



## **TRABAJO FIN DE GRADO**

**Título: Influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo del TCA y el  
uso de Instagram**

Autor: Laura Fernández Sánchez

Tutora: Isabel Hernández Rivero

**Grado en psicología**

---

**Facultad de Ciencias Biomédicas y Salud  
Universidad Europea de Madrid**

Número de palabras: 6259

## DEDICATORIA

*A mi madre, mi hermana y mi abuela por confiar  
y creer siempre en mí, por ayudarme, apoyarme y animarme  
en cada momento a lo largo de la carrera y hacer que esto sea posible.*

*A mi abuelo Francisco, mi ángel desde 3º de carrera,  
que me ha acompañado en todo momento.*

*A Nico, por ayudarme desde la distancia  
y ofrecerme todo su apoyo.*

## AGRADECIMIENTOS

*A mi tutora Isabel, por su dedicación y paciencia.*

*A todos mis profesores por la enseñanza y el aprendizaje  
que me han proporcionado durante estos años,  
haciendo que cada año me gustara más la psicología  
y se volviera aún más mi pasión.*

*A mis compañeras, y especialmente a  
Eva María actualmente compañera de piso en Madrid,  
Paola y Cristina por hacer  
que estos cuatro años fuesen más fáciles  
y estuviesen cargados de risas y charlas intensas.*

## Resumen

Muchos estudios siguen actualmente investigando cómo está afectando las redes sociales como, Instagram y los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en la insatisfacción de la imagen corporal de las personas, siendo éstos un problema de salud pública entre la población femenina. En el siguiente estudio, el objetivo es predecir la influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo de los TCA y el uso de Instagram en mujeres de 18 a 35 años. Para ello, se midió la insatisfacción corporal, a través del Body Shape Questionnaire-34 (BSQ-34), el riesgo de TCA con el Eating Attitudes Test-26 (EAT-26) y el uso de Instagram mediante un cuestionario de elaboración propia (ad hoc). Se obtuvo una muestra total de N= 76 y los resultados no mostraron relación entre el uso de Instagram y la insatisfacción corporal, pero sí arrojaron relaciones significativas entre el riesgo de desarrollar TCA y la insatisfacción corporal.

**Palabras clave:** insatisfacción corporal, trastorno de la conducta alimentaria (TCA), Instagram, redes sociales

### **Abstract**

Many studies are currently investigating how social media such as Instagram and eating disorders (EDs) are affecting body image dissatisfaction, which is a public health problem among the female population. In the following study, the aim is to predict the influence of body dissatisfaction on the development of ED and Instagram use in women aged 18-35 years. To this end, body dissatisfaction was measured using the Body Shape Questionnaire-34 (BSQ-34), the risk of ED using the Eating Attitudes Test-26 (EAT-26) and Instagram use using an ad hoc questionnaire. A total sample of N= 76 was obtained and the results showed no relationship between Instagram use and body dissatisfaction, but did show significant relationships between the risk of developing ED and body dissatisfaction.

**Key words:** body dissatisfaction, eating disorder (ED), Instagram, social media

## Índice

<b>Introducción.....</b>	<b>8</b>
Objetivos.....	13
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos.....	13
Hipótesis.....	13
<b>Metodología de investigación.....</b>	<b>14</b>
<b>Resultados.....</b>	<b>18</b>
Análisis descriptivos.....	18
Análisis inferencial.....	21
Correlación.....	21
Regresión.....	22
<b>Discusión.....</b>	<b>24</b>
Limitaciones de la investigación.....	28
Futuras líneas de investigación.....	29
<b>Referencias.....</b>	<b>30</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>36</b>

### **Índice de tablas**

Análisis descriptivo de las variables sociodemográficas.....	18
Análisis correlacional de las variables de estudio.....	22
Resumen del modelo BSQ-34.....	23
Coefficientes de regresión.....	24

## 1. Introducción

El ideal estético corporal, desde aproximadamente los años sesenta, se ha relacionado con la delgadez. Muchas jóvenes adolescentes se han sometido a una serie de normas para conseguir ese ideal que a simple vista es inalcanzable, manteniendo un alto nivel de preocupación por su figura estética. El deseo de querer tener un cuerpo extremadamente delgado ha generado en la población femenina una gran insatisfacción corporal (Rodríguez y Cruz, 2008). Debido a las representaciones sociales que se han ido realizando respecto al cuerpo de la mujer, considerándolo un cuerpo modelo que supuestamente expresa belleza y salud como un factor de éxito social (Mantilla y Rivera, 2013).

Aunque se ha observado como el ideal de salud y belleza ha ido cambiando a lo largo de las generaciones (Bazán y Miño, 2015), ha seguido la misma línea acerca de la preocupación por el peso en las mujeres actuales relacionándose con un modelo estético corporal delgado y se ha ido alejando cada vez más de la variedad corporal (González, 2019). En este contexto, los medios de comunicación tienen un aspecto fundamental en la expansión del modelo estético corporal (Bazán y Miño, 2015). Algunas investigaciones afirman que los medios de comunicación son el emisor principal que causa la presión social a favor del ideal corporal, cómo es tener una figura delgada como modelo estético corporal dentro de la sociedad (Heinberg et al., 1995). Los múltiples factores que han ido favoreciendo la instalación de este modelo estético corporal, son: el aumento de mujeres populares como las “*top models, actrices o influencers*” con cuerpos exageradamente delgados, el desarrollo de la moda, la presión de la industria de lo “*light*”, la expansión social del ejercicio físico y la práctica deportiva, las imágenes de cuerpos exuberantes en revistas, televisión o redes sociales y la publicidad del ideal de belleza (Bazán y Miño, 2015). Al principio, la televisión era uno de los medios de comunicación con mayor impacto sobre la difusión de los patrones

relacionados con la estética de tener una figura delgada (Behar, 2010). Sin embargo, hoy en día son las redes sociales (RRSS), ya que, el 90% de los adolescentes españoles de entre 16 y 24 años hacen uso de ellas (Vázquez y Pastor, 2019), siendo Instagram la segunda red social con más interacciones seguida de Facebook (EMarketer, 2018).

Esta red social llamada Instagram cuenta con 900 millones de usuarios. Se basa en crear contenido en una plataforma a través de fotos y videos, relacionándose así, con una presión social de la imagen corporal (Maturana, 2020). Debido a que tiene un papel importante para la vida social de muchas jóvenes, así como; estar pendientes de sus seguidores e intercambiar y publicar fotos e información sin tener en cuenta el tiempo que pasan conectadas con el objetivo de llamar la atención y crear un perfil bonito, provocando conflictos entre las jóvenes, expresando malestar psicológico y conductas de riesgo sobre su propia salud, por el uso inadecuado y sin control que realizan (García, 2015).

En general, las personas que usan Instagram siguen a “influencers”, que son personas con un alto prestigio y tienen una alta influencia en las redes sociales, ya que, cuentan con muchos seguidores y likes en su perfil. Las “influencers” suben fotos llamativas, dan opiniones y consejos sobre diferentes temas de la actualidad y hacen llamar la atención de los espectadores en Instagram, tomando una gran influencia (Díaz, 2020). Estudios muestran que las mujeres que siguen a “influencers” generalmente modelos o personas que hablan de temas relacionados con el deporte, tienden a tener mayores niveles de preocupación corporal e idealizan la delgadez (Cohen et al., 2017). Además, dichas “influencers” usan técnicas y herramientas con el fin de que sus seguidores cojan confianza y dependencia en ellas para poder seguir sus pasos, ya sea, realizando comparaciones sobre lo que hacen para tener un perfil llamativo y bonito o comprando productos que normalmente promocionan a través de sus cuentas de Instagram, con el objetivo final de generar un ideal de belleza difícil de

alcanzar y que, generalmente produce entre muchas mujeres altos niveles de preocupación corporal (Pilgrim y Bohnet, 2019). Estas influencias que se dan a través de Instagram corren el riesgo de que las jóvenes tengan una visión negativa de su imagen corporal y realicen prácticas inapropiadas para controlar su peso y su figura (Armijos y Flores, 2021). Relacionándose con un mantenimiento anormal de la conducta que afecta a la salud mental y provoca el desarrollo de un trastorno de la conducta alimentaria (TCA), debido al aumento del valor que se le ha ido dando con el paso de los años en la sociedad a la creación de estereotipos de bellezas irreales difíciles de alcanzar (Lozano, 2012). Según el DSM-5, un trastorno de la conducta alimentaria (TCA) es una alteración en la ingesta del consumo de los alimentos, provocando un deterioro en la salud física y el funcionamiento psicosocial. Se clasifica en, pica o alotriofagia (ingestión constante de sustancias no nutritivas), el trastorno por rumiación o mericismo (regurgitar o devolver del estómago alimentos de manera repetida e involuntaria después de un periodo de tiempo de funcionamiento normal), el trastorno de evitación/restricción de la ingesta de alimentos (evitación o restricción de la ingesta de alimentos), el trastorno por atracones (ingestión de una cantidad de alimentos superior a la que la mayoría de gente podría consumir junto con una sensación de pérdida de falta de control sobre lo que se ingiere), la anorexia nerviosa (AN), la bulimia nerviosa (BN), el trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos especificado (como por ejemplo, la anorexia nerviosa atípica o el trastorno por purgas) y el trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos no especificado (APA, 2014). Dentro de los TCA, se observa que el riesgo de suicidio en mujeres es 20 veces mayor que el de la población general (Piñeros et al., 2010). Por ello, profesionales de la salud y de la educación están mostrando la necesidad de la atención anticipada y de los tratamientos preventivos a través de programas de prevención

para las conductas alimentarias y la exploración de los posibles síntomas de desarrollo en edades tempranas o grupos vulnerables (Benjet et al., 2012).

Aunque la edad de inicio de desarrollar un TCA en población española, se pueda iniciar en la infancia, la prevalencia en mujeres adolescentes y jóvenes de entre 17 y 25 años de edad es mayor (Alba et al., 2012). Esto es debido a los cambios físicos del aumento del índice de masa corporal (IMC), que se dan durante el desarrollo biológico (Oliva et al., 2016). Por lo que se consideran los TCA la enfermedad crónica más frecuente entre las jóvenes con una incidencia del 5% (Roberts et al., 2011).

Un estudio realizado por Martínez et al., (2014) en siete universidades públicas españolas, mostró cómo 255 estudiantes con criterios de padecer TCA tenían una prevalencia del 19,5% mayor en mujeres adolescentes, con un rango de edad de entre 17 y 30 años (Martínez et al., 2014). Siguiendo la misma línea, un estudio realizado en la Universidad Autónoma de Madrid por Sepúlveda et al., (2005) obtuvieron resultados donde un 14,9% de los hombres y un 20,8% de las mujeres presentaban alto riesgo de padecer TCA, siendo los porcentajes femeninos más altos (Sepúlveda et al., 2005). Por lo que, estudios afirman que la prevalencia de TCA generalmente es mayor en mujeres que en hombres, debido a que las mujeres tienen una insatisfacción corporal con el peso y la figura mayor (Fajardo et al., 2017). Sin embargo, no existe una sola causa para el desarrollo de los TCA, ya que, es una enfermedad multifactorial (Martínez, 2020). Por ello, se ha observado a través de estudios como los factores sociales son muy influyentes, así como la presión familiar y la influencia de los medios de comunicación. Provocando estos factores que se den dos pilares clave para alterar la conducta alimentaria, que son: la imagen corporal a favor del ideal de belleza y la insatisfacción corporal (Martínez, 2020). Según el artículo de Sámano (2013), hay trece factores precipitantes que influyen en el desarrollo de un TCA, aunque, sólo tres de ellos se

relacionan con el uso de las redes sociales. Siendo estos 1) la presión del medio sobre la imagen corporal, especialmente en mujeres, 2) la dieta que siguen a través de lo que ven por las redes sociales y 3) la familia y el entorno social desde el punto de vista negativo sobre la figura corporal, creando estereotipos de belleza por lo que observan en las redes sociales (Sámano, 2013).

Restrepo y Quirama en 2020, realizaron un estudio con mujeres de entre 15 y 30 años para ver si existía cierta relación entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal. Los resultados mostraron que las mujeres de entre 18 y 29 años tienen mayor riesgo de padecer TCA, por encima de las adolescentes. A parte, comparaban más sus fotos sobre sus avances en los gimnasios con otras personas que pensaban que tenían una figura mejor que ellas, por lo que cuando subían sus avances a Instagram, esperaban tener más likes y comentarios positivos de cómo se veían (Restrepo y Quirama, 2020). Las comparaciones sobre la imagen corporal a través de Instagram también se han comenzado a realizar con amigas y compañeras que tienen más likes en sus publicaciones (Chua & Chang, 2015), provocando así estas comparaciones a largo plazo una mayor insatisfacción corporal por no poder llegar a ser como ellas (Brea, 2019). A parte, un estudio realizado por Maturana (2020), observó como 60 alumnas y alumnos de entre 9 y 12 años, ya se comparaban físicamente con personajes públicos, como influencers, actores, etc. que ven a través de las redes sociales (RRSS). Mostrando que la edad de inicio está disminuyendo sobre las comparaciones físicas que se dan a través de las RRSS (Maturana, 2020). Por lo que hay que seguir de cerca esta tendencia, ya que, efectivamente durante la niñez y adolescencia es donde más cambios tanto físicos, cognitivos y sociales se presentan, pudiendo provocar así, grandes preocupaciones por la imagen corporal o el desarrollo de un TCA (Zusman, 1999).

En vista de lo anteriormente mencionado sobre el uso de Instagram, es importante destacar que generalmente los personajes públicos como las Influencers o las actrices, muestran en su perfil lo mejor de sí mismas a través de las fotografías que publican, haciéndonos creer que lo que vemos es real. De esta forma, se puede considerar que las RRSS, en este caso Instagram, nos muestra estereotipos de belleza que pueden ser engañosos guardando una gran relación sobre el ideal de belleza entre las mujeres y posibilitando la aparición de la insatisfacción corporal como algo inevitable que puede arrojar un desorden alimentario (Ariza, 2016).

## 1.1 Objetivos

### 1.1.1 Objetivo general

El objetivo general de la investigación es observar si influye en la insatisfacción corporal, el desarrollo del TCA y el uso de Instagram en mujeres de edades comprendidas entre 18 y 35 años, actualmente en España.

### 1.1.2 Objetivos específicos

- Predecir la insatisfacción corporal a partir de la puntuación del número de horas que se usa Instagram y el riesgo de desarrollar TCA.
- Conocer la información descriptiva/general sobre el uso que hacen las participantes de Instagram.

## 1.2 Hipótesis

Dados el objetivo general y los objetivos específicos determinados para el trabajo de investigación, la hipótesis planteada acorde a los mismos es la siguiente.

- Las mujeres que pasan más horas en Instagram y presentan una mayor sintomatología de TCA mostrarán una mayor insatisfacción corporal.

## **2. Metodología de investigación**

### 2.1 Diseño

El estudio de investigación se basa en analizar la relación entre la insatisfacción corporal y el desarrollo de TCA junto con el uso del Instagram en mujeres de entre 18 y 35 años mediante un estudio de diseño de tipo descriptivo.

Para el estudio se utilizó una metodología cuantitativa a través de cuestionarios, al ser necesaria una muestra de población amplia y para poder sacar los datos obtenidos de la investigación.

### 2.2 Participantes

Todas las participantes fueron voluntarias en su participación y firmaron un consentimiento informado (Anexo II), donde se les informó del proceso de investigación y de las características llevadas a cabo, contando con la posibilidad de abandonar o interrumpir el estudio en cualquier momento (Anexo I).

La muestra está formada por un total de 76 mujeres y se obtuvo a través de un muestreo por conveniencia donde el rango de edad establecido para su participación es entre los 18 y 35 años de edad ( $M = 25$  años;  $DT = 3,091$ ), ya que, es el periodo donde mayor incidencia de desarrollar un TCA hay en la población española (Martínez et al., 2014).

Se seleccionó una muestra exclusivamente femenina por la mayor prevalencia de TCA en la población española, aproximadamente el 90% son mujeres y tienen una prevalencia más alta de desarrollar TCA que los hombres (Baladía, 2016).

De esta forma, los criterios de inclusión de la muestra son: el rango de edad (entre los 18 y 35 años), que sean mujeres y que tengan Instagram. Las características de la muestra se especifican en la *tabla 1*.

### 2.3 Procedimiento

La elaboración del estudio de investigación y la recogida de datos se llevó a cabo a través de la plataforma que ofrece google “Google Forms” con los cuestionarios: EAT-26, BSQ-34 y uno de elaboración propia sobre el uso de Instagram (ad hoc). Esta plataforma “Google Forms” es un servicio gratuito online que nos ha permitido hacer una distribución de la encuesta de manera sencilla entre la población de estudio mediante un enlace a través de WhatsApp e Instagram.

El cuestionario es completamente anónimo y confidencial, y se responde tras haber leído las indicaciones del estudio de investigación (Anexo I) y aceptar el consentimiento informado (Anexo II). Además, se añadieron los datos sociodemográficos: edad, peso, altura y si disponían o no de Instagram.

### 2.4 Instrumentos

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron dos cuestionarios previamente validados y 13 preguntas de elaboración propia sobre el uso de Instagram (ad hoc).

El primer instrumento del estudio de investigación, es el Eating Attitudes Test 26 (EAT-26) de Garner et al., 1982; adaptado a la población española por Gandarillas et al., 2003 (Rivas et al., 2010). Dicho cuestionario puede consultarse en el Anexo III. El EAT-26, un instrumento multidimensional con extraordinarios valores de confiabilidad y sensibilidad, y con un valor de especificidad adecuado para posibles TCA en población de riesgo y atención

primaria para la detección en mujeres jóvenes. Es la versión corta del cuestionario original, EAT-40 de Garner y Garfinkel (1979) (Constaín et al., 2014). Dicho cuestionario contiene 26 ítems, donde se pueden dividir en 3 subescalas diferentes: escala dietética, bulimia y preocupación por la comida y control oral. El cuestionario tiene una escala de tipo Likert con respuestas: nunca, raramente, algunas veces, a menudo, muy a menudo y siempre (Vega, 2004). Los resultados van de 0 a 78 puntos, siendo una puntuación de corte igual o superior a 20 un valor alto, que se relaciona con el riesgo de padecer o desarrollar TCA. La consistencia interna del EAT-26 es aceptable (alfa de Cronbach = 0,895) (Martínez, 2020).

En el Anexo IV, se observa el segundo instrumento utilizado, que es el cuestionario Body Shape Questionnaire (BSQ) de Cooper et al., 1987 (Castrillón et al., 2007). El cuestionario BSQ aporta datos sobre la preocupación de las personas en el peso y en la imagen corporal. Este es un instrumento para evaluar tanto trastornos de la imagen corporal, como el riesgo de padecerlos. Tiene 34 preguntas con una escala de tipo Likert de 6 puntos, (nunca = 1 punto, hasta siempre = 6 puntos) y puede ser autoadministrado. La puntuación total va desde los 34 a 204 puntos (Castrillón et al., 2007).

En el BSQ-34, los ítems están divididos en cinco factores principales donde el primero es la preocupación por el peso relacionado con la ingesta, el segundo factor se basa en la preocupación dentro de los aspectos de la obesidad, el tercero es la insatisfacción y la preocupación por la imagen corporal, el cuarto factor está relacionado con la insatisfacción corporal relacionado con la parte inferior del cuerpo y el quinto factor está relacionado con las conductas compensatorias con el objetivo de disminuir dicha insatisfacción corporal. Su tiempo de administración es de entre los 10 y 20 minutos y tiene una consistencia interna aceptable (alfa de Cronbach de 0,93 a 0,97). Para su corrección, la puntuación total se establece en cuatro categorías o niveles de preocupación por la insatisfacción corporal siendo

una puntuación <80 (no hay preocupación), una puntuación entre 81 y 110 (preocupación leve), una puntuación entre 111 y 140 (preocupación moderada) y una puntuación >141 (preocupación extrema) (Román et al., 2018).

El tercer instrumento de evaluación se observa en el Anexo V. Es un cuestionario de elaboración propia (ad hoc) con 13 preguntas específicas para la investigación, basadas principalmente en el uso de Instagram. Para la elaboración, se han realizado: 10 preguntas de tipo cuantitativo mediante una escala de tipo Likert con 5 opciones de respuesta, 2 preguntas cualitativas, a las que le hemos dado un valor numérico a cada una de las categorías, siendo los valores; 1= otros, 2= alimentación, 3= deporte y 4= moda, realizándose a través de una escala de tipo nominal, y finalmente, 1 pregunta cuantitativa con una escala de razón.

## 2.5 Análisis de datos

Para el análisis y el tratamiento de los datos se han utilizado los programas de Excel para la organización de los resultados y el programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) para los análisis estadísticos. Los datos de la plataforma “Google Forms” se trasladaron al programa SPSS, teniendo en cuenta todos los ítems y las variables propuestas.

En primer lugar, se calculó el Índice de Masa Corporal (IMC) de cada una de las participantes. Este calcula la relación entre el peso y la altura con el objetivo de observar si se encuentran en normopeso, infrapeso o sobrepeso. Se obtiene con la siguiente fórmula:  $IMC = \text{peso (kg)} / \text{estatura m}^2$  (m<sup>2</sup>) (Rendón y Ruiz, 2022).

Seguidamente, se realizó un análisis descriptivo de los datos sociodemográficos (edad, IMC, altura, peso), de ambos cuestionarios (EAT-26 y BSQ-34) y de todas las preguntas de creación propia, con el objetivo de observar la media (M) y la desviación típica

(DT) de los datos. Para las preguntas cualitativas del cuestionario de elaboración propia, se sacó el porcentaje total de la muestra de cada una de las categorías.

Posteriormente, estudiamos la asociación entre la variable dependiente (cuestionario BSQ-34) y las variables independientes (cuestionario EAT-26 y la pregunta del cuestionario de elaboración propia sobre el número de horas que las participantes usan Instagram), a través del coeficiente de correlación de Pearson.

Para finalizar, realizamos un análisis de regresión lineal múltiple. Con el objetivo de observar si podemos predecir cambios significativos en la insatisfacción corporal a través del número de horas de uso en Instagram y el riesgo de padecer TCA mediante el “EAT-26”.

### 3. Resultados

#### 3.1 Análisis descriptivo

En la *tabla 1*, se presentan los datos descriptivos sociodemográficos de las participantes de forma específica de las variables edad, peso, altura, IMC y de los tres instrumentos de medida utilizados en la investigación (EAT-26, BSQ-34 y el cuestionario de elaboración propia, ad hoc) para obtener una visión general del grado de insatisfacción corporal examinados en las participantes de acuerdo a los puntos de corte establecidos.

**Tabla 1**

*Análisis descriptivo de las variables sociodemográficas*

	M	DT
Edad	24,67	3,091

**Tabla 1***Análisis descriptivo de las variables sociodemográficas*

	<b>M</b>	<b>DT</b>
Altura	164,88	6,619
Peso	59,96	10,730
IMC	22,032	3,5138
EAT-26	9,22	10,912
BSQ-34	87,18	36,734
1. ¿Piensas que el uso de Instagram te ha influenciado en cómo te sientes con tu físico?	3,12	1,254
2. ¿Sueles comparar tu figura corporal con la figura de los/as influencers, etc. de Instagram?	3,00	1,233
3. ¿Te interesan los anuncios o las cuentas de Instagram que hablan de las calorías, dietas y ejercicio?	2,78	1,292
4. El hecho de ver a influencers hacer ejercicio o seguir una dieta, ¿te incita a hacerlo?	2,75	1,109
5. ¿Te gustaría que tu cuerpo se pareciera a las personas que ves en Instagram?	3,43	1,204
6. ¿Te has informado o has comprado productos para adelgazar que hayan anunciado las influencers por Instagram?	1,38	,748
7. No he publicado una foto a Instagram en la que he sentido que salía más gorda	3,03	1,608

**Tabla 1***Análisis descriptivo de las variables sociodemográficas*

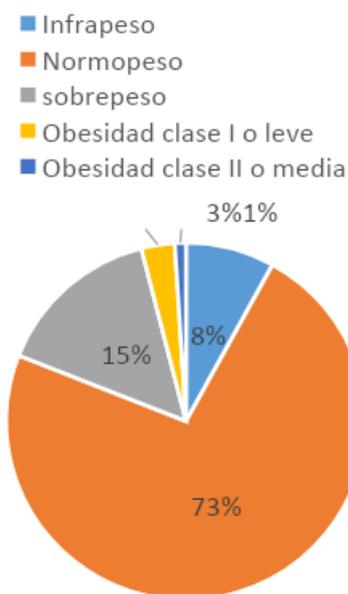
	<b>M</b>	<b>DT</b>
8. Suelo comentar con mis amigas sobre la figura corporal de las cuentas (influencers, actores.) que aparecen en Instagram	2,95	1,188
9. Me afecta emocionalmente como me ven a nivel corporal mis seguidores en mis fotos de Instagram	2,55	1,310
10. No he publicado una foto a Instagram por que una amiga salía mas delgada que yo	1,64	,962
11. ¿Qué tipo de cuenta sigues en Instagram? (moda/deporte/alimentación/otros)		% 55/8/12/25
12. ¿Qué tipo de cuentas consideras que influyen más sobre cómo te sientes con tu figura corporal? (moda/deporte/alimentación/otros)		48/35/5/12
13. ¿Con qué frecuencia te conectas a Instagram por día? (Horas)	3,92	2,596

*Nota.* M = Media, DT = Desviación típica, % = Porcentaje de la muestra en cada categoría,

A pesar de que la media del IMC de toda la muestra es de 22,03 indicando normopeso, se ha encontrado un 8% (N = 6) con infrapeso, un 15% (N = 11) con sobrepeso, un 3% (N = 2) con obesidad leve y un 1% (N = 1) con obesidad moderada, que se pueden observar en la *figura 1*.

## Figura 1

*IMC de la muestra de estudio*



*Nota.* La figura muestra los porcentajes del IMC de la muestra de estudio según los valores establecidos por la OMS (Rendón y Ruiz, 2022).

### 3.2 Análisis inferencial

#### 3.2.1 Correlación

En la *tabla 2* se presentan los resultados del análisis de Correlación de Pearson interpretando que, efectivamente, existe una relación estadísticamente significativa y positiva ( $r = 0.818$ ,  $p < .001$ ) entre las variables “BSQ-34” y “EAT-26”.

Por otro lado, según el análisis correlacional, observamos que, en relación a las variables “BSQ-34” y “número de horas que una persona usa Instagram” se muestra una relación poco significativa y débil ( $r = 0.167$ ,  $p = 0.149$ ), lo cual no existe relación entre ambas variables.

**Tabla 2***Análisis correlacional de las variables de estudio*

Variable		1	2	3
1 BSQ-34	r Pearson	—		
	p-valor	—		
2 EAT-26	r Pearson	,818	—	
	p-valor	< ,001*	—	
3 Uso de Instagram (horas)	r Pearson	,167	,091	—
	p-valor	,149	,437	—

*Nota.* \* la correlación es significativa en el nivel 0,01

### 3.2.2 Regresión

A continuación, se presenta el análisis de regresión lineal múltiple de las puntuaciones de la variable dependiente “BSQ-34” sobre la insatisfacción corporal y su relación con las variables “EAT-26” y “número de horas de uso en Instagram”.

Cómo puede observarse, en la *tabla 3* el modelo revela funciones de regresión significativas ( $p < 0.01$ ). Obteniendo una R<sup>2</sup> corregida de 66.8% de la varianza de la variable dependiente. La cual se adapta al número de variables del modelo y podemos decir que nuestro modelo ayuda significativamente a explicar la variable dependiente.

**Tabla 3***Resumen del modelo BSQ-34*

Modelo	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajustado	RMSE	<u>Estadísticos de cambio</u>				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	GI1	GI2	Sig. cambio en F
0	,000	,000	,000	36,734					
1	,823	,677	,668	21,160	,677	76,513	2	73	<,001

*Nota.* RMSE = error estándar de la estimación,

El EAT-26 es el principal predictor de la insatisfacción corporal percibida, obteniendo un valor significativo para nuestro modelo de estudio ( $p < 0,01$ ). En la *tabla 4*, observamos que cuando la variable independiente “EAT-26” aumenta un 2.7, más pronosticable será la variable dependiente “BSQ-34”, por lo que asumimos que existe una relación lineal entre ambas variables. Sin embargo, la variable independiente “número de horas que una persona usa Instagram” no es estadísticamente significativo para nuestro modelo por tener un valor por encima de  $p < 0,05$ .

Esto nos lleva a rechazar la hipótesis nula del modelo explicativo, que es, que no influye en la insatisfacción corporal, el desarrollo del TCA y el uso de Instagram en mujeres. Ya que, al menos una de las variables explicativas es significativa e influye en la variable dependiente.

Asimismo, podemos observar que, en los datos estandarizados, donde podemos realizar comparaciones entre variables, la variable independiente “EAT-26” causa cambios

más grandes sobre la variable dependiente “BSQ-34” respecto a la variable independiente “número de horas que las participaciones usan Instagram” que apenas se observan cambios.

**Tabla 4**

*Coefficientes de regresión*

Modelo		Coeficientes no estandarizados	Desv. error	Coeficientes estandarizados	t	p	Estadísticas de colinealidad	
							Tolerancia	VIF
0	(Constante)	87,184	4,214		20,691	< ,001		
1	(Constante)	56,866	4,747		11,980	< ,001		
	EAT-26	2,723	,225	,809	12,113	< .001	,992	1,008
	Horas IG	1,326	,945	,094	1,403	,165	,992	1,008

*Nota.* FIV = factor de inflación de la varianza,

#### 4. Discusión

Dados los resultados obtenidos de los análisis realizados, se procede a discutirlos en relación a los objetivos e hipótesis planteadas al comienzo de la investigación.

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis de nuestro modelo de estudio en una de las variables, mostrando relaciones estadísticamente significativas entre el riesgo de desarrollar un TCA y la insatisfacción de la imagen corporal. Asimismo, se esperaría que una

persona que tiene el riesgo de desarrollar un TCA, se relacione de forma significativa con el aumento de tener insatisfacción corporal, puesto que parece ser un factor muy asociado a la presencia de la insatisfacción con la imagen corporal en las mujeres. Por tanto, se puede decir que es significativamente relevante para nuestro estudio, y hay evidencias predictivas de que afecta a la insatisfacción corporal de las personas. Este resultado se ve apoyado por las investigaciones previas en las que afirman que entre los factores precipitantes de la psicopatología de los TCA se encuentran la insatisfacción corporal, la preocupación excesiva por el peso y la imagen corporal a favor del ideal de belleza (Martínez, 2020). Al igual que estudios realizados con mujeres jóvenes han confirmado que la insatisfacción corporal está relacionada con las conductas alimentarias donde se ha desarrollado un TCA, debido a que las mujeres sobreestiman su propia percepción de la imagen corporal, conllevando así una mayor insatisfacción de la figura corporal (López et al., 2008). Por todo ello, aunque hayamos encontrado evidencias de que existe relación entre la insatisfacción corporal y el desarrollo de los TCA y hay estudios que lo confirman, es importante que se sigan realizando investigaciones sobre los factores psicológicos que se dan en dichos trastornos, ya que, no tienen una sola causa para su desarrollo y se consideran multifactoriales y provocan un mantenimiento anormal de la conducta que afecta a la salud mental de las personas (Martínez, 2020). Por lo que es importante conocer e investigar cuales son las tendencias que producen estos trastornos para poder realizar programas de prevención que puedan parar su desarrollo, mostrando una atención anticipada sobre los tratamientos preventivos para los TCA y, así saber cuáles son las diferentes tendencias que provocan el desarrollo de estos síntomas entre los más jóvenes y vulnerables, como bien menciona Benjet et al., (2012) sobre

la importancia que hay que darle a la atención anticipada en relación a la insatisfacción corporal y el desarrollo de los TCA (Benjet et al., 2012).

En cambio, observamos cómo la variable independiente sobre el uso de Instagram no es significativamente relevante y no podemos predecir que el número de horas de uso en esta red social, esté relacionado con la insatisfacción corporal. Esto puede ser debido a que, al ser una muestra relativamente pequeña, es más complejo encontrar evidencias que justifiquen los detalles sobre el uso que hacen las participantes en Instagram. Además, probablemente los datos sobre el número de horas que las participantes permanecen conectadas a Instagram, no sean del todo fiables, ya que, no se sabe de forma concreta cuántas horas pueden estar conectadas en dicha red social si no lo consultan en la propia aplicación. Por lo que, posiblemente hayan puesto un número de horas sobre su uso en Instagram al azar, tirando por lo alto o por lo bajo, sin realmente tener constancia de ello. Sin embargo, frente a dicha relación sobre el uso de Instagram y la insatisfacción corporal, encontramos en el cuestionario de elaboración propia (ad hoc) basado en el uso de Instagram (*tabla 1*), cómo la pregunta número 5: ¿Te gustaría que tu cuerpo se pareciera a las personas que ves en Instagram? contiene la puntuación media más alta de la muestra de estudio. Considerando que esta puntuación nos dice que debemos estar alerta y vigilar de cerca dicha tendencia en relación al uso de Instagram. Aparte, tenemos que tener en cuenta, que la mayoría de las participantes en Instagram siguen perfiles relacionados con la moda y la consideran el tipo de cuenta/perfil que más influye en cómo se sienten con su figura corporal. Diversas investigaciones relacionan este interés del mundo de la moda con el desarrollo de los TCA y la insatisfacción corporal en mujeres, ya que, transmiten ideales de belleza dirigidos hacia la delgadez que provocan conductas de riesgo entre la población (Heinberg et al., 1995). Además, el mundo de la moda está muy relacionado en Instagram con mujeres populares

como “top models, actrices o influencers” que provocan una expansión social aún mayor al público, incitando así en muchas mujeres, visiones negativas sobre su propia imagen corporal debido a las fotos que ven a través de Instagram, de los cuerpos exuberantes que representan. Esto se puede deber a que el objetivo de muchas “top models” o “influencers” es llamar la atención de las personas para poder conseguir más visitas en sus perfiles, y ser ejemplos a seguir. Por ejemplo, en el estudio de Pilgrim y Bohnet en 2019, se observó como las “influencers” utilizan técnicas para ganarse la confianza de sus seguidores y así conseguir más visitas en su perfil, desarrollando una dependencia sobre ellas y generando un ideal de belleza difícil de alcanzar, que fomenta altos niveles de preocupación corporal entre esas mujeres (Pilgrim y Bohnet, 2019). De esta manera podemos concluir, que hay estudios que afirman que el uso de Instagram hace que las personas realicen comparaciones con el resto de usuarios, desencadenando riesgos sobre la presencia de insatisfacción en la propia imagen corporal. De modo que, aunque no podamos establecer una relación fuerte como era de esperar en nuestra hipótesis de partida sobre el uso de Instagram, sería conveniente continuar investigando este factor para conocer cuales son las causas exactas de dicha relación, ya que, se ha observado en estudios como el de Heinberg et al., (1995) que pueden ejercer presión los medios de comunicación de forma indirecta sobre los ideales de los cuerpos femeninos, generando gran insatisfacción en la propia imagen corporal de las personas (Heinberg et al., 1995).

Sin embargo, aunque existan investigaciones que tengan evidencias de que hay relación entre el uso de instagram y la insatisfacción corporal, sigue siendo objeto de estudio para muchos investigadores su relación, debido a que, hay que darle importancia a la insatisfacción corporal dentro de la comprensión y explicación de los factores desencadenantes de las redes sociales (RRSS), por la exposición de los ideales de belleza y

las preocupaciones acerca de la figura y peso que se encuentran dentro de los modelos etiológicos de los TCA (Keel y Forney, 2013). Por otro lado, existen diferentes opiniones entre autores que defienden si el uso de las RRSS se ha relacionado o no con el desarrollo de la insatisfacción de la imagen corporal (Harrison, y Cantor, 1997). Debido a que las RRSS no conlleva únicamente a la insatisfacción corporal o al desarrollo de un TCA (Maturana, 2020), pues se ha relacionado por un lado con la conexión social y el bienestar y, por otro lado, con la insatisfacción corporal y la baja autoestima (Holland y Tiggemann, 2016). Por esta misma razón, se tiene que seguir investigando sobre cómo afecta a nivel psicológico el uso de las RRSS y el impacto que se da a través de ellas junto con el riesgo de padecer TCA en la imagen corporal, ya que, está siendo cada vez más importante y aún se sigue sin tener claro por muchos investigadores, cuál es el riesgo o el papel protector de su uso frente a la insatisfacción corporal (Holland y Tiggemann, 2016).

#### 4.1 Limitaciones de la investigación

Una de las principales limitaciones de esta investigación es la muestra, ya que, al no ser demasiado grande, puede afectar a la hora de representar los datos. A parte, haber realizado los cuestionarios de forma online y no estar presentes durante su realización, puede haber dificultado la realización de ellos debido a que no hemos podido resolver en el momento las dudas de las participantes, ni hemos podido observar con mayor detalle si cumplían los requisitos necesarios para su realización.

Otra de las limitaciones encontradas es la realización de los cuestionarios en base a la muestra, ya que, muchas de las personas a las que se le mandaba el cuestionario lo veían demasiado extenso y no lo realizaban. Para ello, sería conveniente reducir el contenido de los cuestionarios y poder recoger una muestra más grande. A parte, haber realizado el estudio

sobre el uso de Instagram en relación al número de horas que las participantes están conectadas al día en dicha red social, ha podido dificultar los resultados finales de la investigación. Ya que, probablemente las participantes hayan puesto un número al azar sobre las horas que están conectadas a Instagram, sin saber realmente si ese dato es cierto o no.

#### 4.2 Futuras líneas de investigación

Entre las futuras líneas de investigación, sería conveniente realizar un estudio acerca de cómo afecta a los adolescentes desde que se descargan Instagram y comienzan a usarlo, hasta que van creando contenido en su red. Aunque no sería una investigación sencilla debido a que los jóvenes empiezan a usar las redes sociales con edades más tempranas y es necesario tener en cuenta el consentimiento informado por parte de los padres o tutores para realizar un estudio longitudinal de sus hijos. Pero sí que nos ayudaría a recoger más información sobre la relación que guarda el uso de Instagram desde que comienzan a usarlo con la insatisfacción de la imagen corporal.

Otra de las posibles líneas de investigación relacionadas con el tema de investigación, es realizar un estudio entre diferentes culturas para comprobar las diferencias entre los mismos. Es decir, comparar si en otros países existe más riesgo de desarrollar insatisfacción corporal a través del riesgo de padecer TCA y usar Instagram. Por otro lado, también sería interesante conocer qué red social influye más en la insatisfacción corporal de las personas. Realizando un análisis comparativo entre las diferentes redes sociales que están de moda actualmente.

Para futuras líneas de investigación, en relación al número de horas que las participantes usan Instagram, deberíamos realizar el estudio de forma presencial para así poder apuntar a través de la propia plataforma de Instagram el número real de horas que

aparece en relación a su uso. Ya que, en Instagram hay un apartado en configuración donde aparece “tú actividad”, que te especifica el tiempo transcurrido sobre las horas que pasas al día conectado en Instagram. Desde otra perspectiva, en relación al estudio de investigación, en vez de realizar una relación entre sí influye en la insatisfacción corporal el número de horas de uso en Instagram, debido a que tendríamos que realizarlo de forma presencial. Sería conveniente cambiar dicha variable por otra que esté relacionada con el uso de Instagram como, por ejemplo, a través de la pregunta del cuestionario de elaboración propia (ad hoc); ¿piensas que el uso de Instagram te ha influenciado en cómo te sientes con tu físico? Arrojando datos más específicos sobre la insatisfacción corporal y el uso de Instagram, debido a que es una pregunta fácil de contestar, que no implica saber concretamente el tiempo de horas que pasan conectadas al día en Instagram.

## 5. Referencias

- Alba, J. G., Canales, I. S., Casas, E. E., & Asencio, E. N. (2012). Imagen corporal y riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en población universitaria española: diferencias de género. *Revista de Orientación Educativa*, (50), 31-46
- American Psychiatric Association (2014). *DSM-5. Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales*.
- Ariza Fajardo, P. A. (2016). *Instagram, cuerpos transformados*.
- Armijos Orellana, C. A., & Flores Tapia, K. P. (2021). *Revisión bibliográfica: la imagen corporal como factor de riesgo en el desarrollo de anorexia en mujeres adolescentes (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay)*.

- Baladia, E. (2016). Percepción de la imagen corporal como factor predisponente, precipitante y perpetuante en los trastornos de la conducta alimentaria (TCA). *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 20(3), 161-163.
- Bazán, C. I., & Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 15(1), 23-42.
- Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 48(4), 319-334.
- Benjet, C., Méndez, E., Borges, G., & Medina-Mora, M. E. (2012). Epidemiología de los trastornos de la conducta alimentaria en una muestra representativa de adolescentes. *Salud mental*, 35(6), 483-490.
- Brea Folgar, A. L. (2019). Corporalidad online-offline. Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes.
- Castrillón Moreno, D. I. E. G. O., Luna Montaña, I., Avendaño Prieto, G., & Pérez-Acosta, A. M. (2007). Validación del Body Shape Questionnaire (Cuestionario de la Figura Corporal) BSQ para la población colombiana. *Acta colombiana de psicología*, 10(1), 15-23.
- Chua, T.H.H. & Chang, L. (2015). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girl's Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior*, 55,190-197.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body image*, 23, 183-187.
- Constain, G. A., Ramírez, C. R., de los Ángeles Rodríguez-Gázquez, M., Gómez, M. Á., Múnera, C. M., & Acosta, C. A. (2014). Validez y utilidad diagnóstica de la escala

- EAT-26 para la evaluación del riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en población femenina de Medellín, Colombia. *Atención primaria*, 46(6), 283-289.
- Díaz Jiménez, M. (2020). Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias. Estudio de Instagram.
- EMarketer. (2018). How Many People Use Instagram in the US 2018 - eMarketer Trends, Forecasts and Statistics - eMarketer Trends, Forecasts & Statistics.
- estudio longitudinal. Interpsiquis, [www. psiquiatria.com](http://www.psiquiatria.com).
- Fajardo, E., Méndez, C., & Jauregui, A. (2017). Prevalencia del riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en una población de estudiantes de secundaria, Bogotá-Colombia. *Revista Med*, 25(1), 46-57.
- Garner, D. M., Olmsted, M. P., Bohr, Y., & Garfinkel, P. E. (1982). The eating attitudes test: psychometric features and clinical correlates. *Psychological medicine*, 12(4), 871-878.
- García, A. (2015). La adicción a las redes sociales en jóvenes, relacionada con la baja autoestima y la comunicación familiar.
- González, L. A. (2019). Siglos de oro y actualidad, ¿mismo canon de belleza femenino?: repercusión en la mujer. In (Re) construyendo o coñecemento: A Coruña, 14 de xuño de 2019(pp. 379-392). Universidade de Santiago de Compostela.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of communication*, 47(1), 40-67.
- Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. (1995). Development and validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 17 (1), 81-89.

- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, 17, 100-110.
- Keel, P. K., & Forney, K. J. (2013). Psychosocial risk factors for eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 46(5), 433-439.
- López Atencio, P., Molina, Z., & Rojas, L. (2008, December). Influencia del género y la percepción de la imagen corporal en las conductas alimentarias de riesgo en adolescentes de Mérida. In *Anales Venezolanos de Nutrición* (Vol. 21, No. 2, pp. 85-90). Fundación Bengoa.
- Lozano Sánchez, Z. B. (2012). La familia y las redes sociales en los trastornos alimenticios en adolescentes de la época contemporánea. In *Crescendo*, 3(2), 307.
- Mantilla, S., & Rivera, V. (2013). Configuración de las Representaciones Sociales del cuerpo de la mujer a través de los medios de comunicación, en mujeres jóvenes entre 13 y 15 años pertenecientes a colegios públicos y privados de la ciudad de Bogotá. Recuperado de [https://goo. gl/rziCLk](https://goo.gl/rziCLk).
- Martínez Gómez, B. A. (2020). Influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de TCA en adolescentes.
- Martínez González, L., Fernández Villa, T., Molina de la Torre, A. J., Ayán Pérez, C., Bueno Cavanillas, A., Capelo Álvarez, R., ... & Martín Sánchez, V. (2014). Prevalencia de trastornos de la conducta alimentaria en universitarios españoles y factores asociados: proyecto uniHcos. *Nutrición hospitalaria*, 30(4), 927-934.
- Maturana Fernández, A. (2020). Relación entre el uso de redes sociales en edad infantil y el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria.

- Oliva-Peña, Y., Ordóñez-Luna, M., Santana-Carvajal, A., Marín-Cárdenas, A. D., Andueza Pech, G., & Gómez Castillo, I. A. (2016). Concordancia del IMC y la percepción de la imagen corporal en adolescentes de una localidad suburbana de Yucatán. *Revista biomédica*, 27(2), 49-60.
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: Mixed methods research. *BMC public health*, 19(1), 1-9.
- Piñeros Ortiz, Sandra, Molano Caro, Jenny, & López de Mesa, Clara. (2010). Factores de riesgo de los trastornos de la conducta alimentaria en jóvenes escolarizados en Cundinamarca (Colombia). *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 39(2), 313-328. Retrieved April 10, 2022, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-7450201000020007&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-7450201000020007&lng=en&tlng=es).
- Rendón Castrillón, L. Á., & Ruiz Martínez, L. A. (2022). Perfil de salud, según el IMC en estudiantes de Ingeniería Industrial y Educación Física, que ingresaron a la Universidad de Córdoba, durante el periodo 2021-1.
- Restrepo, J. E., & Quirama, T. C. (2020). Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria y uso de redes sociales en usuarias de gimnasios de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista colombiana de psiquiatría*, 49(3), 162-169.
- Rivas, T., Bersabé, R., Jiménez, M., & Berrocal, C. (2010). The eating attitudes test (EAT-26): reliability and validity in Spanish female samples. *The Spanish journal of psychology*, 13(2), 1044-1056.

Roberts, M. E., Barthel, F. M. S., Lopez, C., Tchanturia, K., & Treasure, J. L. (2011).

Development and validation of the Detail and Flexibility Questionnaire (DFlex) in eating disorders. *Eating behaviors*, 12(3), 168-174.

Rodríguez, T. y Beato, L. (2002). Factores relacionados con la imagen corporal. Un

Rodríguez, S., & Cruz, S. (2008). Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas. *Psicothema*, 131-137.

Román, P., Munera, R., Rus, T., & Pinillos, F. (2018). La satisfacción corporal en adultos españoles, influencia del sexo, edad y estado ponderal. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica*, 2(47), 83-94.

Sámano Orozco, L. F. (2013). ¿Influyen el Internet, las redes sociales electrónicas y otras herramientas educativas en el desarrollo de anorexia y bulimia nerviosas? *Nutrición clínica y dietética hospitalaria*, 33(1), 38-42.

Sepúlveda, A. R., Carrobles, J. A., & Gandarillas, A. (2005). Factores asociados a la población universitaria de riesgo de trastornos del comportamiento alimentario.

Vázquez, N., & Pastor, Y. (2019). Uso de redes sociales y mensajería instantánea en relaciones de pareja en la juventud: un estudio preliminar. *Health & addictions/salud y drogas*, 19(1).

Vega, V. (2004). Epidemiología de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en población escolar adolescente. In XI Jornadas de Investigación. Facultad de Psicología-Universidad de Buenos Aires.

Zusman, L. (1999). La depresión y los trastornos de la alimentación en la mujer. *Revista de Psicología*, 17(1), 105-128.

## 6. Anexos:

### 6.4 Anexo I. indicaciones del estudio de investigación

A continuación, se presentan una serie de preguntas sobre "la influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo del TCA y el uso de Instagram" en mujeres de entre 18 y 35 años. Se trata de un estudio de investigación para el trabajo de fin de grado realizado por Laura Fernández Sánchez alumna de 4º de psicología de la Universidad Europea de Madrid. Por favor, responde a ellas de forma sincera, sabiendo que no hay preguntas buenas ni malas. Recuerda que las respuestas son totalmente anónimas y confidenciales. Intenta estar tranquila durante el tiempo que estés completando la tarea, focalizándote en las preguntas y evitando las interrupciones.

## 6.1. Anexo II. Consentimiento



### **Declaración de consentimiento informado**

Manifiesto que he leído y entendido la hoja de información que se me ha entregado, se me han explicado las características y el objetivo del estudio, así como los posibles beneficios y riesgos del mismo. He contado con el tiempo y la oportunidad para realizar preguntas y plantear las dudas que poseía. Todas las preguntas fueron respondidas a mi entera satisfacción.

Comprendo que mi participación es totalmente voluntaria, que puedo retirarme del estudio cuando quiera sin tener que dar explicaciones y sin que esto repercuta en futuras participaciones.

Presto libremente mi conformidad para participar en el Proyecto de Investigación del Trabajo de Fin de Grado titulado “influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo del TCA y el uso de Instagram”, realizado por Laura Fernández Sánchez, alumno de la Universidad Europea de Madrid.

He sido también informado/a de que se mantendrá la confidencialidad de mis datos y que éstos serán protegidos e incluidos en un fichero que deberá estar sometido a y con las garantías del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), que entró en vigor el 25 de mayo de 2018 que supone la derogación de Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre referidos a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales.

Tomando ello en consideración, OTORGO mi CONSENTIMIENTO para cubrir los objetivos especificados en el proyecto.

---

Firma del participante

## 6.3 Anexo III. Cuestionario EAT-26

	Siempre	Muy a menudo	A menudo	Algunas veces	Raramente	Nunca
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						



	Siempre 6	Normal- mente 5	Frecuen- temente 4	A Veces 3	Rara- mente 2	Nunca 1
19 Te has sentido excesivamente grande y redonda en tus formas	<input type="checkbox"/>					
20 Te has sentido avergonzada de tu cuerpo	<input type="checkbox"/>					
21 Las preocupaciones acerca de tu silueta te han hecho empezar una dieta para adelgazar	<input type="checkbox"/>					
22 Te has sentido más contenta con tu figura cuando tu estómago estaba vacío	<input type="checkbox"/>					
23 Has pensado que tienes la silueta que tienes por una falta de autocontrol	<input type="checkbox"/>					
24 Te preocupa que otra gente vea que tienes celulitis en el abdomen o en las caderas	<input type="checkbox"/>					
25 Has pensado que no es justo que otras mujeres sean más delgadas que tú	<input type="checkbox"/>					
26 Has vomitado para sentirte más delgada	<input type="checkbox"/>					
27 Estando con otra gente, ¿te ha preocupado ocupar demasiado espacio?	<input type="checkbox"/>					
28 Te ha preocupado que tus cames tengan estrias	<input type="checkbox"/>					
29 Ver tu imagen (p.e. en un escaparate o en un espejo) te ha hecho sentir mal respecto a tu figura	<input type="checkbox"/>					
30 Te has pellizcado zonas de tu cuerpo para comprobar la grasa que tienes	<input type="checkbox"/>					
31 Has evitado situaciones en las que la gente pudiera ver tu cuerpo (p.e. ir a una piscina)	<input type="checkbox"/>					
32 Has tomado laxantes para sentirte más delgada	<input type="checkbox"/>					
33 Has sido especialmente consciente de tu silueta estando con otra gente	<input type="checkbox"/>					
34 Las preocupaciones acerca de tu silueta te han hecho pensar que debes hacer ejercicio	<input type="checkbox"/>					

### 6.5 Anexo V. Cuestionario de elaboración propia sobre el uso de Instagram (ad hoc)

Respuestas:

1= nunca; 2=rara vez; 3= alguna vez; 4= con frecuencia; 5= con mucha frecuencia

1	¿Piensas que el uso de Instagram te ha influenciado en cómo te sientes con tu físico?
2	¿Sueles comparar tu figura corporal con la figura de los/as “influencers”, etc. de Instagram?

3	¿Te interesan los anuncios o las cuentas de Instagram que hablan de las calorías, dietas y ejercicio?
4	El hecho de ver a “influencers” hacer ejercicio o seguir una dieta, ¿te incita a hacerlo?
5	¿Te gustaría que tu cuerpo se pareciera a las personas que ves en Instagram?
6	¿Te has informado o has comprado productos para adelgazar que hayan anunciado las influencers por Instagram?
7	No he publicado una foto a Instagram en la que he sentido que salía más gorda
8	Suelo comentar con mis amigas sobre la figura corporal de las cuentas (influencers, actores...) que aparecen en Instagram
9	Me afecta emocionalmente como me ven a nivel corporal mis seguidores en mis fotos de Instagram
10	No he publicado una foto en Instagram porque una amiga salía más delgada que yo
11	¿Qué tipo de cuentas sigues en Instagram? <input type="checkbox"/> Moda <input type="checkbox"/> Entrenamiento/deporte <input type="checkbox"/> Alimentación/cocina <input type="checkbox"/> Otros
12	¿Qué tipo de cuentas consideras que influyen más sobre cómo te sientes con tu figura corporal? <input type="checkbox"/> Moda <input type="checkbox"/> Entrenamiento/deporte <input type="checkbox"/> Alimentación/cocina <input type="checkbox"/> Otros
13	¿Con qué frecuencia te conectas a las redes sociales por día? (horas).