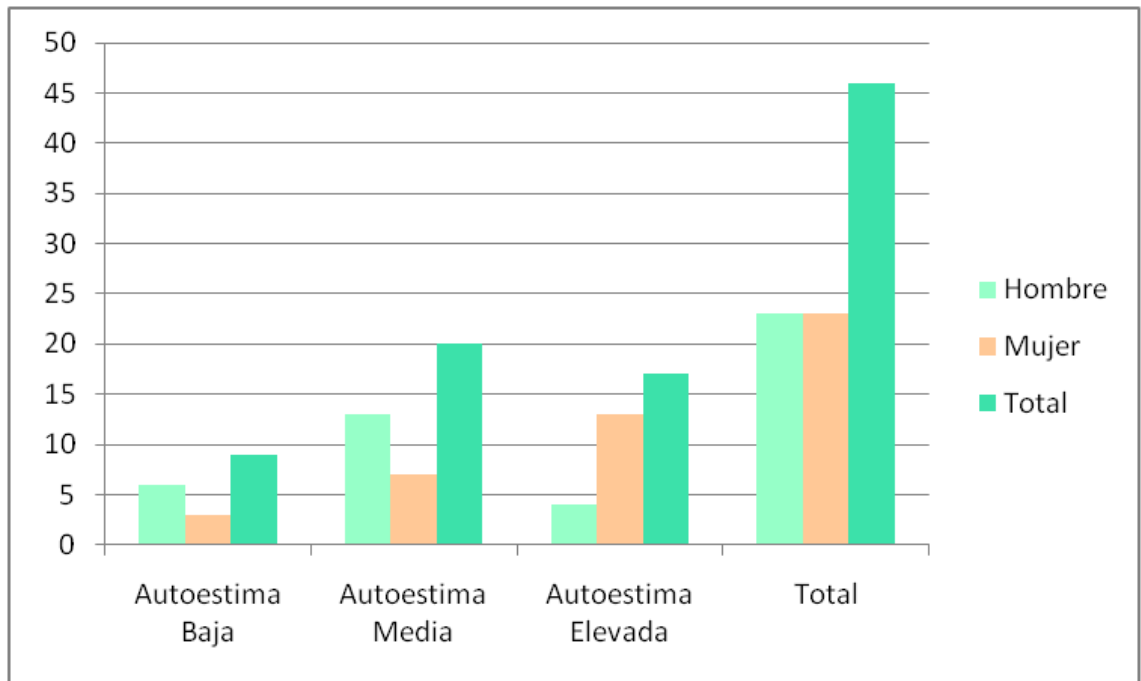


En cuanto a la comparación por género (Figura 5), se observó que, si bien tanto hombres como mujeres presentaron casos en las tres categorías de autoestima, los hombres tendieron a presentar una mayor frecuencia de autoestima baja en comparación con las mujeres (6 hombres frente a las 3 mujeres de esta categoría).

En la categoría de autoestima media, los hombres también predominaron con 13 casos frente a 7 en mujeres. Sin embargo, en la categoría de autoestima elevada, se observó la tendencia opuesta, con una mayor proporción de mujeres ($n^{\circ}=13$) en comparación con los hombres ($n^{\circ}=4$). Este resultado sugiere que, dentro de la muestra analizada, las mujeres exhibieron una mayor tendencia a puntuaciones de autoestima elevada, mientras que los hombres se distribuyeron en mayor medida en niveles de autoestima baja y media.

Figura 5

Comparación por género y categoría de autoestima



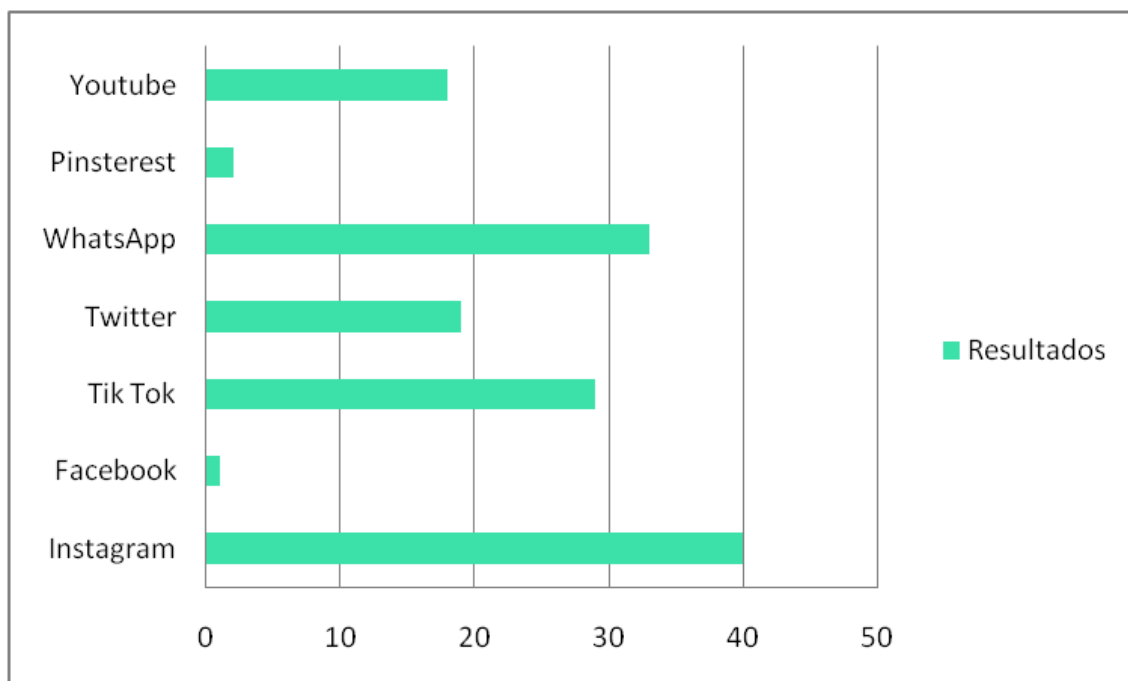
En lo que constó la segunda variable Instagram, se evaluaron diversas temáticas relacionadas con el uso de redes sociales, tales como: su frecuencia, la influencia negativa de las mismas, el rol de los influencers, el empleo de hashtags y el uso de las aplicaciones vinculadas al control de la alimentación o del ejercicio físico. A su vez, para facilitar la interpretación de los resultados se utilizó el Índice de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS).

En relación con el uso de las redes sociales, se evaluó la frecuencia de utilización de distintas plataformas digitales dentro de la muestra (Figura 6). En esta evaluación se le permitió a los participantes que seleccionen sus 3 aplicaciones más utilizadas. Se observó que Instagram fue la aplicación, con 40 menciones (87%), lo que reflejó su alta presencia en la vida cotidiana. En segundo lugar, WhatsApp obtuvo 33 menciones (71,7%), seguida de TikTok con 29 menciones (63%). Otras plataformas como Twitter, Youtube, Pinterest y Facebook mostraron una menor preferencia dentro de la muestra analizada. Estos resultados manifiestan que dentro de la población de

estudio, Instagram se consolidó como la principal red social de interacción y exposición de contenido.

Figura 6

Análisis de la frecuencia de distintas plataformas digitales



Tras estos resultados, para comprender el nivel de exposición de los participantes a Instagram, se analizó el intervalo de uso diario reportado por la muestra (Figura 7). Para obtener estos valores, se pidió a la muestra que verifique en las configuración de Instagram, su actividad y su administración del tiempo en la App, donde allí se podrían brindar los datos precisos de los últimos 7 días y presenciar una métrica, que está en desarrollo constante y cambia a medida que corren los minutos utilizando dicha red social.

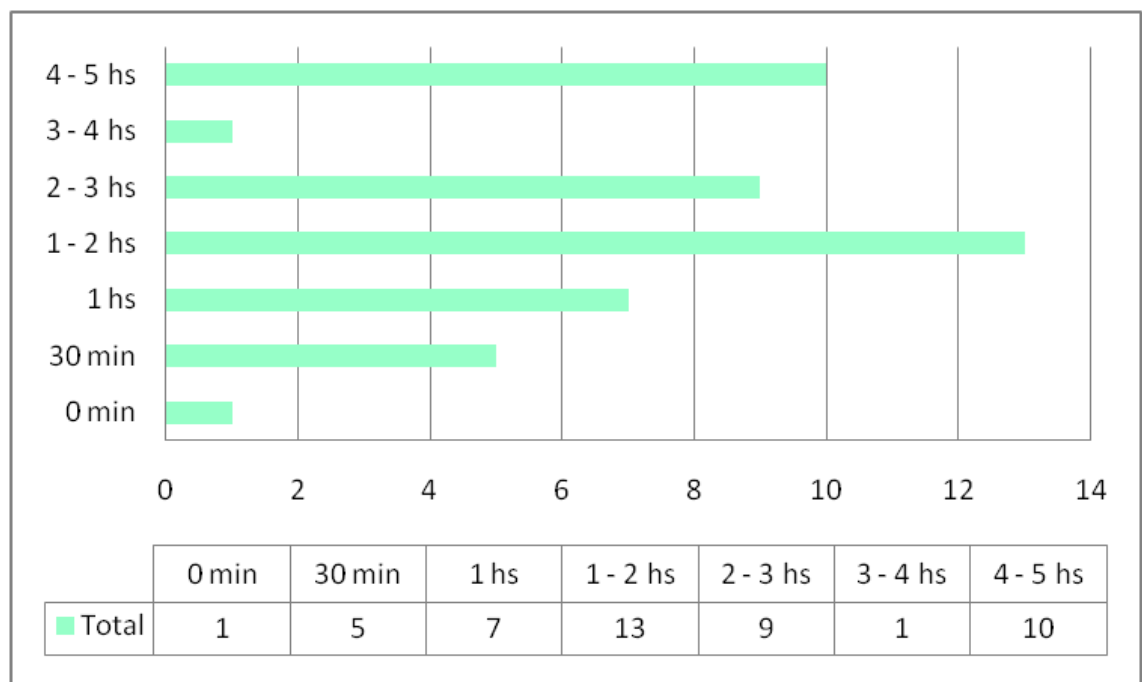
Se observó que la mayor proporción de participantes, 13 individuos (28%), reportó un tiempo de uso diario entre 1 y 2 horas. Este grupo representó el intervalo de uso más común dentro de la muestra. En segundo lugar, 10 participantes (22%) indicaron utilizar Instagram entre 4 y 5 horas al día, lo que evidenció un grupo de

usuarios con una alta exposición a la plataforma. Asimismo, 9 sujetos (20%) registraron un consumo de 2 a 3 horas diarias, y 7 participantes (15%) informaron un uso de aproximadamente 1 hora. Por otro lado, 5 individuos (11%) reportaron un uso más limitado, indicando que accedían a Instagram 30 minutos al día, mientras que 1 persona (2%), manifestó no utilizar la aplicación en absoluto. Finalmente, el grupo con menor representación correspondió a 1 sujeto debido a que utilizaba la aplicación entre 3 y 4 horas diarias (2%).

Estos resultados permitieron inferir que Instagram jugó un papel central en la rutina digital de los jóvenes evaluados, con una proporción significativa que superó las dos horas diarias de consumo. La alta exposición a la aplicación podría estar vinculada con factores de validación social, comparación de imagen corporal y dependencia digital, aspectos que fueron explorados en el análisis de riesgo en redes sociales.

Figura 8

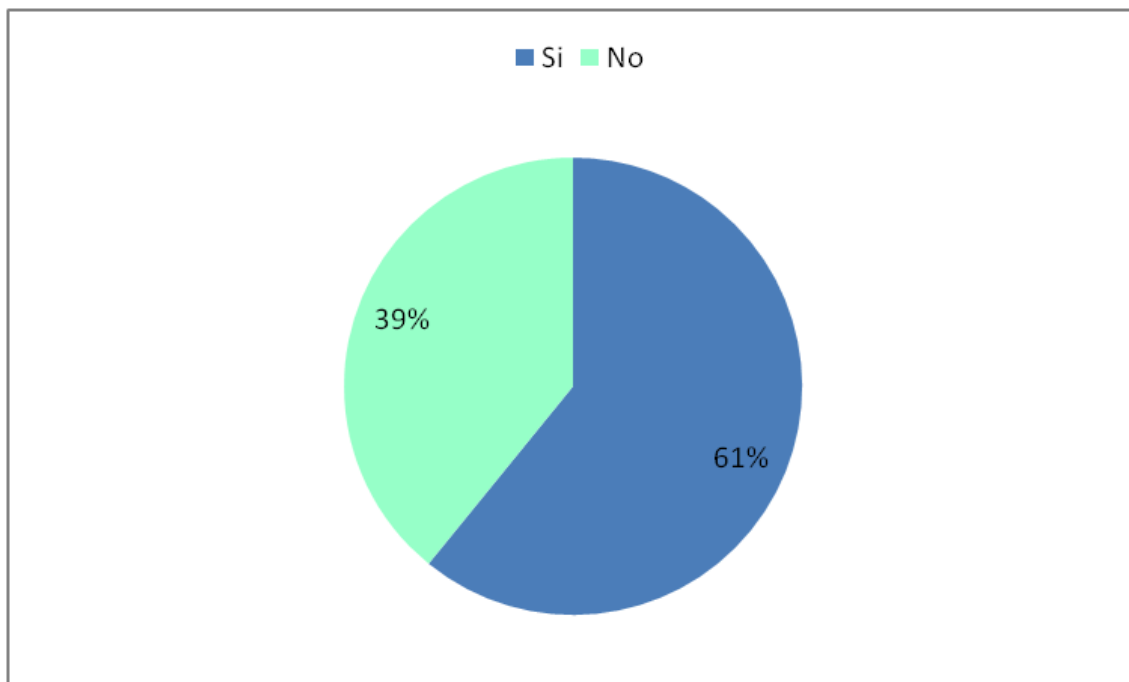
Análisis del Intervalo de Uso Diario de Instagram



En relación con las experiencias negativas en Instagram, se indagó si los participantes se habían sentido mal tras recibir comentarios o compartir fotografías en las que percibían su imagen como “poco favorecida”. Los resultados (Figura 9) mostraron que 28 de los 46 jóvenes (61%) admitieron haber experimentado malestar en dichas circunstancias, mientras que 18 (39%) negaron haberlo sentido. Estos hallazgos sugirieron que la mayoría de la muestra había atravesado episodios de insatisfacción o frustración asociados a la interacción en redes sociales.

Figura 9

Malestar tras recibir malos comentarios o fotos subidas en Instagram

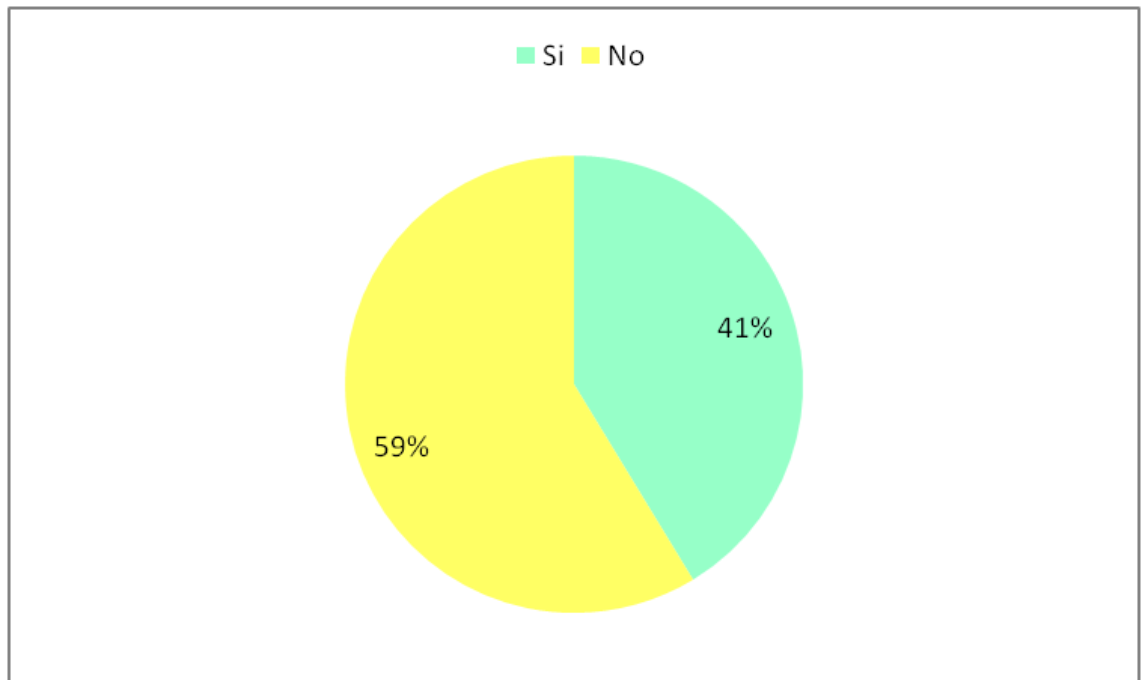


Al analizar la pregunta sobre el uso de Instagram para seguir dietas y rutinas de ejercicio físico, como se pudo plasmar en la Figura 10 se halló que el 41% de los participantes afirmaron que sí utilizaban dicha red con ese fin, mientras que el 59% restante no compartían esa conducta. Estos datos evidenciaron que, aunque una proporción importante de jóvenes (19 participantes) recurre a las plataformas digitales

para informarse y motivarse en cuestiones de actividad física y alimentación, el resto (27 participantes) no empleó las redes sociales con ese propósito.

Figura 10

Uso de Instagram para seguir dietas y rutinas de ejercicio físico

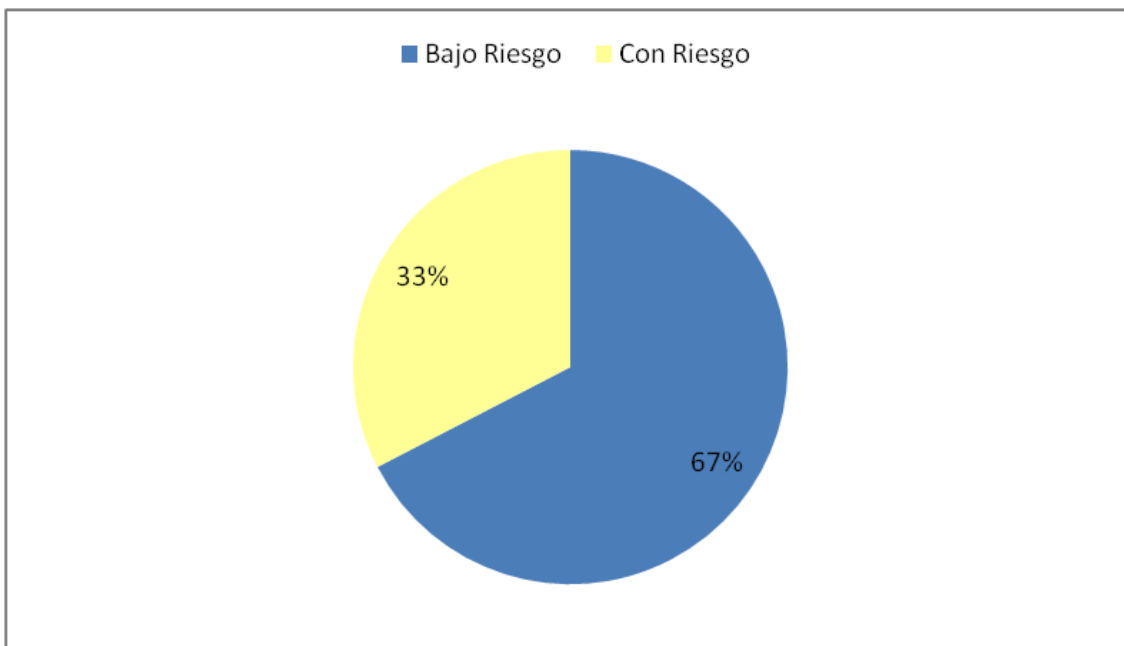


Para evaluar el riesgo percibido en redes sociales, se analizó el Índice de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS), el cual clasificó a los participantes en dos categorías: bajo riesgo y con riesgo. La distribución de los resultados se presenta en la Figura 11. Los valores reflejaron que 31 participantes (67%) fueron categorizados en bajo riesgo, lo que sugirió que más de la mitad de la muestra no evidenció indicadores significativos de uso problemático o dependencia de las redes sociales. Sin embargo, 15 participantes (33%) fueron clasificados en la categoría Con Riesgo, lo que indicó una proporción considerable de individuos con tendencias a un uso problemático de redes sociales. Estos resultados sugirieron que, si bien la mayoría de la muestra no presentó riesgo elevado en el uso de redes sociales, casi la mitad de los participantes podrían estar

expuestos a dinámicas problemáticas vinculadas a la validación social y la imagen corporal en plataformas digitales.

Figura 11

Distribución de participantes según el Índice de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS)

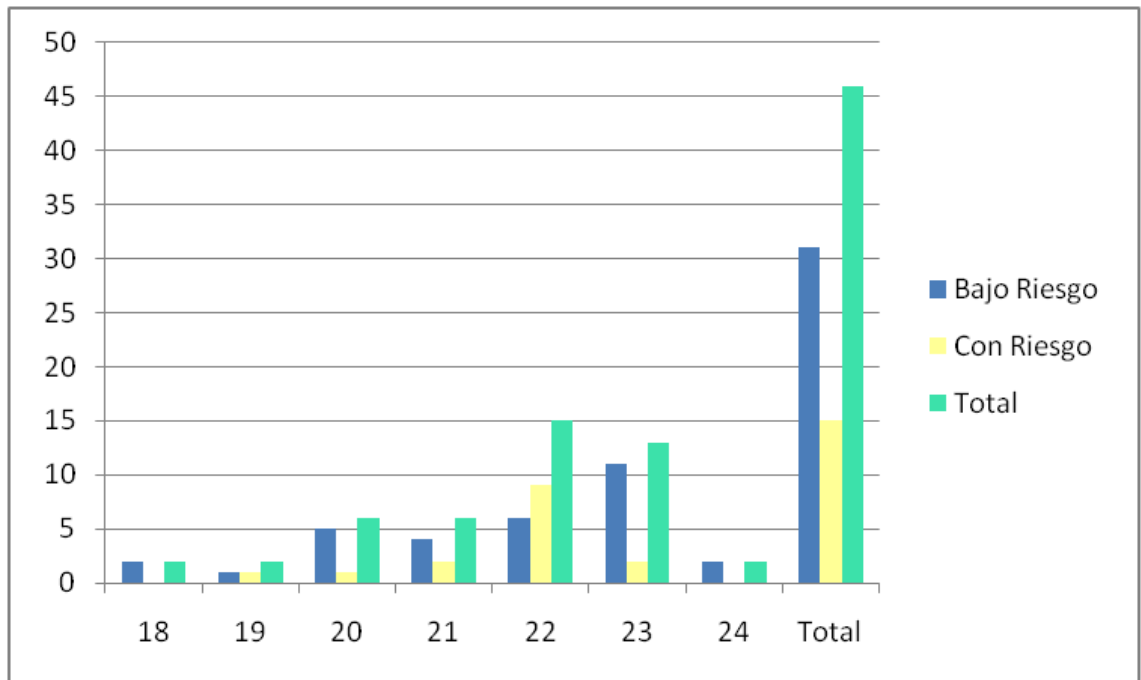


Para examinar la relación entre edad y riesgo en redes sociales, se analizó la distribución de los participantes según IR-RRSS, diferenciando entre Bajo Riesgo y Con Riesgo. En la Figura 12, se presentó la frecuencia de cada grupo etario dentro de ambas categorías. De acuerdo con los datos obtenidos, la mayor cantidad de participantes clasificados en la categoría de Bajo Riesgo se concentró en el grupo de 23 años ($n^{\circ}=11$), seguido por los de 20 años ($n^{\circ}=5$), 21 años ($n^{\circ}=4$) y 22 años ($n^{\circ}=6$). En cuanto a la categoría de Con Riesgo, el grupo de 22 años presentó la frecuencia más alta ($n^{\circ}=9$), lo que sugirió una mayor vulnerabilidad en esta franja etaria.

Por otro lado, las edades menos representadas fueron 18, 19 y 24 años. Los resultados obtenidos sugirieron que los sujetos de 22 años representaron el grupo con mayor cantidad de individuos clasificados como en riesgo, mientras que los de 23 años concentraron la mayor proporción de individuos en Bajo Riesgo.

Figura 12

Comparación por Edad y categoría de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS)



Por otro lado, para analizar la relación entre Género y Riesgo en Redes Sociales, se realizó una comparación entre los puntajes obtenidos en el Índice de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS) según el género de los participantes.

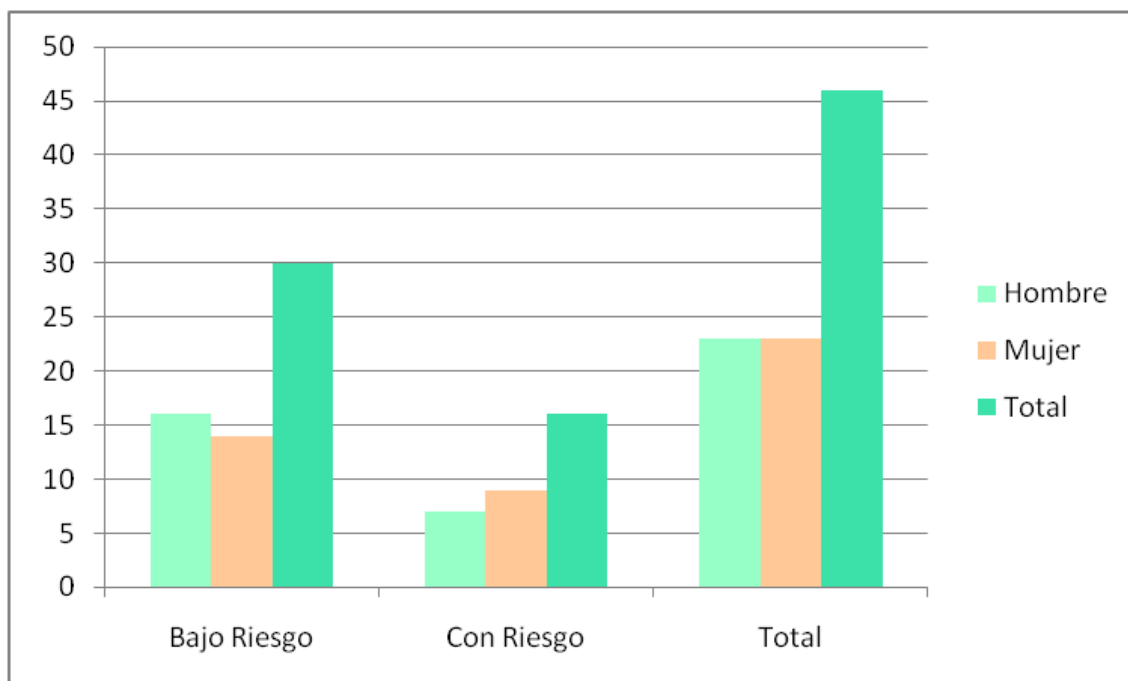
Los resultados (Figura 13) mostraron que, en la categoría de Bajo Riesgo, los hombres representaron una proporción mayor ($n^{\circ}=16$) en comparación con las mujeres ($n^{\circ}=14$). En la categoría de Con Riesgo, la tendencia se invirtió, ya que una mayor cantidad de mujeres ($n^{\circ}=9$) fueron clasificadas dentro de este grupo en comparación con los hombres ($n^{\circ}=7$).

Estos valores indicaron que, si bien las diferencias no fueron semejantes, las mujeres en la muestra tendieron a presentar una mayor propensión al riesgo en redes sociales en comparación con los hombres. Este resultado podría estar relacionado con factores como la mayor exposición y participación de las mujeres en plataformas

digitales, la influencia de estándares de belleza y la presión social ejercida en redes como Instagram.

Figura 13

Comparación por Género y categoría de Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS)

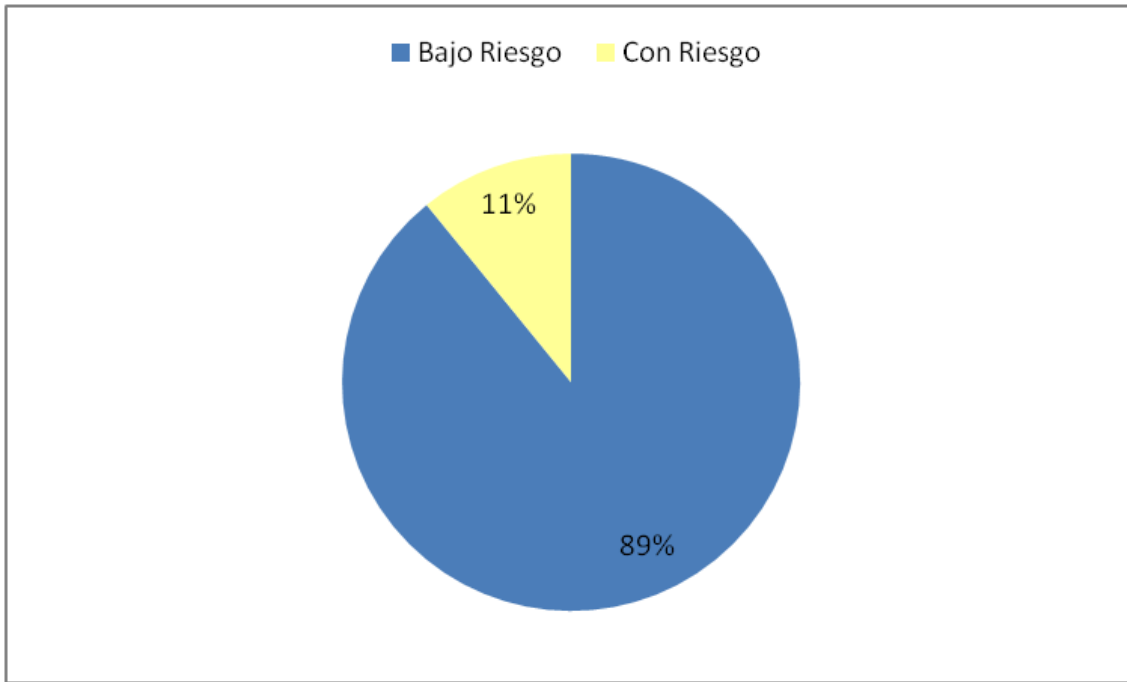


Para evaluar el riesgo de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), se utilizó el Test de Actitudes Alimentarias (EAT-26). En la Figura 14 se pudo apreciar la distribución de los participantes según su clasificación en la categoría de Bajo Riesgo y Con Riesgo de desarrollar un TCA.

Se observó que la mayoría de los sujetos (89%, $n^{\circ}=41$) se ubicaron en la categoría de Bajo Riesgo, mientras que un 11% ($n^{\circ}=5$) presentó puntuaciones indicativas de riesgo. Estos resultados sugirieron que, dentro de la muestra analizada, la prevalencia de riesgo de TCA fue baja.

Figura 14

Distribución de los participantes según la categoría de riesgo en el Test de Actitudes Alimentarias (EAT-26)



Asimismo, para evaluar la distribución de los participantes según la edad y la categoría de riesgo en el EAT-26. Se observó (Figura 15) que la mayoría de los sujetos que se ubicaron en la categoría de bajo riesgo, se encontraron en el rango de 22 años ($n^{\circ}=13$), seguidos por aquellos de 23 años ($n^{\circ}=11$) y 21 años ($n^{\circ}=6$). En contraste, los menores valores en la categoría de bajo riesgo se registraron en las edades de 18, 19 y 24 años ($n^{\circ}=2$ en cada caso).

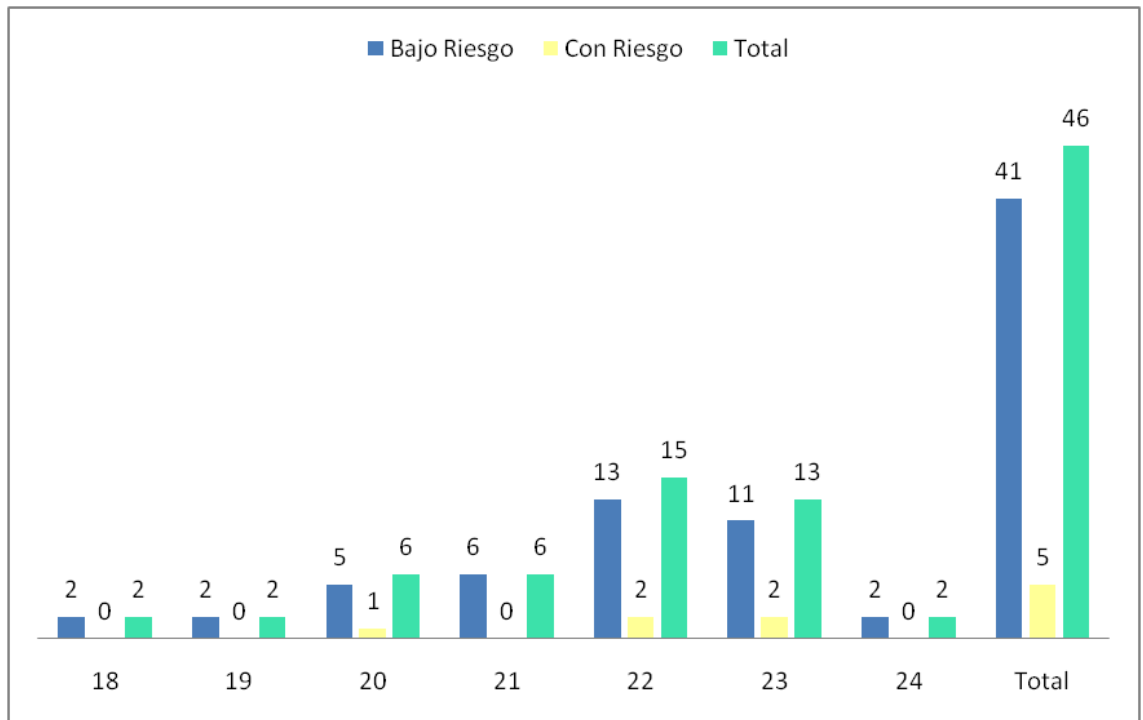
Por otro lado, la categoría de Con Riesgo representó un 11% de la muestra total. A partir de este resultado se identificó que los participantes de 22 y 23 años presentaron las mayores frecuencias en esta categoría ($n^{\circ}=2$ en cada caso), mientras que los de 20 años registraron un solo caso de riesgo ($n^{\circ}=1$). No se encontraron participantes en riesgo en los grupos de 18, 19, 21 y 24 años.

Los resultados sugirieron que los participantes de 22 y 23 años, no solo conformaron la mayor proporción de la muestra sino que también presentaron casos en ambas categorías de riesgo. A su vez, la ausencia de participantes en la categoría de riesgo en ciertos grupos etarios podría estar relacionada con factores individuales o

contextuales que influyeron en la propensión a desarrollar actitudes alimentarias problemáticas.

Figura 15

Comparación por Edad y categoría de Riesgo en el Test de Actitudes Alimentarias (EAT-26)



En la Figura 16 se pudo presentar la relación entre el género de los participantes y la categoría de riesgo en el Test de Actitudes Alimentarias (EAT-26). Se observó que la mayoría de los participantes se ubicaron en la categoría de bajo riesgo, representando el 89% de la muestra total ($n^{\circ}=41$). Dentro de esta categorías, los hombres presentaron una frecuencia mayor ($n^{\circ}=22$) en comparación con las mujeres ($n^{\circ}=19$)

Por otro lado, en la categoría de con riesgo representó el 11% de la muestra total ($n^{\circ}=5$). En este caso, se identificó que las mujeres presentaron una mayor proporción de casos en riesgo ($n^{\circ}=4$), en comparación con los hombres ($n^{\circ}=1$).

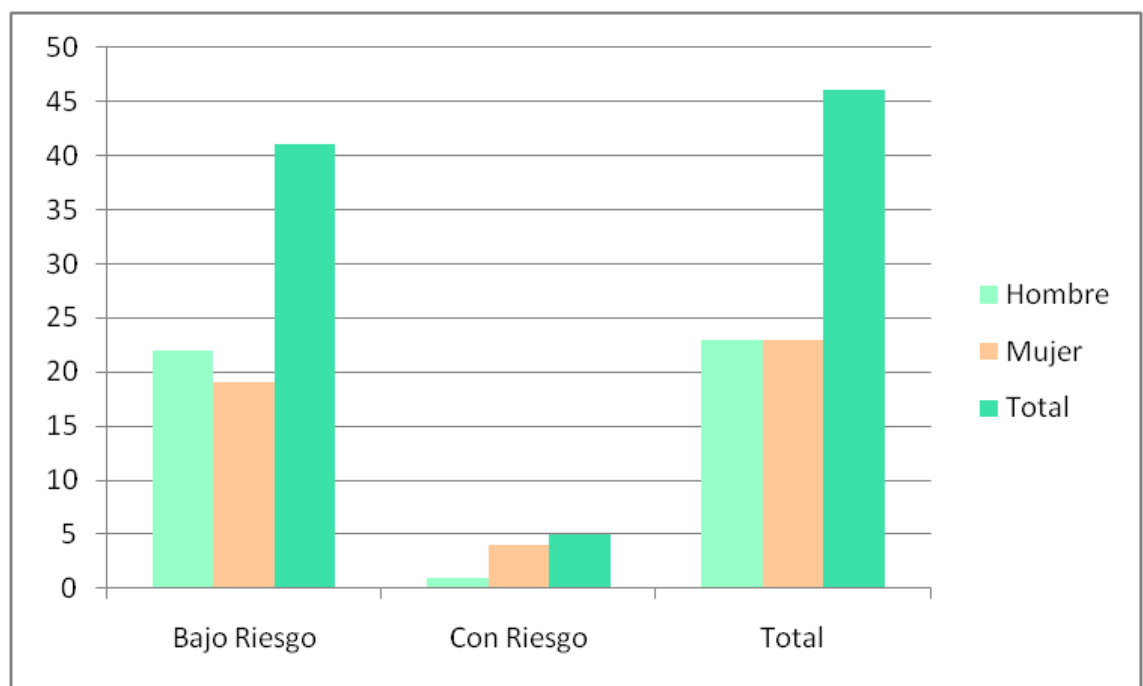
Estos resultados sugirieron que, dentro de la muestra analizada, las mujeres tendieron a presentar una mayor predisposición a conductas de riesgo alimentario en

comparación con los hombres, mientras que estos últimos se ubicaron con mayor frecuencia en la categoría de bajo riesgo. Este hallazgo podría estar relacionado con factores socioculturales y de percepción corporal que afectan de manera diferenciada a cada género en el desarrollo de actitudes y comportamientos alimentarios.

Figura 16

Comparación entre género y categoría de Riesgo en el Test de Actitudes Alimentarias

(EAT-26)



Para explorar la posible asociación entre la autoestima y el uso de redes sociales, se llevó a cabo una comparación entre los niveles de Autoestima (baja, media y alto) y las categorías de riesgo de redes sociales (bajo riesgo o con riesgo). Se construyó una tabla de contingencia (Tabla 1) que permite observar la distribución conjunta de ambas variables. Posteriormente, se elaboró un gráfico (Figura 17) que representó visualmente esta relación.

Tal como se evidenció, los participantes con autoestima baja ($n^{\circ}=7$) se distribuyeron mayoritariamente en la categoría de Bajo Riesgo en redes sociales ($n^{\circ}=4$),

mientras que una menor proporción ($n^{\circ}=3$) se ubicó en Con Riesgo. Esta tendencia indicó que los niveles más bajos de autoestima se asociaron con una mayor propensión a presentar indicadores de uso problemático de redes sociales.

En el grupo con autoestima media ($n^{\circ}=14$), la mayoría de los sujetos ($n^{\circ}=10$) se clasificaron como de bajo riesgo y solo 4 mostraron con riesgo, lo cual sugirió que este grupo presentó el patrón de uso más saludable en comparación con los otros niveles de autoestima.

Por último, entre los participantes con autoestima elevada ($n^{\circ}=25$), se observó una distribución con 17 casos en Bajo Riesgo y 8 en Con Riesgo.

En conjunto de las variables mencionadas, los resultados sugirieron que, si bien en ambos grupos predominó la autoestima elevada, los niveles de autoestima más bajos se concentraron con mayor frecuencia en los participantes que se encontraban en la categoría de riesgo en redes sociales. Esa distribución podría señalar una posible relación entre la autoestima disminuida y una mayor susceptibilidad a comportamientos problemáticos en el uso de plataformas sociales, tales como la búsqueda de validación externa o la exposición a contenidos que afectan negativamente la percepción.

Tabla 1

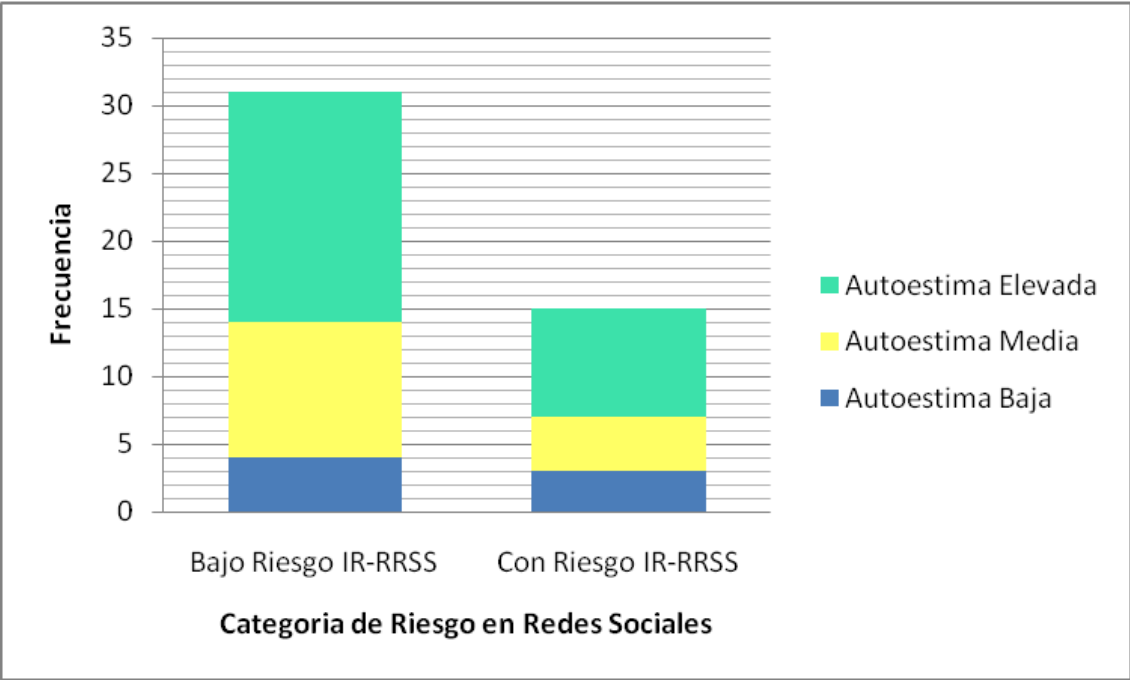
Análisis de la relación entre la Autoestima y el Riesgo en Redes Sociales

	Bajo Riesgo IR-RRSS	Con Riesgo IR-RRSS	Total
Autoestima Baja	4	3	7
Autoestima Media	10	4	14

Autoestima Elevada	17	8	25
Total	31	15	46

Figura 17

Análisis de la relación entre la Autoestima y el Riesgo en Redes Sociales



Por otro lado, se analizó la posible relación entre la presencia de riesgo de desarrollar un trastorno de la conducta alimentaria (evaluado mediante el test EAT-26) y el nivel de riesgo asociado al uso de redes sociales (medido por el IR-RRSS). Para ello, se construyó una tabla de contingencia (Tabla 2) en la que se cruzaron ambas variables, clasificadas en las categorías de “bajo Riesgo y Con riesgo”.

Se observó en la Figura 18 que la mayoría de los participantes que fueron clasificados en la categoría de Bajo Riesgo según el EAT-26 (nº=41) también presentaron un Bajo Riesgo en el IR-RRSS (nº=31), mientras que 10 individuos de este mismo grupo mostraron un alto riesgo en redes sociales, lo que sugirió que aun en

ausencia de indicadores clínicos de TCA, puede haber conductas problemáticas vinculadas al uso de plataformas digitales, probablemente Instagram.

Por otro lado, de los 5 participantes que fueron identificados con riesgo en el EAT-26, la totalidad (n°=5) se ubicó en la categoría de alto riesgo en redes sociales, lo cual podría señalar una asociación directa entre un mayor riesgo de desarrollar TCA y una interacción más perjudicial o disfuncional con las redes sociales.

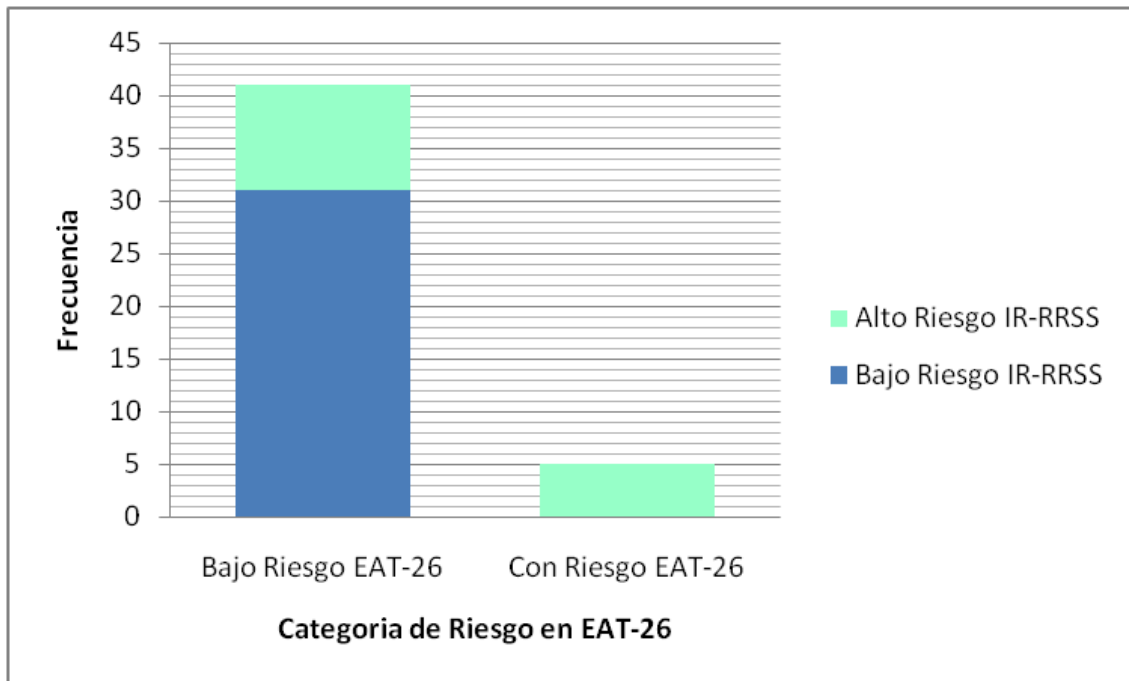
Tabla 2

Relación entre riesgo de TCA (EAT-26 y Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS)

	Bajo Riesgo IR-RRSS	Alto Riesgo IR-RRSS	Total
Bajo Riesgo EAT-26	31	10	41
Con Riesgo EAT-26	0	5	5
Total	31	15	46

Figura 18

Relación entre riesgo de TCA (EAT-26) y Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS)



Con el objetivo de explorar una posible relación entre el nivel de autoestima y el riesgo de presentar Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), se realizó un análisis comparativo entre ambas variables. La Figura 19 muestra la distribución conjunta de los niveles de autoestima (baja, media y elevada) con las categorías de riesgo determinadas por el test EAT-26 (Bajo Riesgo y Con Riesgo).

Se observó que la mayoría de los participantes se ubicaron en la categoría de bajo riesgo en el EAT-26, independiente de su nivel de autoestima. En particular, 6 de los 7 participantes con autoestima baja (86%) no presentaron riesgo en el test, mientras que sólo 1 (14%) fue clasificado Con Riesgo. Del mismo modo, entre quienes presentaron autoestima media, 13 de los 14 sujetos (93%) fueron categorizados como de Bajo Riesgo y solo 1 (7%) como Con Riesgo.

Por último, entre los 25 participantes con autoestima elevada, 22 (88%) fueron clasificados con bajo riesgo y 3 (12%) con riesgo de TCA. Estos resultados indicaron que, en esta muestra, la mayoría de los jóvenes, independientemente de su nivel de autoestima, no presentaron indicios de Trastornos de Conducta Alimentaria

significativos según la escala de EAT-26. No obstante, se destacó que los casos con riesgo estuvieron más presentes entre aquellos con autoestima elevada, aunque en proporciones reducidas.

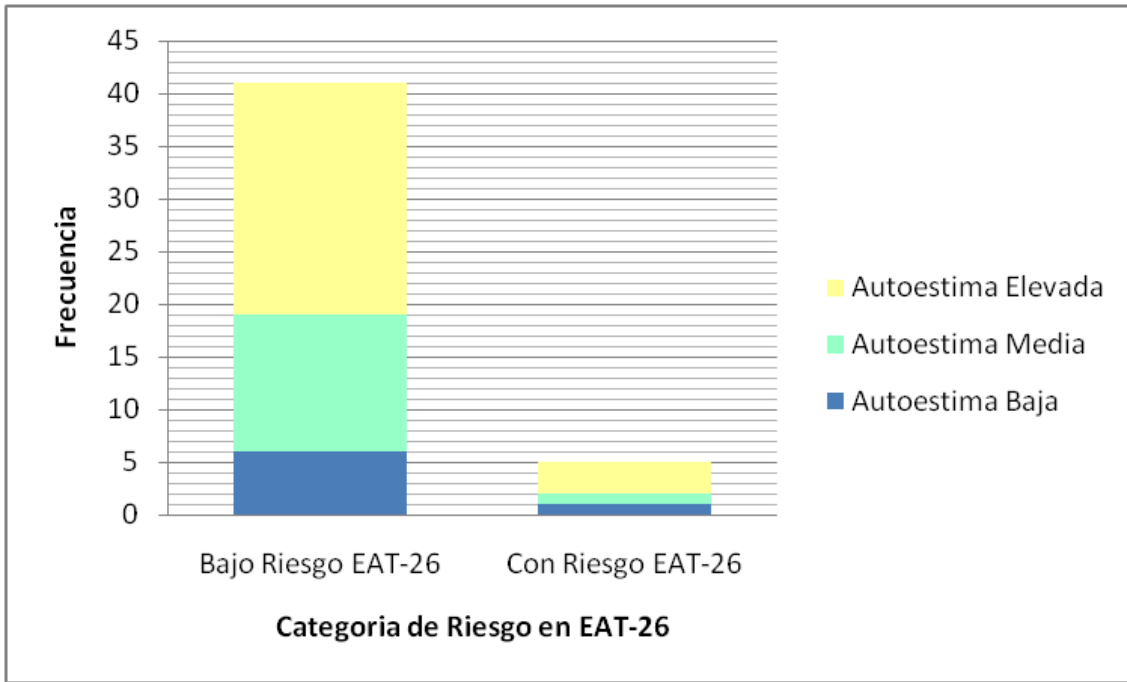
Tabla 3

Comparación entre niveles de autoestima y categoría de riesgo según el Test EAT-26

	Bajo Riesgo EAT-26	Con Riesgo EAT-26	Total
Autoestima Baja	6	1	7
Autoestima Media	13	1	14
Autoestima Elevada	22	3	25
Total	41	5	46

Figura 19

Comparación entre niveles de autoestima y categoría de riesgo según el Test EAT-26



Por último, para analizar las tres variables - Autoestima, Riesgo en Redes Sociales (IR-RRSS) y Riesgo de desarrollar un Trastorno de la Conducta Alimentaria (según el EAT-26)- se elaboró una tabla de contingencia que permitió cruzar las categorías de cada variable. En la tabla 4, se muestran los resultados de la comparación entre el nivel de autoestima (clasificado en baja, media y elevada), así como las categorías de riesgo (bajo o con riesgo) para cada uno de los otros dos instrumentos.

Tabla 4

Distribución conjunta de los niveles de Autoestima con el Riesgo en Redes Sociales IR-RRSS y el Riesgo en TCA (EAT-26)

Nivel de Autoestima	Bajo Riesgo IR-RRSS - Bajo riesgo EAT-26	Bajo Riesgo IR-RRSS - Con Riesgo EAT-26	Con Riesgo IR-RRSS - Bajo Riesgo EAT-26	Con Riesgo IR-RRSS - Con Riesgo EAT-26	Total
Baja	4	0	2	1	7

Media	10	0	3	1	14
Elevada	17	0	5	3	25
Total	31	0	10	5	46

En la tabla 4 se observaron los recuentos de participantes que coincidieron en cada combinación de categorías y se observó que la mayoría de los sujetos presentaron simultáneamente Bajo Riesgo, tanto en redes sociales como en el test de TCA (67.4% del total).

Se pudo observar en la figura 20 que, dentro del grupo con autoestima baja, 4 de los 7 participantes (57.1%) mostraron Bajo Riesgo en redes sociales y en el desarrollo de un TCA. Sin embargo, el 28.6% (2 de 7 participantes) se asociaron Con Riesgo en redes sociales pero Bajo Riesgo en el EAT-26, y el 14.3% (1 de 7 participantes) caso se ubicó en la categoría de Con Riesgo, tanto en IR-RRSS como en EAT-26. Esta última combinación (1 caso) podría indicar una situación más delicada, en la cual la baja autoestima coexistió con indicadores de riesgo en redes sociales y de Trastornos de la Conducta Alimentaria.

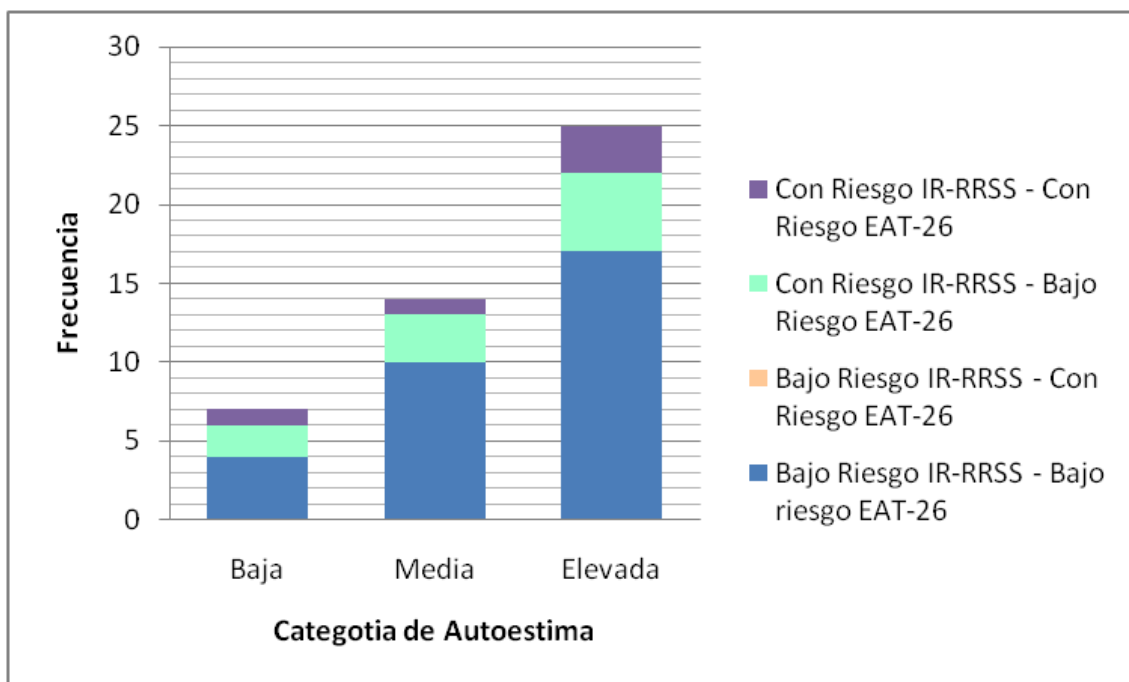
En la autoestima media, el 71.4% (10 de 14 participantes) se ubicó en Bajo Riesgo en las variables de IR-RRSS y EAT-26. Un 21.4% (3 de 14 participantes) combinó riesgo en redes sociales con Bajo Riesgo en TCA y, únicamente, el 7.1% (1 de 14 participantes) reportó riesgo en las dos dimensiones nombradas.

En la autoestima elevada 17 de los 25 participantes presentaron un 68% que permaneció sin riesgo en ninguna de las dos variables (IR-RRSS y EAT-26), mientras que el 20% (5 de los 25 participantes) reportó riesgo en redes sociales pero no en TCA, y el 12% (3 de los 25 participantes) estuvo en riesgo en ambas dimensiones.

Estos hallazgos sugirieron que, en líneas generales, la combinación de Bajo Riesgo en IR-RRSS y el EAT-26 fue la más frecuente (31 casos). Sin embargo, existieron 10 casos en los que el IR-RRSS estuvo en Riesgo mientras que en el EAT-26 permaneció en Bajo Riesgo, y 5 casos en los que ambos indicadores se encontraron en Riesgo. Este último grupo de participantes podría requerir mayor atención en un futuro, ya que sus resultados equivalieron a una combinación en el nivel de autoestima con señales de alerta, tanto en redes sociales como en TCA.

Figura 20

Distribución de categorías de riesgo (IR-RRSS y EAT-26) según niveles de autoestima



Discusión

La investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental, transversal y cuantitativo con alcance descriptivo, orientado a analizar la relación entre la Autoestima, el uso de Instagram y el riesgo de TCA en jóvenes de 18 a 24 años del distrito de San Miguel. A partir de los datos recabados y los resultados obtenidos, se contrastaron los hallazgos con las hipótesis planteadas y los antecedentes teóricos, permitiendo extraer las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se confirmó que la mayoría de los participantes presentó niveles medios o elevados de autoestima (85%) junto con un bajo riesgo, tanto en el Índice de Riesgo en Redes Sociales (57,1%) como en el Test EAT-26 (14,3%). Estos resultados coincidieron con los hallazgos de Castro Julio et al. (2023), quienes reportaron que el uso intensivo de Facebook e Instagram afectaba negativamente la autoestima en adolescentes. En consonancia, se halló que un pequeño grupo (15%) presentó autoestima baja, y estos participantes tuvieron una mayor proporción en la categoría “Con Riesgo” del IR-RRSS y del Test EAT-26, lo que sugiere que la baja autoestima puede mediar en la aparición de conductas alimentarias problemáticas. Asimismo, Morey Comino (2023), observó que el tipo de contenido consumido influyó más en la distorsión de la imagen que el tiempo de uso, lo cual coincide con los resultados del presente trabajo vinculados a la pregunta relativa al uso de las redes sociales para seguir rutinas de ejercicio físico y dietas mostró que el 41,3%, es decir, 19 participantes, recurren a las plataformas con dicho fin. Este dato avala, parcialmente, la hipótesis derivada sobre la promoción de prácticas obsesivas orientadas a la delgadez, perfección física y al control corporal en redes sociales.

En segundo lugar, se observó que los jóvenes con autoestima baja mostraron una mayor proporción de riesgo en redes sociales (57,1%) y que la exposición a contenidos

orientados a la delgadez extrema incrementó la vulnerabilidad al riesgo de TCA en un 14,3% de este grupo. A su vez, el hallazgo en lo que respecta el malestar por comentarios o fotos “poco favorecedoras” revelaron que el 61% de los jóvenes (28 de los participantes) admitió haberse sentido mal en esas situaciones, lo cual refuerza la hipótesis de que la exposición a valoraciones ajenas en Instagram está asociada con un incremento en la vulnerabilidad emocional. Estos descubrimientos validaron la hipótesis derivada sobre la influencia negativa de los estándares de belleza idealizados y la comparación social en Instagram (Lucciarini et al., 2021). En concordancia, Vega Botina (2023) identificó un mayor riesgo de TCA en adolescentes expuestos a contenido de redes, especialmente mujeres, lo que también fue evidente en el presente estudio, donde las participantes femeninas mostraron una tendencia ligeramente superior al riesgo en ambas dimensiones.

Sin embargo, a diferencia de los resultados de Restrepo et al. (2022) y Fioravanti et al. (2023), no se identificó una correlación significativa entre el tiempo de uso de Instagram y el riesgo de TCA, reforzando nuevamente la importancia de la naturaleza del contenido y la comparación social por encima de la duración de la exposición.

Entre las limitaciones del estudio, cabe mencionar el muestreo no probabilístico por conveniencia y el reducido tamaño de la muestra (46 participantes), que restringen la generalización de los resultados. Futuras investigaciones podrían ampliar la muestra, emplear un diseño longitudinal y complementar con métodos cualitativos para profundizar en las experiencias subjetivas de los jóvenes adultos.

En términos de relevancia práctica, los hallazgos obtenidos subrayaron la necesidad de diseñar intervenciones preventivas tales como:

Limitar la exposición a contenidos nocivos: crear programas o políticas que ayuden a los jóvenes a reducir el tiempo o la forma en que ven imágenes que promuevan estándares de belleza poco realistas en Instagram.

Fomentar la alfabetización digital: enseñar a los jóvenes a usar las redes sociales de manera consciente, identificando cuando el contenido puede ser perjudicial para un tercero o uno mismo.

Fortalecer la autoestima y el pensamiento crítico: ofrecer talleres o recursos para que los jóvenes desarrollen una imagen corporal saludable y cuestionen los ideales de belleza que ven en internet.

Por último, se recomienda capacitar a profesionales de la salud mental y educadores para identificar señales tempranas de riesgo y ofrecer estrategias de afrontamiento efectivas.

Los resultados de esta investigación aportaron evidencia empírica sobre el papel mediador de la autoestima en la relación entre Instagram y el riesgo de TCA, validando parcialmente las hipótesis planteadas y abriendo caminos para abordajes multidisciplinarios que consideren, tanto las variables individuales como las características del contenido digital.

Conclusión

En el presente estudio cuantitativo y transversal se analizó la influencia de la exposición a contenidos de imagen corporal en Instagram sobre la autoestima y el riesgo de desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA) en 46 jóvenes de 18 a 24 años del distrito de San Miguel. En base al objetivo general, se concluyó que la exposición a contenidos de imagen corporal en Instagram afectó la autoestima de los jóvenes de 18 a 24 años del distrito y contribuyó, de manera parcial, al riesgo de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA). La mayoría de la muestra (85%) presentó niveles medios o elevados de autoestima y bajo riesgo tanto en el Índice de Riesgo en Redes Sociales (67%) como en el EAT-26 (89%), lo cual demuestra que, si bien la plataforma ejerce una influencia, no basta por sí sola para generar TCA en la mayoría de los casos.

Sin embargo, se corroboró que los participantes con autoestima baja (15%) exhibieron una mayor proporción de riesgo en redes sociales (57,1%) y de TCA (14,3%), validando la hipótesis de que la comparación social y los estándares idealizados de belleza promueven la vulnerabilidad emocional y conductas alimentarias problemáticas. Asimismo, el malestar manifestado por el 61% de los jóvenes tras recibir comentarios o fotos “poco favorecedoras” confirmó la relevancia del contenido valorativo de Instagram en el bienestar psicológico.

Estos hallazgos enfatizaron que no es la cantidad de tiempo de uso lo que determina el riesgo, sino la naturaleza del contenido consumido. Por lo tanto, se recomienda el diseño de programas preventivos que limiten la exposición a imágenes nocivas, que fomenten la alfabetización digital, fortalezcan la autoestima y el pensamiento crítico.

Los resultados aportaron evidencia empírica sobre el papel mediador de la autoestima en la relación entre el contenido de Instagram y el riesgo de TCA, sentando las bases para futuras intervenciones multidisciplinarias centradas en jóvenes y educación digital.

Aportes y contribuciones de la investigación

La investigación aportó un nuevo enfoque al integrar de manera simultánea la medición de la autoestima, el riesgo de TCA y el uso problemático de Instagram. A diferencia de estudios previos que abordaban estas variables de manera aislada, este trabajo combinó la Escala de Autoestima Rosenberg (RSES), el Test de Actitudes Alimentarias (EAT-26) y el Índice de Riesgo en Redes Sociales, permitiendo así un análisis holístico de las interrelaciones, dando lugar a la posible examinación en su totalidad, considerando todos los factores relevantes y sus interconexiones.

En lo que respecta al desarrollo de instrumentos, se realizó la adaptación de un cuestionario específico para evaluar el uso de Instagram en relación con la imagen corporal y la práctica de rutinas de ejercicio y dietas. Esta herramienta, adaptada culturalmente al contexto de San Miguel, incluyó temas inéditos sobre malestar tras recibir comentarios desfavorables y el impacto de influencers en hábitos de alimentación.

El estudio proporcionó datos cuantitativos sobre la prevalencia de autoestima baja, uso problemático de Instagram y bajo riesgo de TCA en jóvenes de 18 a 24 años. Estos hallazgos cubrieron un vacío de conocimiento en la literatura regional, ya que la mayoría de las investigaciones se concentraban en poblaciones europeas o norteamericanas. De esta manera, se amplió el cuerpo de evidencia respecto al impacto de las redes sociales en la salud mental y los comportamientos alimentarios en contextos latinoamericanos.

Limitaciones de la investigación

Durante el desarrollo del estudio se identificaron algunas limitaciones metodológicas que, si bien no invalidaron los hallazgos, condicionaron su alcance.

En primer lugar, el número relativamente bajo de participantes, especialmente en los grupos de 18, 19 y 24 años, limitó la posibilidad de ejecutar análisis demográficos más detallados y de detectar diferencias significativas entre rangos etarios. Una representación más equilibrada de todos los grupos de edad habría permitido comparar de manera más robusta como varía la autoestima, el uso de Instagram y el riesgo de TCA a lo largo del espectro de 18 a 24 años.

Por otro lado, la naturaleza transversal del estudio impidió establecer relaciones causales entre la exposición a contenidos de Instagram, la autoestima y el riesgo de desarrollar TCA. Los datos recogidos en un único momento no permitieron evaluar cambios temporales.

Por último, se pudo observar que el estudio no consideró variables contextuales como el nivel socioeconómico, el entorno educativo o el apoyo familiar, factores que podrían influir significativamente en la relación de las variables.

Líneas de investigación futuras

En base a los resultados obtenidos y las limitaciones metodológicas identificadas, resultó imperativo proponer nuevos caminos de estudio que contribuyan a profundizar la comprensión de la relación entre la exposición a contenidos de imagen corporal en Instagram, la autoestima y el riesgo de Trastornos de la Conducta Alimentaria en jóvenes. Estas posibles líneas de investigación futuras, que no solo buscarán resolver las restricciones presentes en el diseño actual, sino también explorar dimensiones inexploradas y fortalecer la base empírica para el desarrollo de intervenciones más eficaces, podrían ser las siguientes:

Estudios Longitudinales: este tipo de estudio debido a que permitiran rastrear cambios en base a sus investigaciones longitudinales que se demostrarán a lo largo del tiempo. Este enfoque posibilita determinar la dirección causal de las asociaciones observadas y valorar cómo la exposición prolongada a contenidos de imagen corporal en Instagram incide en la evolución de la autopercepción y las conductas alimentarias.

Análisis cualitativo: enfocados en comprender las experiencias subjetivas de los jóvenes al interactuar con influencers y publicaciones de imagen corporal. Este enfoque cualitativo ayudaría a identificar dinámicas psicológicas y emocionales subyacentes que las escalas cuantitativas no capturan completamente.

Ampliación y diversificación de la muestra: con el fin de incorporar un mayor número de participantes en las edades de 18 y 24 años, así como incluir jóvenes de contextos geográficos y socioeconómicos diversos. Una muestra más amplia y heterogénea facilitaría el análisis de subgrupos y la generalización de los resultados.

Tecnologías emergentes y nuevas plataformas: dada la rápida evolución de las redes sociales, se recomendará extender la investigación a otras plataformas como TikTok, Facebook o futuras aplicaciones que se consideren relevantes. A su vez,

analizar cómo las características específicas de cada red influyen en la percepción corporal y el bienestar emocional permitirá desarrollar recomendaciones actualizadas para la prevención de TCA en entornos digitales.

Propuestas de intervención

A partir de los hallazgos y conclusiones de la investigación, se plantean las siguientes propuestas de intervención dirigidas a profesionales de la salud mental, educadores y responsables de políticas públicas, con el objetivo de mitigar los riesgos asociados al uso problemático de Instagram, la baja autoestima y el desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA).

1. Programas de alfabetización digital y manejo de redes sociales

El objetivo de esta propuesta consiste en capacitar a los jóvenes para identificar contenidos nocivos en Instagram y gestionar críticamente la información que consumen.

Como acciones sugeridas se podrían tener en cuenta las siguientes:

- A. Talleres en Centros Educativos: se organizan sesiones presenciales en colegios, en las cuales psicólogos especializados explican el funcionamiento de los algoritmos de Instagram y demuestran cómo estos favorecen la difusión de estándares de belleza poco realistas. Para apoyar estas explicaciones, se utilizan materiales audiovisuales, tales como videos e infografías, que ilustran ejemplos concretos de publicaciones editadas comparadas con publicaciones no editadas, fomentando así el pensamiento crítico de los estudiantes frente a las imágenes corporales. Además, se implementan simulaciones interactivas que permiten a los adolescentes experimentar las diferencias entre los “me gusta” obtenidos de forma orgánica y natural, es decir, aquellos que reciben de manera espontánea por parte de sus seguidores, y los obtenidos por medio de los clics masivos o automáticos. Al contrastar ambas experiencias, los participantes visualizarían cómo cambia el valor percibido de la aprobación según su origen. Esta práctica podría facilitar el análisis de la dependencia que pueden desarrollar hacia la

validación externa y alienta a una reflexión crítica sobre la autenticidad del reconocimiento que buscan en la plataforma.

- B. Recursos digitales educativos: se elaboran guías, folletos y e-book, en los cuales se detallan estrategias para filtrar contenidos tóxicos, ajustar la configuración de privacidad en Instagram y bloquear cuentas que promovieran dietas extremas o ideales corporales inalcanzables. Asimismo, se habilita una página web interactiva que ofreciera cuestionarios de autoevaluación, diseñados para que los jóvenes identificaran señales de uso problemático de redes sociales y recibieran recomendaciones personalizadas basadas en sus respuestas.

2. Talleres de Fortalecimiento de la Autoestima y Pensamiento Crítico

El objetivo de esta intervención involucra proporcionar a los jóvenes herramientas psicológicas para desarrollar una autoimagen saludable y cuestionar los ideales de belleza difundidos en las redes sociales.

- A. Sesiones de educación emocional y autoestima: se llevarán a cabo encuentros grupales dirigidos por psicólogos que se acerquen a escuelas, donde se aborden conceptos de autoestima, autoimagen y aceptación corporal. En estos talleres, los jóvenes participan en dinámicas de reconocimiento de fortalezas personales y ejercicios de autocuidado con el propósito de fortalecer la confianza en sus habilidades y promover una visión positiva de su propio cuerpo. A su vez, también se pueden desarrollar debates, compartir experiencias y reflexionar sobre los mensajes de Instagram en torno a la “perfección física”. Estos debates podrán ser facilitados por educadores y orientadores escolares, con el fin de generar un espacio seguro para expresar inquietudes sobre la presión social y desarrollar estrategias de resistencia a la comparación constante.

3. Capacitación para profesionales de la Salud Mental y Educadores

El objetivo de esta propuesta busca fortalecer la capacidad de identificación temprana y de intervención frente a indicios de riesgo de desarrollo de Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA) en jóvenes, podrían tenerse en cuenta las siguientes opciones:

A. Implementación de la Terapia Dialéctico Conductual (DBT) para TCA: dada la pequeña población manifestada en el presente trabajo es pertinente tener en cuenta los problemas de regulación emocional y conductas impulsivas coexistentes con TCA. Según el blog propuesto por Psicomagister (2025), la DBT, originalmente desarrollada por Marsha Linehan para el trastorno límite de la personalidad, demostró ser eficaz en el manejo de trastornos alimentarios debido a su énfasis en:

- Regulación emocional: se diseñaron módulos específicos para que los pacientes identifiquen y comprendan las emociones subyacentes que desencadenan conductas alimentarias desadaptativas, como atracones o purgas.
- Tolerancia al malestar: se enseñaron estrategias de afrontamiento para gestionar impulsos relacionados con la autoinducida purga o los episodios de atracón, permitiendo al paciente tolerar la sensación de vacío o ansiedad sin recurrir a conductas dañinas.
- Aceptación y cambio: se fomentó el equilibrio entre la autocompasión y el compromiso con el cambio, ayudando a los jóvenes a desarrollar una relación más saludable con su imagen corporal.

Referencias

- Alonso-Serna, D., (2020). Autoconcepto y autoestima de adolescentes con padres migrantes. *Conciencia Serrana Boletín Científico de la Escuela Preparatoria Ixtlahuaco*,2(4),40-49.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ixtlahuaco/article/view/6162/7403>
- Ruiz Caceres, C., Alzate García, L. F., & Vinasco Cano, Y. A. (2023). Análisis de la autoestima en adultos víctimas de bullying durante la etapa infantil y juvenil: un estudio retrospectivo
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/f5f6ad37-bb7d-4b6b-8928-ad23eff7b412/content>
- American Psychiatric Association - APA. (2014). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM-5 (5a. ed). Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Apodaca Cabrera, A. S. (2023). Redes sociodigitales, mujeres adolescentes y trastornos de la conducta alimentaria : un panorama de estudio. *Calidad de Vida y Salud*, 16(1),20-39.
<http://revistacdvs.uflo.edu.ar/index.php/CdVUFLO/article/view/378>
- Aran-Ramspott, S., Fedele, M., y Tarragó, A. (2018). YouTubers' social functions and their influence on pre-adolescence. [Funciones sociales de los Youtubers y su influencia en la preadolescencia]. *Revista Comunicar*, 57, 71-80.
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=57&articulo=57-2018-07>

- Arturo Torres. (2017, marzo 13). La escala de autoestima de Rosenberg: ¿en qué consiste?. Portal Psicología y Mente.
<https://psicologiaymente.com/clinica/escala-autoestima-rosenberg>
- Pichot, P., Aliño, J. J. L. I., & Miyar, M. V. (1995). DSM-IV. Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales. Editorial Masson, SA Primera Edición. México. Año.
<https://www.academia.edu/download/61468079/Dsm-IV.Castellano.199520191209-92295-yggkvb.pdf>
- Bermúdez Mejía, M. C. (2023). Influencia de las redes sociales en conductas alimentarias de riesgo: Aproximación cualitativa exploratoria.
<https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/148395>
- Bernardo, L. A. (2021). Relación entre el uso de las redes sociales y Trastornos de la Conducta Alimentaria [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Católica de Valencia]. RIUCV.
<https://riucv.ucv.es/bitstream/handle/20.500.12466/1769/RELACI%C3%93N%20ENTRE%20EL%20USO%20DE%20REDES%20SOCIALES%20Y%20TRATORNOS%20DE%20LA%20CONDUCTA%20ALIMENTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Buitrago Bonilla, R. E., y Saenz Salcedo, N. Y., (2021). Autoimagen, Autoconcepto y autoestima, perspectivas emocionales para el contexto escolar. Educación y Ciencia, (25), e12759. <https://doi.org/10.19053/0120-7105.eyc.2021.25.e12759>
- Carrasco, L. (2019). Test de Autoestima de Rosenberg - Psico Coaching Escenica
<https://www.escenicacoaching.com/test/test-de-autoestima/>
- Castro Julio, M. A. del C., Florez Salgado, R. R., & Salgado Payares, J. F. (2023). Una propuesta a trabajar: Repercusiones del uso diario de facebook e instagram en la

- autoestima de adolescentes san onofrinos de 16 a 18 años. 2021. Revista Científica En Ciencias De La Salud, 2(4), 306–312.
<https://doi.org/10.61324/cs salud.2023.vol2i4.46>
- Castro, J., Toro, J., Salamero, M. y Guimerá, E. (1991). The Eating Attitudes Test: Validation of the Spanish versión. *Psychological Assessment*, 2, 175-190.
<https://www.redalyc.org/pdf/284/28420640004.pdf>
- Cavazos-Rehg, P. A., Fitzsimmons Craft, E. E., Krauss, M. J., Anako, N., Xu, C., Kasson, E., Costello, S. J., y Wilfley, D. E. (2020). Examining the self-reported advantages and disadvantages of socially networking about body image and eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 53(6), 852–863.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/eat.23282>
- Clemente, R. G., Laredo, K. M. L., & Garzón, S. T. (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review/Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(3), 197-209. <https://edulab.es/revSOCIAL/article/view/2324>
- Clínica Mayo. (2024). Autoestima: Toma medidas para sentirte mejor contigo mismo. <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/adult-health/in-depth/self-esteem/art-20045374>
- Esteban Hernández, N., y Mateo Félez, L. (2023). Redes Sociales, publicidad y trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/60718/TFG-N.%202073.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fioravanti, G., Cassioli, E., Rossi, E., Angeletti, L. L., Casale, S., Ricca, V., & Castellini, G. (2023). The relationship between problematic Instagram use and eating disorders psychopathology: an explanatory structural equation model.

Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology.

<https://doi.org/10.1007/s00127-023-02477-1>

Fitzsimmons-Craft, E. E., Krauss, M. J., Costello, S. J., Floyd, G. M., Wilfley, D. E. y Cavazos-Rehg, P. A. (2020). Adolescents and young adults engaged with pro-eating disorder social media: eating disorder and comorbid psychopathology, health care utilization, treatment barriers, and opinions on harnessing technology for treatment. *Eating and Weight Disorders: EWD*, 25(6), 1681–1692. <https://doi.org/10.1007/s40519-019-00808-3>

García Guardiola, I. (2020). Trastornos de la conducta alimentaria y redes sociales. Una perspectiva del siglo XXI. Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/41331>

Garner, D. M., Olmstead, M. P., Bohr, Y., & Garfinkel, P. E. (1982). The Eating Attitudes Test: Psychometric features and clinical correlations. *Psychological Medicine*, 12, 871-878. <https://toledocenter.com/wp-content/uploads/2015/08/Garner-EAT-26-1982.pdf>

Gesto, S. (2023). Influencia de las redes sociales en el autoconcepto de los adolescentes. (Y. Zeballos, Ed.) [Monografía]. Facultad de Psicología, Universidad de la República Montevideo. https://silo.uy/vufind/Record/COLIBRI_35ece685ffd02538b1157f43c6b8d0e8/Details

Harb, J., Ebeling, R., y Becker, K. (2020). A framework to analyze the emotional reactions to mass violent events on Twitter and influential factors. *Information Processing y Management*, 57(6), 102372-102372. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306457320308670>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. 7ma. Edición. McGraw-Hill Interamericana.

<https://scholar.google.es/scholar?oi=bibs&cluster=12078805920922307242&btnI=1&hl=es>

Esteban Hernández, N., & Mateo Félez, L. (2023). Redes Sociales, publicidad y trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes.

<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/60718>

Iwanicka, A. y Soroka, E. (2020). The role of social media in the process of shaping the «body cult» among young women. *Current Problems of Psychiatry*, 21(1), 15–21. <https://sciendo.com/search/filterData>

Jiménez, G., & Lagos, V. (2021). La autoestima como factor predictivo en la adicción a redes sociales en los estudiantes del Centro Pre Universitario de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2020. Trabajo de Grado, Universidad Peruana Unión, Juliaca.

<https://repositorio.upeu.edu.pe/items/53d7cc75-d8ce-4bc2-b280-0ad9842d3b77>

Lemus, M. (2023). El concepto de autoestima desde la logoterapia.

<https://logoforo.com/el-concepto-de-autoestima-desde-la-logoteapia/>

Ley 26.396, (2008). Ley de Prevención y Control de Trastornos Alimentarios. Congreso de la Nación Argentina. Trámite N°36.

<https://www.diputados.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=2074-D-2017#:~:text=La%20ley%20de%20Prevenci%C3%B3n,de%20las%20enfermedades%20vinculadas%2C%20asistencia>

Logrieco G. et al. (2021). The Paradox of Tik Tok Anti Pro-Anorexia Videos: How Social Media Can Promote Non-Suicidal SelfInjury and Anorexia. *Int. J.*

Environ. Res. Public Health. 18(3): 1041. DOI:

<https://doi.org/10.3390/ijerph18031041>

Losada, A. V. (2014). Uso en Investigación y Psicoterapia del Consentimiento Informado. En B. Kerman, y M. R. Ceberio (Comps.). En búsqueda de las ciencias de la mente. Investigación en Psicología sistémica, cognitiva y neurocientífica (pp. 159-167). Ediciones Universidad de Flores.

https://www.researchgate.net/publication/282667407_Uso_en_Investigacion_y_Psicoterapia_del_Consentimiento_Informado

Losada, A. V., Germanos, G., Adrio, M. L. (2020) Estilo parental percibido en adolescentes con trastornos de la conducta alimentaria. Perspectivas metodológicas, Vol. 20.

<http://revistas.unla.edu.ar/epistemologia/article/view/2687>

Lucciarini F., Losada A., Moscardi R., (2021). ANOREXIA Y USO DE REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES. Pontifica Universidad Católica Argentina, Argentina. Avances en Psicología Ene-Jun.2021, Vol.29.N1:pp. ISSN 2708-5007 33-45

https://scholar.google.com.ar/scholar_url?url=https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/download/2348/2415&hl=es&sa=X&ei=TIIuaI6gGOfRieoP8p3muQQ&scisig=AAZF9b9BhL25f9-v7v9dAYM5-ZtH&oi=scholar

Menéndez Martínez, N. (2023). ¿Cómo influyen las redes sociales en la imagen corporal?MedicoPlus.

<https://medicoplus.com/psicologia/como-influyen-redes-sociales-imagen-corporal>

Morey Comino, C. (2023). Del “me gusta” a la autoevaluación: como las redes sociales afectan a la percepción de la imagen corporal. Universitat de les Dles Balears, Facultat de Psicologia.

https://repositori.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/165613/Morey_Comino_Cristina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Muñoz Parralo, M., & Gómez Bujedo, J. (2023). Efecto de la exposición a fotos editadas de Instagram en la imagen corporal: una replicación sistemática en jóvenes universitarias españolas. *Análisis Y Modificación De Conducta*, 49(179). <https://doi.org/10.33776/amc.v49i179.7577>

Obando Hidalgo, D. (2020) Pensamiento distorsionado y riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Particular de América, de la Ciudad de Quito en el año 2019. [Trabajo de tesis previo a la obtención del Título de Psicólogo]. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica. <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1951>

Organización Mundial de la Salud, (2023). Salud del Adolescente. OMS. https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1

Plaza, M. D. D. D., Cortés, S. B., Ruiz, J. P. N., Cano, M. J. S., & Martín, A. R. (2022). Publicidad y medios de comunicación en los trastornos de la conducta alimentaria. *Rev Esp Nutr Comunitaria*, 28(Supl 3), 57-63. https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/9_de_Diego_M_et_al_Publicidad_R_ENC_2022_supl_3.pdf

Pulido Cantero, S. y Sanchez Cataño, L. S. (2021). Revisión teórica: factores de riesgo en el uso de las redes sociales y su asociación con los trastornos de conducta alimentaria [Trabajo de Grado, Universidad CES, Medellín].

<https://repository.ces.edu.co/bitstream/handle/10946/5660/TRABAJO%20DE%20GRADO%20.%20pdf?sequence=9&isAllowed=y>

Psicomagister, (2025). Aplicación de DBT en Trastornos de la Conducta Alimentaria.

by Kaidia & CZ.

<https://psicomagister.com/aplicacion-de-dbt-en-trastornos-de-la-conducta-alimentaria/>

Real Academia Española, (2023). Red social. Diccionario panhispanico del español jurídico. <https://dle.rae.es>.

Real Academia Española. (2024). Autoestima. Diccionario de la lengua española, 23ª ed., versión 23.7. <https://dle.rae.es/autoestima?m=form>

Restrepo, Correa, (2022). Asociación entre el uso de las Redes Sociales y La Ortorexia Nerviosa en Estudiantes. Revista de Psicología Universidad de Antioquia. Vol. 14(1). <https://es.scribd.com/document/641840406/Untitled>

Rogers, C. (2011). El proceso de convertirse en persona: Mi técnica terapéutica (1era ed.). PAIDOS.

<https://jesuitas.lat/archivo/biblioteca/biblioteca-cpal/archivo-documental/el-proceso-de-convertirse-en-persona?filename=CARL%20ROGERS%20-%201992%20-%20EL%20PROCESO%20DE%20CONVERTIRSE%20EN%20PERSONA.pdf>

Romero Sierra, G. (2022). La adolescencia: Problemáticas en su conceptualización y en la edad que la comprende. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) Escuela de Ciencias Sociales Programa de Artes y Humanidades. [Trabajo de grado para obtener el título de Psicólogo].

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/48334/gromeros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rosenberg M., (1965). Society and the adolescent self. Simage. Princeton, NJ:
Princeton University Press.
https://www.academia.edu/19813736/Rosenberg_M_Society_and_the_adolescent_self_image_Princeton_NJ_Princeton_University_Press_1965_326_p
- Sánchez Becerril, F. (2021). Repunta la anorexia por culpa de Instagram: “Las redes sociales son veneno”. Alimento
https://www.alimento.elconfidencial.com/bienestar/2021-12-13/repunta-la-anorexia-por-culpa-de-las-redes-sociales_3131444/#:~:text=Repunta%20la%20anorexia%20por%20culpa%20de%20Instagram:%20%22Las,presi%C3%B3n%20social%20y%20la%20distorsi%C3%B3n%20de%20la%20realidad
- Santa, N. R., & Peláez, M. F. H. (2024). Influencia de la red social Instagram en la imagen corporal de adolescentes de un colegio de la ciudad de Guadalajara de Buga.<https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/80b6da90-f3f1-4702-92a6-d19faac2e959/content>
- Savannah R. Roberts, Anne J. Maheux, Rowan A. Hunt, Brianna A. Ladd, Sophia Choukas-Bradley, (2022). Incorporating social media and muscular ideal internalization into the tripartite influence model of body image: Towards a modern understanding of adolescent girls’ body dissatisfaction, Body Image, Volume 41, 2022, Pages 239-247, ISSN 1740-1445,
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.002>.
- Sinha Dutta, S. (2022). Eating disorders and social media. News Medical Life Sciences.
<https://www.news-medical.net/health/Eating-Disorders-and-Social-Media.aspx>
- Social media effects on eating disorders (2023). Social Media Victims Law Center. Seattle, WA 98101. <https://bit.ly/3XFdjw>

Suarez Pineda, M., Rojas Bedoya, K. & Delgado Oviedo, E., (2023). Era Digital: Cómo las redes sociales moldean la percepción de nuestros cuerpos. Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales. Programa de Psicología.

<https://repositorio.unibague.edu.co/entities/publication/55106592-ddd2-457d-8f99-be00427ec921>

Vega Botina, (2023). Riesgo de trastornos de conducta alimentaria en relación al uso de las redes sociales en adolescentes. Universidad de Valladolid, facultad de medicina.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/61068/TFG-M3032.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vizcaino-Verdu, A., y Aguaded, I. (2020). Análisis de sentimiento en Instagram: polaridad y subjetividad de cuentas infantiles. ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 25(48).

<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/21454>

Yatche, C. M., Sanday, J. y Rutzstein, G. (2021). Riesgo de trastornos alimentarios y consumo de redes sociales: el caso de Instagram en la pandemia por COVID-19. XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. Facultad de Psicología-Universidad de Buenos Aires.

<https://www.aacademica.org/000-012/292>

Anexos

Anexo 1

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Me ha sido explicado que los miembros de la Facultad de Psicología de UFLO Universidad, desean conocer "Autoestima y el uso de Instagram: Impacto del contenido relacionado con la imagen corporal en la génesis de TCA". Es por esta razón que se está realizando un trabajo de investigación, cuya finalidad es conocer e indagar sobre cómo el contenido relacionado con la imagen corporal en Instagram impacta en la autoestima de los jóvenes de 18 a 24 años, y a su vez, determinar cómo contribuye a la génesis de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA). Mi participación en la investigación consiste en responder con sinceridad a la administración de los cuestionarios que se me entregarán a continuación.

La participación es voluntaria y en cualquier momento puedo dejar sin efecto la presente autorización, retirandome del presente acto.

Se me ha dicho que mis respuestas u opiniones serán confidenciales y sólo de conocimiento para el equipo de investigación, resguardando mi privacidad y los resultados no serán ligados a mi información que se coloca al pie del presente consentimiento.

Asimismo, se me ha explicado que los resultados globales de la investigación serán presentados en la Facultad de Psicología de UFLO y que podrán ser expuestos también en congresos y/o publicados en revistas científicas preservándose siempre mi identidad, conforme a la ley 25.326.

Entiendo que los resultados de la investigación me serán proporcionados si los solicito y que en caso de que tenga alguna pregunta acerca del estudio o sobre mis derechos participar en el mismo, puedo contactar a la Secretaria de Investigación y Desarrollo UFLO, a sinvestydes@uflo.edu.ar (o equipo responsable).

Habiendo comprendido lo que se me ha explicado, acepto participar en este trabajo de investigación.

Firma:

Aclaración:

DNI:

Fecha:

Firma Profesional Informante: 

Aclaración: Jimena Agustina Quevedo

DNI: 43.870.654

Protocolo N°:

Anexo 2

1. Sexo
Chico
Chica
Otro
2. ¿Cuántos años tienes?
Texto de respuesta corta
3. ¿Cuánto mides?
Texto de respuesta corta
4. ¿Cuánto pesas?
Texto de respuesta corta
5. ¿Cuáles son las redes sociales que más utilizas? Puedes marcar hasta 3
Instagram
Facebook
TikTok
Twitter
Snapchat
Pinterest
Youtube
Otra
6. Si en la pregunta 5 pusiste la opción "OTRA", indica cual.
Texto de respuesta corta
7. ¿Cuál es el tiempo promedio diario que pasas en Instagram? (Puedes fijarte en configuraciones e ir a "tu actividad", luego te diriges a "tiempo en la app" y ahí podrás observar tu promedio diario).
Texto de respuesta corta
8. Cuando subes contenido a Instagram, ¿te sientes "frustrado" si no recibes muchos "me gusta" o "likes"?
Sí
No
9. Cuando subes contenido a Instagram, ¿intentas no mostrar nunca ciertas partes de tu cuerpo? Por ej. brazos, piernas...
Sí, intento no mostrar determinadas partes
No, no lo hago.
10. ¿Te has sentido mal por comentarios o fotos subidas a Instagram en las que sales "poco favorecido"?
Sí
No
11. ¿Cuál es el contenido que más ves en redes sociales? Por ej. Comida, deporte, moda, maquillaje, memes...
Texto de respuesta corta
12. ¿Utilizas las redes sociales para informarte sobre nutrición? Por ej. dietas, recetas, planes nutricionales, menús para bajar de peso...
Sí
No
13. ¿Utilizas las Instagram para seguir rutinas de ejercicio físico?
Sí
No
14. ¿Utilizas sitios web para informarte sobre nutrición o rutinas de ejercicio?
Sí
No
15. ¿Sigues a influencers?
Sí
No
16. ¿Quién es tu influencer de referencia? (El/La que más te gusta). Puedes poner 2.
Texto de respuesta corta
17. ¿Te gustaría parecer a tu influencer de referencia?
Sí
No
18. ¿Los influencers a los que sigues suben fotos/videos de su comida o de su aspecto físico?
Sí
No
19. ¿Sueles utilizar hashtag?
Sí
No
20. ¿Cuáles son los hashtags que utilizas con más frecuencia?
Texto de respuesta corta
21. ¿Utilizas aplicaciones de control de alimentación? Por ej. Para medir la cantidad de agua que consumes, contadores de calorías, recetas saludables...
Sí
No
22. Si tu respuesta anterior ha sido "Sí" ¿Qué aplicaciones utilizas?
Texto de respuesta corta
23. ¿Utilizas aplicaciones de control de calorías, con el fin de bajar de peso o de medir el ejercicio físico?
Sí
No
24. Si en la pregunta anterior marcaste "Sí" ¿qué aplicaciones utilizas?
Texto de respuesta corta
25. ¿Introduces información personal por ej. smartwatch o reloj inteligente para control de calorías o ejercicio?
Sí
No

Anexo 3

A continuación, contesta de forma intuitiva, ya que es importante que la respuesta sea lo más sincera posible. Si no encuentras una opción que encaje con tu forma de ser, escoge aquella más semejante.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	1	2	3	4
2	Estoy convencido de que tengo cualidades buenas	1	2	3	4
3	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	1	2	3	4
4	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.	1	2	3	4
5	En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a.	1	2	3	4
6	Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.	1	2	3	4
7	En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.	1	2	3	4
8	Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.	1	2	3	4
9	Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.	1	2	3	4
10	A veces creo que no soy buena persona	1	2	3	4

Anexo 4

ESCALA EAT-26 PARA EVALUAR EL RIESGO DE TRASTORNOS DE LA ALIMENTACIÓN

Este cuestionario NO es un examen, NO hay respuestas buenas ni malas. Si en alguna pregunta no encuentras la respuesta que se ajuste exactamente a lo que piensas o haces, marca con una X la respuesta que más se le aproxime.

Nombre _____ Fecha de nacimiento (día/mes/año) ___/___/___

Fecha de diligenciamiento _____

Pregunta	(0)	(0)	(1)	(2)	(3)
	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P01. Me angustia la idea de estar demasiado gorda	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P02. Procuro no comer cuando tengo hambre	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P03. La comida es para mí una preocupación habitual	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P04. He sufrido crisis de atracones en las que tenía la sensación de no poder parar de comer	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P05. Corto mis alimentos en pequeños trozos	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P06. Conozco la cantidad de calorías de los alimentos que como	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P07. Procuro no comer alimentos que contengan muchos carbohidratos (pan, arroz, papas, etc.)	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P08. Tengo la impresión de que a los demás les gustaría verme comer más	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P09. Vomito después de comer	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P10. Me siento muy culpable después de comer	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P11. Me obsesiona el deseo de estar más delgada	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P12. Cuando hago deporte pienso sobre todo en quemar calorías	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P13. Los demás piensan que estoy demasiado delgada	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P14. Me preocupa la idea de tener zonas gordas en el cuerpo y/o de tener celulitis	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P15. Tardo más tiempo que los demás en comer	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P16. Procuro no comer alimentos que tengan azúcar	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P17. Como alimentos dietéticos	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P18. Tengo la impresión de que mi vida gira alrededor de la comida	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P19. Tengo un buen autocontrol en lo que se refiere a la comida	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P20. Tengo la sensación de que los demás me presionan para que coma más	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P21. Paso demasiado tiempo pensando en la comida	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P22. No me siento bien después de haber tomado dulces	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P23. Estoy haciendo dieta	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P24. Me gusta tener el estómago vacío	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P25. Me gusta probar platos nuevos, sabrosos y ricos en calorías (*)	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre
P26. Después de las comidas tengo el impulso de vomitar	Nunca	Casi nunca	A menudo	Muy a menudo	Siempre

(*): Se puntúa por columna así: 3-2-1-0-0

Puntaje: _____

Puntaje total: _____