



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Trabajo Fin de Grado

Insatisfacción corporal y Trastornos de la Conducta Alimentaria: influencia de las redes sociales en la imagen corporal

Alumno/a: María Emilia Cabello Camacho

Tutor/a: Prof. Dña. María Moreno Padilla
Dpto.: Psicología

Mayo, 2023

ÍNDICE

1. Imagen corporal.....	
1.1. Modelo de Influencia Tripartita.....	
1.1.1. Principales fuentes de influencia.....	
1.1.2. Mecanismos mediadores.....	
1.2. Teoría de la Comparación Social.....	
2. Insatisfacción corporal y Trastornos de Conducta Alimentaria.....	
3. Nuevas formas de influencia: las redes sociales.....	
3.1. Redes sociales e insatisfacción corporal: principales mediadores.....	
3.2. Instagram.....	
3.2.1. El fenómeno “ <i>influencer</i> ”.....	
3.3. Tendencias en Instagram e influencia en la imagen corporal.....	
3.3.1. Los movimientos <i>#thinspiration</i> y <i>#fitspiration</i>	
3.3.2. El movimiento <i>#bodypositive</i>	
4. Conclusiones.....	
5. Referencias bibliográficas.....	

Resumen

La insatisfacción corporal es el mayor factor de riesgo conocido para el desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria. Al mismo tiempo, las redes sociales constituyen un espacio de interacción que fomenta la interiorización de los ideales de belleza y los procesos de comparación social. Así pues, el objetivo de esta revisión literaria es doble. Por un lado, explorar el origen de la insatisfacción corporal poniendo el énfasis en los nuevos medios donde se produce la mayor parte de los procesos de comparación social de la apariencia: las redes sociales y, más concretamente, el fenómeno *Instagram*. Por otro, analizar las consecuencias que se derivan de la insatisfacción corporal, siendo la más relevante y preocupante de ellas el desarrollo y mantenimiento de Trastornos de la Conducta Alimentaria.

Palabras clave: insatisfacción corporal, redes sociales, Instagram, Trastorno de la Conducta Alimentaria.

Abstract

Body dissatisfaction is the greatest known risk factor for the development of Eating Disorders. At the same time, social networks are an interaction platform that promotes the internalization of societal beauty ideal and appearance comparison processes. Thus, the aim of this literature review is twofold. On the one hand, to explore the origin of body dissatisfaction emphasizing the new media where most of the social comparison processes take place: social networks and, more specifically, Instagram. On the other hand, to analyze the consequences of body dissatisfaction, being the most relevant and worrying the development and maintenance of Eating Disorders.

Key words: body dissatisfaction, social networks, Instagram, Eating Disorders.

1. Imagen corporal

El concepto de *imagen corporal* fue formulado por primera vez por el psiquiatra vienés Paul Schilder (1935), quien la definió como “la imagen de nuestro propio cuerpo que formamos en nuestra mente”. En 1988, Slade propone una interpretación más amplia, haciendo referencia a un fenómeno de carácter integral: “la imagen que tenemos en nuestra mente del tamaño, la forma y la figura de nuestro cuerpo, y los sentimientos que suscitan nuestras características y partes corporales”.

Esta nueva definición supuso un antes y un después. A partir de ese momento y hasta la actualidad, se reconoce dentro de la imagen corporal, además del componente perceptivo tradicional, la existencia de otros componentes de carácter cognitivo, afectivo y actitudinal (Slade, 1994). Como consecuencia, en el campo experimental de los Trastornos de la Conducta Alimentaria, se comenzaron a desarrollar técnicas específicamente centradas en la evaluación, por un lado, de (1) la precisión de la estimación del tamaño corporal y, por otro, de (2) los sentimientos y las actitudes que un individuo tiene hacia su propio cuerpo (Slade, 1994). Numerosos experimentos se llevaron a cabo para confirmar la existencia verdadera de esta distinción, véase Bowden et al. (1989), Franzen et al. (1988) y Proctor y Morley (1986). Estos tres estudios han examinado los efectos de las instrucciones verbales en los juicios sobre la imagen corporal, comparando las estimaciones corporales de niños con trastornos alimentarios y niños controles en dos condiciones de instrucción: cognitiva (“juzga tu cuerpo en función de cómo piensas que te ves”) y afectiva (“juzga tu cuerpo en función de cómo sientes que te ves”). Los resultados muestran un patrón estable de consistencia: los niños con trastornos alimentarios mostraron una sobreestimación significativa de su tamaño corporal en respuesta a instrucciones afectivas en comparación a las instrucciones cognitivas; sin embargo, las estimaciones de los niños de la condición control no se vieron afectadas por la diferencia en las instrucciones.

Como es evidente, la literatura sobre la imagen corporal ha estado influida por las preocupaciones clínicas. En este sentido, y según Slade (1994), se diferencian tres áreas principales. La primera hace referencia a los *trastornos neurológicos*, cuyos pacientes muestran una percepción errónea de su propio cuerpo. Se incluirían en este área aquellos pacientes con síndromes de negligencia: anosognosia o dificultad para reconocer las propias enfermedades, casos de miembros fantasma, etc. La segunda de ellas engloba los casos de *distorsión corporal* que puede observarse en pacientes con algún trastorno alimentario (como es la anorexia nerviosa) o con enfermedades relacionadas con el peso (tales como la obesidad). En torno a

este área se articula el conocimiento recogido en apartados posteriores. La tercera y última de las áreas clínicas hace referencia a un problema muy específico relacionado con la preocupación por la imagen corporal, que se considera como una percepción delirante errónea y que ha recibido el nombre de *dismorfobia corporal*.

Definiciones más actuales, como la de Cash (2004), aúnan años y años de investigación en un par de líneas con el propósito de clarificar la realidad pertinente al constructo de imagen corporal: “una experiencia psicológica multifacética de la corporeidad que abarca pensamientos evaluativos, creencias, sentimientos y comportamientos relacionados con la propia apariencia física”.

1.1. Modelo de Influencia Tripartita

Presentar los modelos teóricos fundamentales sobre los que se sustentan la mayoría de los estudios realizados en esta línea de investigación es una buena forma de comenzar a adentrarnos en el tema central de este trabajo, para una mejor y mayor comprensión del mismo.

Son muchas las variables sobre las que se ha hipotetizado una posible influencia en la aparición de problemas relacionados con la imagen corporal. Entre estas variables, podemos citar la baja autoestima, el alto afecto negativo, la presión social percibida, los procesos de comparación, las influencias y el feedback por parte de iguales, las pautas de crianza, características y comportamientos parentales, etc. En un intento por desarrollar un modelo que explicara el efecto de todas estas variables, Thompson et al. (1999) desarrollaron el **Modelo de Influencia Tripartita**. A día de hoy, este es, por excelencia, uno de los marcos teóricos más reconocidos por contar con numerosas investigaciones que lo respaldan científicamente. Los autores, desde esta propuesta, plantean la existencia de tres fuentes principales de influencia en la imagen corporal: los padres, los iguales y los medios de comunicación. El impacto se produciría a su vez a través de dos mecanismos mediadores: la interiorización del ideal de delgadez y los procesos de comparación de la apariencia (Keery et al., 2004).

1.1.1. Principales fuentes de influencia

En relación a las fuentes de influencia reconocidas por este modelo, comenzaremos hablando de la **familia**. En la literatura podemos encontrar gran cantidad de estudios cuyo objetivo reside en determinar la existencia de una posible relación entre las características y el

comportamiento parental (en especial, de la madre) y la imagen corporal, insatisfacción corporal percibida y desarrollo de un Trastorno de la Conducta Alimentaria en los hijos e hijas. La *obesidad en la madre* es uno de los factores de riesgo con mayor poder predictivo de un hijo o hija con Trastorno de Conducta Alimentaria (TCA) (Rome et al., 2003; Strauss y Knight, 1999), puesto que afecta tanto a las conductas de la madre (en términos de restricción alimentaria) como a la emoción y la cognición (sienten miedo y preocupación por el peso de sus hijos). Otro de los predictores más potentes es una *madre que hace dieta*; numerosos hallazgos relacionan esta variable con un mayor control de la comida de los hijos (Birch y Fisher, 2000; Tiggemann y Lowes, 2002) y con una mayor preocupación de la madre por el peso de sus hijos adolescentes (Fulkerson et al., 2002). En su modelo, Francis y Birch (2005) sugieren que es más probable que las *madres que tienen preocupaciones significativas sobre su alimentación y su imagen corporal* den a sus hijas una retroalimentación negativa al respecto, generando en estos casos que sus hijas también estuvieran insatisfechas (Cooley et al., 2008), y pudiendo llegar a ejercer más presión sobre sus hijas que sobre ellas mismas (Pike y Rodin, 1991). Selvini-Palazzoli et al. (1999) señalan que frecuentemente la figura dominante en la familia de chicas con anorexia es la madre, estando el padre a menudo desplazado a un segundo plano y/o emocionalmente ausente. Las hijas se convierten en niñas-modelos de una madre invasiva, intolerante e hipercrítica. Estas madres siguen a menudo un patrón de mujer sacrificada, dispuesta a hacerse cargo sin limitación alguna de tareas ajenas. Son mujeres firmes y eficientes, pero infelices, obligadas a estar siempre a la altura de sus propias expectativas. El componente del deber coarta su disponibilidad al contacto interpersonal, lo que las lleva a ser poco cálidas y cercanas con sus hijos. En otros estudios también han sido descritas como sobreprotectoras, sobreimplicadas y muy dependientes, con dificultades para la separación y falta de límites (Sayin y Kuruoglu, 2004). La vinculación madre-hija considerada como factor de riesgo es aquella caracterizada por la ansiedad de separación, la dependencia y el apego inseguro (García-Alonso et al., 2014). La mezcla de todas estas características, que podemos resumir en el escaso afecto o el rechazo (por un lado) junto con el control excesivo, la sobreprotección, la invasión de la individualidad y la hipercrítica (por otro) podría estar a la base del desarrollo de problemas relacionados con la insatisfacción corporal y el desarrollo de TCA.

Por parte del padre, la investigación destaca como principales factores de riesgo una vinculación basada en el rechazo hacia su hija (García-Alonso et al., 2014), así como la falta de implicación y apoyo y el distanciamiento emocional (Fitzgerald y Lane, 2000), factores que

contribuyen a la coalición y excesiva dependencia madre-hija. También se ha encontrado una mayor influencia del padre en cuanto a la sobrevaloración de los logros y el perfeccionismo de su hija en comparación con la madre (Fitzgerald y Lane, 2000).

De igual manera, la dinámica familiar también ha sido considerada una variable a tener en cuenta. Una sobreestimación de la lealtad y de la unidad familiar por encima de una crianza individual positiva, da lugar a lo que desde el marco teórico del modelo sistémico se conoce como una estructura familiar aglutinada o amalgamada. Este tipo de familias con límites difusos se caracterizan por una dinámica de poder y sometimiento, y un exagerado sentido de pertenencia de los miembros que conlleva el abandono de la autonomía y la independencia. De esta forma, las hijas podrían ver la oportunidad de recuperar su capacidad de independencia y control a través de comportamientos anoréxicos (Fitzgerald y Lane, 2000).

Sin embargo, los resultados de un estudio realizado por Shroff y Thompson (2006) no mostraron asociaciones significativas entre las variables de influencia parental y los mecanismos mediadores de interiorización del ideal de delgadez y los procesos de comparación de la apariencia. Esta investigación, cuyo objetivo era evaluar los resultados previamente encontrados por Keery et al. (2004) en relación al Modelo Tripartito de Influencia, amplió los hallazgos obtenidos hasta el momento: si bien los padres, los iguales y los medios de comunicación son fuentes potenciales de influencia en el desarrollo de la imagen corporal, se encontró un mayor impacto por parte de los iguales y de los medios de comunicación que por parte de los padres.

Las experiencias con **iguales** representan un importante contexto social de influencia para el desarrollo de la imagen corporal en adolescentes (Carlson, 2004). Esto se explica por la gran cantidad de tiempo que los chicos pasan con amigos del mismo sexo y el valor que otorgan a las amistades en esta etapa (Berndt, 2002). De esta manera, cada grupo de amigos crea un entorno propio caracterizado por ciertas normas y expectativas compartidas que moldean el comportamiento y las actitudes de sus miembros en multitud de ámbitos, entre los que se incluye la “cultura de la apariencia” (Paxton et al., 1999). En esta línea, Carlson (2004) propone la influencia sobre la imagen corporal de aspectos como las conversaciones con amigos, las burlas relacionadas con el aspecto físico y la aceptación de los iguales en base a la apariencia.

Entre adolescentes es bastante común mantener *conversaciones* acerca de la ropa, el aspecto y el atractivo, ya sea de uno mismo, de los miembros del grupo o de los demás. De esta manera, se convierten en un contexto cotidiano para atender, construir e interpretar la

información relacionada con la apariencia (Carlson, 2004). En un estudio, las chicas y los chicos que tuvieron conversaciones acerca de la apariencia más a menudo con sus amigos presentaban unos mayores niveles de interiorización de ideales de belleza (Jones, 2004) y, en el caso concreto de las chicas, mayores niveles de comparación social, factores ambos que contribuyen a un aumento de la insatisfacción corporal (Carlson, 2004). Este es el factor que más respaldo literario posee.

Por su parte, las críticas o *burlas de los compañeros basadas en el físico* y la apariencia son, a menudo, habituales a lo largo de la etapa de la adolescencia (Eder et al., 1995). Varios estudios transversales confirman una relación positiva entre las burlas acerca del físico y la insatisfacción corporal (Jones, 2004; Paxton et al., 1999). Sin embargo, en estudios longitudinales, y aunque las medidas de línea base mostraron una relación notable con los niveles de insatisfacción corporal iniciales en chicos y chicas, no se encontró una influencia prospectiva significativa en los niveles posteriores de insatisfacción corporal (Carlson, 2004). Aun así, no se debe descartar su influencia puesto que existen estudios basados en informes individuales que evidencian el impacto que tienen estas experiencias para la persona objeto de burla (Eder et al., 1995).

Asimismo, la *aceptación entre los iguales* es una de las preocupaciones centrales en la adolescencia (Newcomb et al., 1993). Investigaciones han demostrado la existencia de una creencia común, especialmente entre las chicas: las relaciones con sus iguales mejorarían si fuesen más delgadas (Oliver y Thelen, 1996; Paxton et al., 1999). Además, estas chicas también tenían una opinión negativa acerca de su propio cuerpo (Paxton et al., 1999), lo que evidencia algún tipo de relación existente con la insatisfacción corporal. Sin embargo, en otros estudios longitudinales no se han encontrado evidencias de que este sea un factor con un impacto mediador significativo (Carlson, 2004).

Los **medios de comunicación**, como la última de las fuentes de influencia a tener en cuenta según el Modelo Tripartito, han sido considerados como uno de los transmisores más potentes del ideal de belleza sociocultural. No es sorprendente que estos sean acusados de aumentar la incidencia de los TCA, ya que las imágenes mediáticas de cuerpos idealmente delgados aumentan la interiorización del ideal de delgadez entre el público (Bazán y Miño, 2015). De la misma forma, también se les acusa de distorsionar la realidad, ya que con frecuencia los modelos que aparecen en ellos no son representativas de la norma. Además, los cuerpos de modelos y celebrities suelen ser producto de numerosas intervenciones quirúrgicas,

cuyas facciones son además resultado de aplicar estudiadas técnicas de maquillaje, y a lo que se añade el “*photoshop*” presente en la mayoría de imágenes de revistas. Sin embargo, aunque estos hechos son un saber compartido, existe la tendencia en la mujer común de pasar por alto estos datos y construir ideales de belleza inalcanzables (Polivy y Herman, 2002). De esta forma, el modelo estético de nuestra época se corresponde con una imagen fabulada e idealizada, que difiere en muchos aspectos del cuerpo real de carne y hueso.

En el panorama tradicional, numerosas investigaciones justifican vínculos correlacionales existentes entre la exposición a imágenes de revistas de moda y belleza femeninas y la insatisfacción corporal, el deseo de delgadez y sintomatología propia de TCA (Harrison y Cantor, 1997; Stice y Shaw, 1994; Tiggemann y McGill, 2004). En esta misma línea, Lokken et al. (2004) encontraron que la exposición a revistas de moda y belleza está asociada con mayores niveles de internalización de ideales de apariencia socioculturales y de tendencias hacia la delgadez. En la misma línea, Field et al. (1999) realizaron un estudio con una muestra de 550 niñas adolescentes, en el que casi el 70% de las entrevistadas reconoció que las imágenes de modelos en revistas de moda influían en su concepción acerca de cómo debería ser el cuerpo femenino ideal, mientras que el 47% admitió haber sentido la necesidad de perder peso al ver esas mismas imágenes. De hecho, estos autores hallaron que la frecuencia de lectura de revistas de moda se asociaba significativamente con la realización de dietas, así como de ejercicio físico, para perder peso y mejorar la figura, todo a consecuencia del impacto generado por el visionado de este tipo de prensa.

Sin embargo, la dinámica ha cambiado drásticamente tras el nacimiento de Internet, y con él, de las redes sociales. Según el INE (2022), el 92,9% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet de manera frecuente en 2022 (al menos una vez por semana en los últimos tres meses), siendo ligeramente superior el uso por parte de los hombres (93,0%) que de las mujeres (92,8%). Los porcentajes más altos de usuarios frecuentes de Internet corresponden a personas jóvenes, un 99,7% a hombres de entre 16 y 24 años y un 99,3% a mujeres de entre 25 y 34 años. Con el aumento de la edad se produce un descenso del uso de Internet tanto en hombres como en mujeres, aunque sigue siendo sorprendentemente alto: el porcentaje más bajo corresponde al grupo de edad de 65 a 74 años y se sitúa en torno a un 70%. En la actualidad, Internet está en proceso de hacerse con el monopolio de los medios de comunicación, eclipsando a las formas tradicionales de transmisión de información. En lo que al tema de esta revisión nos concierne, diversos estudios demuestran que Internet es un espacio que propicia la transmisión del ideal de belleza sociocultural (Tiggemann y Slater, 2014; Tiggeman y Miller,

2013). Este cambio de perspectiva ha hecho que la atención de los investigadores se desvíe hacia fuentes de influencia más actuales, como son las redes sociales. A este tema dedicaremos apartados posteriores.

1.1.2. Mecanismos mediadores

La interiorización del ideal de delgadez y la comparación social son los dos principales procesos que se han identificado como los mecanismos a través de los cuales las fuentes de influencia son capaces de generar insatisfacción corporal en adolescentes.

Los **ideales de belleza socioculturales** provienen del compromiso y la coincidencia social acerca de lo que se considera atractivo (Carlson, 2004). La interiorización de estos ideales representa la adopción social de los mismos como un estándar o meta personal (Carlson, 2004). Tradicionalmente, se ha enfatizado una búsqueda exhaustiva de la delgadez, hasta unos niveles difíciles, si no imposibles, de conseguir para la mayoría de las personas (Stice, 2002). De esta forma, la internalización de los ideales de belleza se ha teorizado como un predictor de insatisfacción corporal (Lokken et al., 2004; Stice, 2002), así como de tendencias hacia la delgadez y síntomas bulímicos (Lokken et al., 2004).

La conciencia actual de los problemas relacionados con la interiorización de los cánones de belleza socioculturales ha dado lugar a un gran número de campañas publicitarias que han intentado ampliar la definición de belleza femenina e introducir una mayor variedad de formas corporales con el objetivo de promover la aceptación de todos los tipos de cuerpos. McComb y Mills (2022) defienden que existen otros ideales corporales que han empezado a ganar popularidad en los últimos años. Ordenados de mayor a menor impacto en relación a la cantidad de personas a las que afecta son los siguientes: ideal delgado-grueso, ideal delgado-fit e ideal delgado-tradicional. El *ideal delgado-grueso* hace referencia a la figura “curvy” de reloj de arena, caracterizado por pechos, caderas y trasero prominentes (Ahern y cols., 2011; Peters, 2014) junto con un vientre plano y una cintura inferior a 70 cm, cuyas representantes más fieles podrían ser Kim Kardashian o Beyoncé (Hunter y cols., 2020). Esta forma corporal encaja con las preferencias de chicas africanas (McComb y Mills, 2022). Por su parte, el *ideal-fit* se caracteriza por una figura relativamente delgada, pero que se diferencia del tradicional por una musculatura más prominente en brazos, abdomen y piernas (Robinson y cols., 2017). Este tipo tiene un mayor impacto en la Europa occidental (McComb y Mills, 2022). Los resultados del estudio realizado por McComb y Mills (2022) muestran que la creación de nuevos ideales no

es una solución alternativa al problema inicialmente relacionado con el ideal de delgadez, sino que está manteniendo, e incluso, acrecentando el problema. De hecho, el ideal delgado-grueso resultó ser el más perjudicial para la satisfacción corporal de las mujeres. Además, resulta doblemente peligroso, porque ha sido interiorizado en multitud de culturas, incluso algunas en las que con anterioridad no se había interiorizado el ideal de delgadez (Awad y cols., 2015; Romo y cols., 2016). De los resultados de este estudio podemos concluir que la importancia no reside tanto en cómo sea el ideal, sino en la creación e interiorización de ideales no representativos de nuestra población, debido a que se convierten en figuras corporales prácticamente inalcanzables para la mayoría de las personas. De la interiorización de estos ideales se derivan los problemas de insatisfacción corporal, restricción alimentaria (Krahé y Krause, 2010) y comportamientos relacionados con TCA (Thompson y Stice, 2001), que suelen aparecer junto a una autoestima muy debilitada.

La **comparación social**, como el segundo mecanismo mediador a través del cual las fuentes de influencia tienen un efecto en la satisfacción corporal, se refiere a los juicios cognitivos que realizan las personas con respecto a sus propias características en comparación con las de los demás (Wood, 1989). Los efectos negativos que suelen obtenerse como consecuencia de la exposición a los medios de comunicación se han atribuido generalmente a la comparación social (Tiggemann y Polivy, 2010). Ante la visualización de imágenes de delgadez y belleza, las mujeres llevan a cabo procesos de comparación social que son casi invariablemente ascendentes (lo que se conoce como “*upward social comparison*”), los cuales activan unos sentimientos de carencia que a su vez conducen a una mayor insatisfacción corporal y estado de ánimo negativo (Major et al., 1991). En esta línea de investigación, Tiggemann y Polivy (2010) examinaron el efecto de diferentes formas de comparación social en la exposición aguda a imágenes de revistas sobre el estado de ánimo y la satisfacción corporal de las mujeres. Estos autores encontraron que cuando la comparación está basada en la apariencia se producen consecuencias negativas sobre la satisfacción corporal y el estado de ánimo, mientras que cuando la comparación está basada en la inteligencia suelen derivarse menores niveles de insatisfacción corporal. Estos resultados son consistentes con los de Lew et al., (2007), quienes encontraron que cuando la tarea de comparación con modelos de revistas de moda estaba basada en atributos no relacionados con la apariencia los niveles de insatisfacción corporal, deseo de delgadez y ansiedad eran menores.

Es relevante destacar que se han encontrado diferencias de género entre chicos y chicas en relación a los mecanismos mediadores: si bien en los chicos parece darse una mayor

relevancia de la interiorización de los ideales, en las chicas predominan los procesos de comparación social (Carlson, 2004). Aunque especulativa, una interpretación de este patrón de resultados puede representar un retraso de la entrada en la cultura de la apariencia por parte de los chicos en comparación con las chicas, que están inmersas en la misma desde una edad mucho más temprana (Thompson y cols. 1999). Las diferencias individuales en los niveles de comparación social podrían estar a la base de la mayor insatisfacción corporal que se evidencia en el caso de las chicas (Carlson, 2004).

1.2. Teoría de la Comparación Social

En relación a lo inmediatamente anterior, diferentes propuestas tratan de explicar el porqué de las tendencias de comparación. Boyer et al. (2021), aluden a teorías clásicas como es la Teoría de la Selección Natural de Darwin. La competencia intrasexual se define como aquella en la que los miembros del mismo sexo compiten por el acceso a las parejas del sexo opuesto. Se hipotetiza que los esfuerzos por conseguir ciertas características (por ejemplo, en términos de salud o juventud) que resultan atractivas para una posible pareja pueden desembocar en una preocupación por la apariencia y unas prácticas de control de peso poco saludables (Buss y Schmitt, 2019; Keery et al., 2004; Shroff y Thompson, 2006). Los resultados demuestran que la comparación social y la competencia intrasexual son dos procesos que con frecuencia aparecen de manera simultánea, y que las mujeres, en concreto, pueden sentirse evolutivamente más inclinadas a competir por alcanzar un nivel de deseabilidad elevado y, por tanto, a comparar sus cuerpos para determinar cómo se clasifican entre sus iguales (Ferguson et al., 2011).

Por otro lado, el psicólogo social Leon Festinger (1954) es el representante de la más importante de las tendencias de teorización acerca de la comparación social y su origen. Este autor parte de la premisa de que existe el impulso humano de realizar autoevaluaciones constantes acerca de nuestras propias opiniones, capacidades y habilidades. Cuando no se pueden evaluar a través de evidencias empíricas objetivas, o bien cuando estas últimas no son suficientes, Festinger propone que las personas realizamos nuestras propias autoevaluaciones a través de procesos de comparación con los demás (Hogg y Vaughan, 2010). En este sentido, podemos hablar de comparación social ascendente o descendente (Pedalino y Camerini, 2022). La primera de ellas ocurre cuando nos comparamos con alguien que consideramos “mejor” en algún atributo (lo que normalmente se corresponde con una mayor cercanía al ideal sociocultural y/o personal), mientras que la comparación descendente tiene lugar cuando nos

comparamos con alguien que consideramos “peor” que nosotros en cualquier aspecto, entre los que se incluye la imagen corporal.

Siguiendo con la propuesta de Festinger (1954), la hipótesis de la similitud propone que preferimos compararnos con personas semejantes a nosotros (Hogg y Vaughan, 2010). En esta línea, la investigación demuestra que los iguales son objetivos de comparación más importantes que los famosos o celebrities (Heinberg y Thompson, 1995). En un estudio realizado por Baker et al. (2019), los autores encontraron que el deseo de sus participantes por parecerse a sus ideales generaba discrepancias entre su yo real y su yo ideal (en otras palabras, generaba insatisfacción general). Además, también observaron que esta insatisfacción se acrecentaba cuando estas personas se comparaban con sus iguales, amigos y/o compañeros. La presión para ajustarse a los ideales de belleza puede ser aún más fuerte en los casos de comparación con los iguales que en los de comparación con celebrities o famosos, ya que en relación a estos últimos existía la conciencia de que son cánones escasamente susceptibles de ser alcanzados, mientras que los iguales representan ideales que se perciben como más probablemente alcanzables.

2. Insatisfacción corporal y trastornos de la conducta alimentaria

Como ya hemos avanzado previamente, a menudo la imagen corporal se encuentra distorsionada, especialmente cuando enfatizamos la forma o el tamaño del cuerpo y lo percibimos como incompatible con los estándares de la sociedad, o bien diferente o inferior al ideal representado por los medios (Mair, 2018). Este fenómeno recibe el nombre de insatisfacción corporal. La insatisfacción corporal tiene lugar cuando el individuo posee una imagen corporal negativa de sí mismo, e implica una discrepancia percibida en la valoración que dicha persona hace de su cuerpo real con respecto al ideal (Cash y Szymanski, 1995; Grogan, 2008). Mientras mayor es la discrepancia percibida entre ambos, es decir, mientras más lejos considere la persona que se encuentra su cuerpo real de su cuerpo ideal, mayor será el malestar experimentado.

A nivel conceptual, es importante saber diferenciar la insatisfacción corporal de la distorsión corporal (en este caso, los individuos perciben su cuerpo significativamente más grande de lo que es en realidad) y de la excesiva importancia otorgada a la figura y al peso corporal como una forma de determinar la autoestima.

Desde el modelo sociocultural de la insatisfacción corporal se postula que la exposición frecuente a imágenes del ideal de delgadez tiene como resultados la interiorización del ideal de delgadez como un estándar de belleza y un aumento de la comparación social, contribuyendo ambos a una mayor insatisfacción corporal (Rodgers et al., 2015). Un paso más allá supuso comprobar la existencia de una correlación bidireccional entre la exposición a los ideales de belleza y la insatisfacción corporal (Mills et al., 2017). Si bien es cierto que el estar constantemente expuesto a imágenes de cuerpos idealizados propicia la insatisfacción corporal, también existe una tendencia por parte de las personas insatisfechas con su cuerpo de buscar y pasar más tiempo expuestas a este tipo de fotografías. El hecho de que estos individuos accedan con mayor frecuencia a contenido multimedia en el que se muestra a modelos extremadamente delgadas y bellas probablemente pueda explicarse porque tratan de encontrar consejos, información o productos que les puedan ayudar a acercar su aspecto real al ideal (Mills et al., 2017).

Teniendo en cuenta que aproximadamente el 50% de los adolescentes afirman haberse sentido insatisfechos con su cuerpo en algún momento de su existencia (Bearman et al., 2006), la insatisfacción corporal es considerada como el factor de riesgo número uno para el desarrollo y el mantenimiento de trastornos alimentarios (Jacobi et al., 2004; Neumark-Sztainer et al., 2006; Stice et al., 2011; Thompson et al., 1999). Los TCA son uno de los problemas psiquiátricos con mayor incidencia en mujeres, cuya gravedad reside en las altas tasas de recaída y la tendencia general a la cronicidad (Fairburn et al., 2000; Lewinsohn et al., 2000), caracterizándose por generar complicaciones médicas, psicopatología comórbida, deterioro psicosocial y mayores tasas de hospitalización, intentos de suicidio y mortalidad que otros síndromes psiquiátricos comunes (Newman et al., 1996). La *anorexia nerviosa* consiste en un miedo excesivo a engordar, distorsión de la imagen corporal, influencia excesiva de la figura en la autoevaluación y amenorrea (en el caso de las chicas), síntomas que conducen a tendencias de delgadez extremas (Stice y Shaw, 2002). Por su parte, la *bulimia nerviosa* consiste en patrones de actuación caracterizados por atracones de ingesta incontrolables que suelen ir seguidos de conductas compensatorias, como una forma de evitar el aumento de peso (por ejemplo, provocación del vómito, ejercicio excesivo, etc.); lo que se acompaña de una influencia inadecuada de la figura corporal en la autoevaluación (Stice y Shaw, 2002).

Como se ha comentado previamente, la insatisfacción corporal se considera un factor que aumenta el riesgo de sufrir trastornos alimentarios. Esta influencia se produce a través de tres mecanismos principales. El primero de ellos y que cuenta con mayor respaldo científico,

es la *restricción alimenticia*, más comúnmente conocida como el hecho de hacer dieta. Son muchos los estudios los que demuestran que la restricción alimenticia está relacionada con la aparición y el mantenimiento de anorexia y bulimia (Polivy y Herman, 2002; Shepherd y Ricciardelli, 1998; Stice, 2001). Con el objetivo de aportar una explicación clara y concisa que sintetizara los hallazgos obtenidos hasta el momento, Stice y Shaw (2002) realizaron un compendio de los estudios más populares en esta línea de investigación; nos serviremos de la obra de estos autores para comprender cómo la restricción calórica puede dar lugar a un TCA. En primer lugar, se considera que la insatisfacción corporal conduce a la restricción alimenticia debido a la creencia de que esta es una técnica eficaz para controlar el peso. Ahora bien, la dieta puede derivar en anorexia si la pérdida de peso se ve reforzada por las respuestas de otras personas del entorno social inmediato (como familiares o amigos). Asimismo, la restricción de la ingesta puede dar pie a un trastorno bulímico al fomentar los atracones como una forma de contrarrestar los efectos de la privación calórica; además, infringir las estrictas normas de una dieta puede provocar desinhibición alimentaria, lo que se conoce como efecto de la violación de la abstinencia. Por si esto no era suficiente, hacer dieta implica un cambio en el control de la conducta alimentaria, que pasa de ser un control fisiológico a ser un control de carácter cognitivo. Esto deja al individuo vulnerable a la ingesta descontrolada cuando los procesos cognitivos se ven interrumpidos, por ejemplo, por emociones intensas.

Otro mecanismo a través del cual la insatisfacción corporal puede generar patología alimentaria es el *afecto negativo* (Heatherton y Baumeister, 1991; McCarthy, 1990; Stice, 2002). Se cree que la insatisfacción corporal contribuye a un mayor afecto negativo porque la apariencia es una dimensión central en la autoevaluación que las mujeres occidentales hacen de sí mismas (Stice y Shaw, 2002). A su vez, se considera que un afecto negativo elevado aumenta el riesgo de atracones, ya que es un medio a través del cual muchas personas tratan de paliar las emociones adversas, y de las conductas compensatorias (como la provocación del vómito) como una forma de reducir la ansiedad del inminente aumento de peso tras haber realizado una ingesta excesiva (Stice y Shaw, 2002).

El tercer y último mecanismo está constituido por los procesos de *comparación social*. Teniendo en cuenta la relación bidireccional entre insatisfacción corporal y comparación social, esta se convierte en un factor susceptible de ser considerado tanto un precursor como una consecuencia de la insatisfacción corporal (Mills et al., 2017).

La Fig. 1 presenta un modelo conceptual de los precursores y las consecuencias de la insatisfacción corporal, basado y elaborado a partir de la revisión literaria realizada.

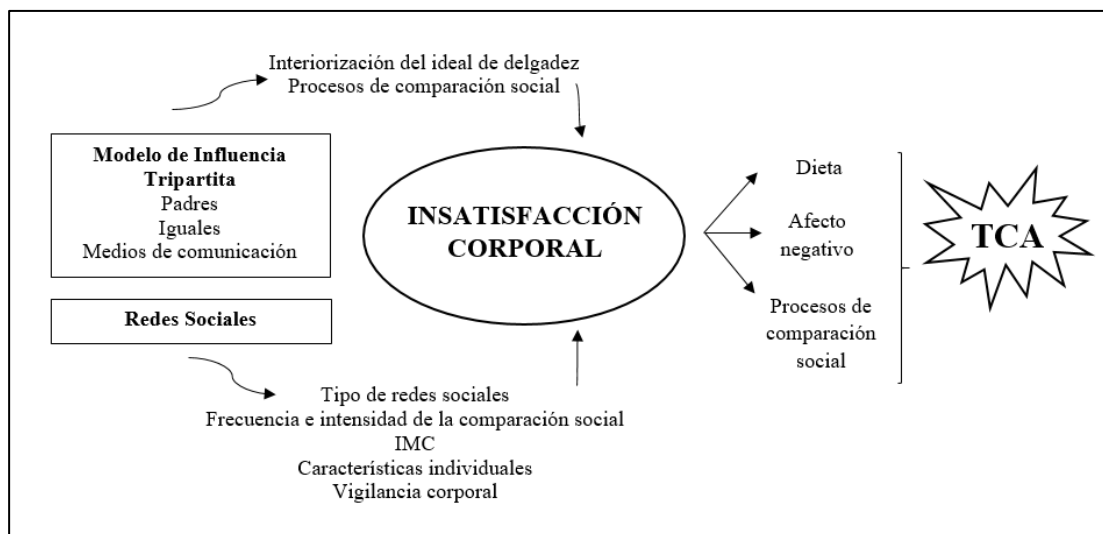


Fig. 1. Precursores y consecuencias de la insatisfacción corporal. Elaboración propia.

3. Nuevas formas de influencia: las redes sociales

En un contexto en el que los contenidos televisivos y de la prensa se han quedado a un lado para dar paso a Internet, la aparición y auge de las redes sociales han supuesto una revolución de los medios de comunicación tradicionales. Para los sectores más jóvenes de la población, en especial, se han convertido en un cimiento importante sobre el que construir el conocimiento acerca del entorno que les rodea y suponen un ámbito más en el que las personas interactúan y se relacionan.

Para Kaplan y Haenlein (2010), las redes sociales son “un grupo de aplicaciones creadas en Internet y basadas en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por los usuarios”. En un intento por aludir y abarcar la parte más social, Boyd y Ellison (2008) adoptan un enfoque menos técnico y definen la red social como una web cuyos servicios permiten a los usuarios (1) crear un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, (2) generar y articular una red de conexión con otros usuarios con los que interactúan y (3) ver y comprobar la lista de conexión que han creado y las creadas por otros usuarios dentro del mismo sistema. Esta última definición incluye dos aspectos clave: el elemento de “conexión” (red de usuarios interconectados) y el elemento “humano” (perfiles) (Wolf et al., 2018).

Existen numerosas formas de participar en una red social: ojear perfiles de otros miembros de la comunidad, dar me gusta y comentar en publicaciones, crear y subir nuestro propio contenido e incluso comprobar quien interactúa con nuestras publicaciones o las de los demás (Mills et al., 2017). A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, caracterizados por un consumo pasivo por parte del usuario, las redes sociales están diseñadas para implicar activamente al consumidor (Mills et al., 2017), puesto que este, además de consumir, se convierte en emisor activo y creador de contenido al compartir información con el resto de usuarios registrados en la misma red social. Otro de los aspectos novedosos de las redes sociales que las diferencia de los medios de comunicación convencionales, es que ofrecen la oportunidad de comunicación e interacción con otros usuarios de la plataforma, quienes pueden ser tanto amigos o conocidos como figuras de carácter público (Mills et al., 2017)

Sin embargo, su uso no está exento de consecuencias negativas. Una gran variedad de estudios demuestra la relación entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción corporal, especialmente en muestras de chicas adolescentes (Tiggemann y Miller, 2010). Esto sucede debido a que ofrecen un fácil acceso a la exposición a los cánones de belleza, proporcionando múltiples oportunidades para realizar comparaciones basadas en la apariencia (Marengo et al., 2018; Sherlock y Wagstaff, 2019) y fomentando la interiorización del ideal de delgadez (Lokken et al., 2004).

3.1. Redes sociales e insatisfacción corporal

Sería un error afirmar que la mera exposición a Internet tiene un impacto negativo en la imagen corporal de sus usuarios. El tiempo que una persona está online no es una causa intrínseca de la insatisfacción corporal; la importancia radica en el uso que se haga del espacio virtual durante ese tiempo. Sin embargo, la exposición a redes sociales suele considerarse como un factor de riesgo en sí mismo (Engeln y et al., 2020). Ante lo anterior, nace la siguiente pregunta: ¿cuáles son las variables que explican la influencia negativa que las redes sociales pueden generar en la imagen corporal? Diversos estudios han tratado de encontrar aquellos factores que aumentan la susceptibilidad a presentar mayores niveles de insatisfacción corporal en relación a la exposición a redes sociales. A continuación se recogen los factores moduladores más relevantes.

Tipo de red social

Esta es una de las variables más importantes, puesto que el impacto de Internet en la imagen corporal depende en gran medida del tipo de plataformas que se visitan con mayor frecuencia (Tiggemann y Miller, 2010). Sin embargo, no todas las redes sociales generan el mismo impacto: por ejemplo, Instagram (cuya dinámica se reduce a compartir fotografías de uno mismo y su entorno), en comparación con Facebook, ha demostrado ejercer un impacto más nocivo (Engeln y et al., 2020). Para Facebook se encontró que la influencia negativa potencial no se derivaba directamente de su uso o del tiempo total que se le dedicaba, sino que se explicaba por el tiempo que el usuario interactuaba con sus funciones fotográficas (Brown y Tiggemann, 2016).

Frecuencia e intensidad de la comparación social

Además de ser un potente precursor directo de la insatisfacción corporal, numerosos estudios sostienen que la comparación social también ejerce un papel mediador importante entre el uso de las redes sociales y la preocupación por la imagen corporal (Brown y Tiggemann, 2016; Fardouly y Vartanian, 2015; Feltman y Szymanski, 2018; Sherlock y Wagstaff, 2019; Tiggemann y Zaccardo, 2015). Aunque no podemos afirmar que se trate de un factor causal, el uso de las redes correlaciona con una mayor tendencia a realizar comparaciones sociales (Tiggemann y Miller, 2010). En una muestra de pacientes que estaban siendo tratados por TCA (el 93% eran mujeres), la asociación entre el uso de redes sociales visuales centradas en imágenes y la gravedad de los síntomas resultó estar mediada por comparaciones más frecuentes de la apariencia física (Griffiths et al., 2018). Asimismo, Kleemans et al., (2018) examinaron el efecto moderador de las comparaciones sociales, encontrando evidencia de que las adolescentes con mayores tendencias de comparación eran particularmente propensas a experimentar una menor satisfacción corporal tras la exposición a fotos en Instagram que habían sido editadas y manipuladas digitalmente.

Índice de Masa Corporal

El Índice de Masa Corporal (IMC) es un cálculo matemático resultante de dividir el peso de la persona (en kg) entre su altura (en metros) al cuadrado, cuya utilidad reside en obtener una estimación de la cantidad de grasa corporal del cuerpo. Este índice puede ser tanto un factor

de riesgo como de protección. Un IMC alto se asocia significativamente con la insatisfacción corporal (Keery et al., 2004), y muestra una relación positiva con el impulso de delgadez y las tendencias de acción de la bulimia (Cohen et al., 2018; Goldfield et al., 2010). Tiggeman y McGill (2004) hallaron que el ideal de delgadez tiene una repercusión mucho más negativa mientras mayor es el IMC de quien se expone a él. En concordancia con lo anterior, Jiménez-Cruz y Silva-Gutiérrez (2010) encontraron que mientras más elevado era el IMC de mujeres expuestas a imágenes de chicas delgadas, mayor era la tendencia a una autoevaluación negativa, en comparación con aquellas mujeres de IMC más bajo expuestas a la misma situación. Por tanto, los individuos con un mayor IMC van a ser más propensos a experimentar sintomatología de trastornos alimenticios (Butkowski et al., 2019).

Por su parte, Chansiri y Wongphothiphan (2021), demostraron que un IMC saludable podía ejercer un papel protector. La exposición a imágenes de Instagram de modelos fit predice una peor autoestima en mujeres con sobrepeso y percepción de peso saludable que en mujeres con peso saludable, fuese cual fuese su percepción (peso saludable o sobrepeso). La explicación radica en que al comparar sus pesos con el de modelos fit, la discrepancia percibida en mujeres con sobrepeso sería mayor que en el caso de las mujeres con peso saludable. Debido a que no se encontraron diferencias entre mujeres con peso saludable con percepción de peso saludable o de sobrepeso, se deduce que el IMC también puede actuar como un factor protector, manteniendo niveles adecuados de autoestima y reduciendo los niveles de comparación social.

Rasgos y características individuales

Como se ha comentado anteriormente, la autocosificación ha sido concebida como un rasgo o característica individual que se ha asociado a una gran variedad de resultados negativos en relación con la imagen corporal, la insatisfacción corporal y los trastornos alimentarios (Fredrickson y Roberts, 1997).

En esta línea, el perfeccionismo rasgo también ha sido estudiado por su posible papel mediador. Se caracteriza por una autoevaluación que depende indebidamente de la búsqueda de estándares personalmente exigentes y autoimpuestos en al menos un ámbito de la vida, a pesar de las consecuencias adversas que puedan derivarse de intentar alcanzar estos ideales. Se asocia a mayor insatisfacción corporal y a mayor comparación social (Shafran et al., 2002).

La apariencia física es un ámbito en el que los individuos pueden ser perfeccionistas (Stoeber y Stober, 2009). Yang y Stoeber (2012) conceptualizan el perfeccionismo de la apariencia física como compuesto por dos dominios: preocupación por la imperfección y esperanza de perfección. El dominio de la preocupación por la imperfección refleja la preocupación de que la apariencia de uno nunca será lo suficientemente buena y la profunda insatisfacción con la apariencia de uno. El dominio de la esperanza de perfeccionismo supone un esfuerzo por una apariencia perfecta y la esperanza de que otras personas admiren la apariencia de uno.

El perfeccionismo de la apariencia física se ha asociado con muchos resultados negativos en relación a la imagen corporal: insatisfacción con la apariencia y la forma corporal, alteración de la conducta alimentaria, ansiedad social, conductas de control de peso, baja autoestima y autopresentación perfeccionista (Yang y Stoeber, 2012). La investigación también ha demostrado que quienes mostraban un mayor perfeccionismo de la apariencia física se veían más afectados por la exposición a imágenes de delgadez en Instagram, y experimentaban una mayor insatisfacción con el peso y la apariencia que quienes mostraban bajos niveles de perfeccionismo de la apariencia (McComb y Mills, 2021). Se determinó que esto, en parte, podría deberse a que las mujeres que son más perfeccionistas en cuanto a su apariencia física afrontan las comparaciones sociales con imágenes del ideal de delgadez de una manera cognitivamente más negativa, mediante procesos como la rumiación y la catastrofización (McComb y Mills, 2021).

Vigilancia corporal

La vigilancia corporal es la manifestación conductual de la autocosificación. Consiste en la preocupación por controlar el aspecto físico y el atractivo de uno mismo. La vigilancia corporal puede facilitar el desarrollo de la vergüenza corporal, la depresión, la ansiedad y los trastornos alimentarios, como la anorexia y la bulimia (Moradi y Huang 2008). En un estudio realizado por Butkowski y cols. (2019) se corroboró el papel mediador de la vigilancia corporal: los individuos con una alta valoración del feedback en redes sociales (en términos de número de me gustas y número y tipo de comentarios) sólo son significativamente propensos a desarrollar insatisfacción corporal si también practican la autovigilancia.

En conclusión, existen evidencias del impacto del uso de redes sociales, en concreto de las más visuales (como es el caso de Instagram), en la satisfacción corporal, si bien este efecto

es indirecto, puesto que se encuentra modulado, entre otras, por las variables que se recogen en este apartado.

3.2. Instagram

Instagram es una plataforma que permite a los usuarios publicar imágenes y vídeos, añadirles un título, utilizar hashtags (símbolo #) para describir las fotos y etiquetar a otros usuarios (símbolo @) (Puertas, 2020). Además, los usuarios pueden seguir a cualquier cuenta y ver un flujo constante de contenido publicado por los usuarios que siguen, donde pueden “dar like” (me gusta) o comentar en las publicaciones (Puertas, 2020). Otra función que ofrece es la sugerencia de nuevas cuentas según el contenido que el usuario consume con mayor frecuencia o en concordancia con sus gustos (Turner y Lefevre, 2017). Los resultados de un análisis detallado acerca del contenido de las publicaciones de Instagram mostraron las ocho categorías más populares: comida, *selfies*, amistad, deporte, moda, *gadgets*, mascotas y memes (Hu et al., 2014). En los últimos años, esta red social ha ganado una popularidad especial entre jóvenes y adolescentes, contando con 1.280 millones de usuarios en diciembre del año 2022, cifra que se espera que ascienda a un total de 1.340 millones para finales de 2023 (Statista, 2023).

El uso de Instagram, como una red social basada en imágenes o fotografías (“*photo-based social network*”), está muy relacionado con la aparición de insatisfacción corporal (Ahadzadeh et al., 2017). Igualmente, se asocia con la autocosificación rasgo, la internalización de los ideales de belleza y la comparación social (Fardouly et al., 2017). Los efectos nocivos sobre la imagen corporal y otros aspectos de salud mental se explican principalmente porque su dinámica está basada en compartir y visualizar contenido multimedia, actividades que predicen mayores niveles de insatisfacción corporal (Hendrickse et al., 2017).

La teoría de la cosificación sexual de Fredrickson y Roberts (1997) puede ser especialmente pertinente en el contexto de una red social como es Instagram (Tiggemann y Barbato, 2018). De acuerdo con la misma, en las sociedades occidentales el cuerpo femenino tiende a cosificarse sexualmente e interpretarse como un objeto que debe ser evaluado en términos de apariencia. Mujeres y niñas interiorizan gradualmente esta “perspectiva del observador” a través de sus procesos de socialización, hasta el punto en que llegan a verse a ellas mismas como objetos, un fenómeno que se denomina autocosificación. Instagram es un “cosificador” intrínseco, ya que su dinámica consiste en publicar fotografías de uno mismo precisamente para que estas sean vistas y comentadas. Estudios correlaciones recientes han mostrado una asociación positiva

entre el uso de Instagram por parte de chicas adolescentes y las puntuaciones en autocosificación rasgo (Cohen et al., 2017; Fardouly et al., 2017; Feltman y Szymanski, 2018).

Por otro lado, estudios han comprobado que las formas pasivas de participación en esta red social, como la visualización o el chequeo de otros perfiles, tienen un efecto similar al de la exposición a modelos en revistas en términos de aumento de insatisfacción corporal y procesos de comparación de apariencia (Cohen y Blaszczynski, 2015). Asimismo, la exposición a comentarios relacionados con la apariencia también se ha relacionado con una mayor insatisfacción corporal (Tiggemann y Barbato, 2018). Parece que, al igual que las conversaciones con amigos, desempeñan un papel fundamental como reforzadores de los ideales de apariencia (Jones, 2004) y podría fomentar la necesidad de aprobación. Sin embargo, no se han encontrado efectos directos de las formas activas de interacción en la insatisfacción corporal. En un estudio realizado por Kim (2020), se demostró que la relación entre la publicación de selfies en Instagram y la insatisfacción corporal estaba mediada por la autoestima, de manera que el efecto indirecto de compartir publicaciones en la insatisfacción corporal fue únicamente relevante con niveles moderados de necesidad de popularidad.

3.2.1. El fenómeno “influencer”

De forma paralela al apogeo y uso intensivo de redes sociales, surge la figura de “influencer”. Para autores como Bonaga y Turiel (2016), un influencer es aquel que, gracias a su carisma y a sus capacidades de comunicación y de conexión con el público, ha conseguido crear una gran comunidad en cuyos miembros ejerce especial influencia. En otras palabras, alguien que, por su personalidad, genera influencia en las opiniones, valoraciones y decisiones de compra de sus seguidores. Según Martín et al. (2021), son los líderes de opinión del siglo XXI. Los precursores de los ya conocidos blogs pueden ser considerados como los primeros “influencers”. Sin embargo, su rol ha evolucionado de un “prestador de servicios”, que comparte e informa desinteresadamente a sus seguidores acerca de su estilo de vida y recomendaciones, a un “aliado de marca” por las cuales es contratado para vender su producto. “La habilidad que algunos menores están demostrando para generar contenido, gestionarlo y crear una comunidad de seguidores suscita el interés de las marcas que aspiran a comunicar de forma empática” (Tur-Viñes et al, 2018). Tomando esto en consideración, no es de extrañar que las redes sociales se hayan convertido en un elemento estratégico relevante para los anunciantes tradicionales que encuentran en las mismas una nueva oportunidad para conectar con audiencias

crecientes a las que cada día es más complicado llegar a través de otros medios más convencionales (Martín et al., 2021).

Los jóvenes son el sector más activo en redes sociales, quienes siguen mayoritariamente a perfiles que reflejan estilos de vida similares a los suyos (González-Vallés et al., 2021). De esta forma, blogueros, youtubers, instagramers e influencers se han convertido en personajes de influencia con un poder de impacto que supera al de celebrities y famosos (pertenecientes a la alta clase social), puesto que los primeros se consideran personalidades más cercanas, más creíbles y, como resultado, chicos y chicas se sienten más identificados con ellos (Djafarova y Rushworth, 2017), en consonancia con la hipótesis de similitud de Festinger (1954).

Aunque el propósito inicial de los influencers es el de servir de inspiración, diversos estudios revelan que despiertan sentimientos de envidia y comparación social, afectando a la autoestima y la imagen corporal. A sus seguidores, en lugar de sentirse inspirados por las publicaciones que comparten, les invade la necesidad de hacer que sus vidas también sean dignas de Instagram (Panjra y Tiwari, 2021). De esta necesidad surgen actitudes de comparación, que según Chae (2018) constituyen la raíz de los sentimientos de envidia e inferioridad. Este fenómeno se acrecienta debido a que, desgraciadamente, las redes sociales muy visuales proporcionan un espacio donde abundan fotografías cuidadosamente editadas y seleccionadas, que no son realistas ni representativas de la vida real del individuo. Se crean así imágenes idealizadas que suelen asociarse a emociones positivas (Malighetti et al., 2020), pudiéndose generar creencias acerca de la existencia de “vidas perfectas”. Como consecuencia, muchas adolescentes dedican una excesiva cantidad de tiempo a cuidar el contenido que comparten en sus redes sociales, en un intento por construir la propia imagen pública en correspondencia con la dinámica prevalente. En otras palabras, las redes sociales constituyen una herramienta para compartir y expresarse, pero también para presentar una versión idealizada de uno mismo o experimentar con otros “yo alternativos” (Manago et al., 2008).

3.3. Tendencias en Instagram e influencia en la imagen corporal

3.3.1. Los movimientos *#thinspiration* y *#fitspiration*

#Thinspiration está considerado como el primer movimiento de inspiración corporal que surgió en redes sociales. Se caracteriza por la idealización de cuerpos excesivamente delgados junto con la glorificación y el alentamiento a la restricción calórica extrema y los

comportamientos de delgadez, brindando apoyo y validación a las personas que están inmersas en esta causa (Talbot et al., 2017; Tiggemann et al., 2018). Entre los resultados de su búsqueda se encuentran imágenes de chicas excesivamente delgadas, que muestran sus cuerpos huesudos debido a su bajo peso y falta de grasa corporal. El análisis del contenido de *#thinspiration* y sitios web relacionados (pro-anorexia o a favor de la patología de la conducta alimentaria) ha revelado que la información concuerda con las actitudes y las creencias que caracterizan a los trastornos alimentarios (Talbot et al., 2017; Tiggemann et al., 2018; Wick y Harriger, 2018). Debido a que el contenido de *#thinspiration* demostró ser perjudicial para la salud mental de sus consumidores, el hashtag se prohibió en diversas redes sociales, entre ellas Instagram (Alberga et al., 2018). Sin embargo, han ido surgiendo hashtags modificados (como *#lathinspiration*) que no están restringidos pero que muestran contenido similar.

El fenómeno *#Fitspiration*, por su parte, ha sido promovido más recientemente como una alternativa saludable a *#thinspiration* (Puertas, 2020) y se caracteriza por la publicación de imágenes y texto diseñados para inspirar a los usuarios a adherirse a un estilo de vida saludable a través de una buena alimentación y la realización de ejercicio físico (Puertas, 2020). Sin embargo, y a pesar de las intenciones positivas de *#fitspiration*, hay elementos preocupantes. Su contenido se limita a la representación de un solo tipo de cuerpo (delgado, musculoso y tonificado) que, al igual que el ideal tradicional de delgadez, resulta inalcanzable para la mayoría de las mujeres (Holland y Tiggemann, 2017; Talbot et al., 2017; Tiggemann y Zaccardo, 2015; Tiggemann et al., 2018). Conjuntamente, el foco se encuentra más centrado en la promoción de la apariencia como resultado del estilo de vida saludable que en los beneficios para la salud derivados de la dieta equilibrada y el ejercicio (Tiggemann y Zaccardo, 2015). En este caso, el hashtag *#fitspiration* no está prohibido debido a que parte de su contenido sugiere un comportamiento saludable (Tiggemann y Zaccardo, 2016). Sin embargo, los análisis de contenido revelaron que las imágenes de *#fitspiration* en Instagram enfatizan la búsqueda un tipo de cuerpo muy concreto: delgado, tonificado y con bajos porcentajes de grasa corporal (Boepple y Thompson, 2015), promueven la práctica excesiva de ejercicio (Holland y Tiggemann, 2017; Tiggemann y Zaccardo, 2016), el fitness como belleza (Ratwatte y Mattacola, 2019), la objetivación de la mujer y la comparación de la apariencia (Alberga et al., 2018). En consecuencia, se encontraron efectos negativos en la imagen corporal y la autoestima (Tiggeman y Zaccardo, 2018).

A pesar de ser más reciente, la tendencia *#fitspiration* ha conseguido eclipsar la popularidad de *#thinspiration*: las cuentas de *#fitspiration* cuentan con aproximadamente seis

veces más seguidores que las de *#thinspiration* (Tiggemann et al., 2018). Esta proliferación generalizada del movimiento fit reflejan dos tendencias socioculturales en la actualidad: por un lado, la preocupación creciente de los hombres por su nivel de musculatura corporal y la expansión de dicha tendencia al género femenino (Bozsik et al., 2018). En la sociedad occidental actual, el ideal de figura femenina incluye tanto la extrema delgadez como un elevado tono muscular siendo las mujeres que poseen ambos atributos las que se perciben como más atractivas, deseables y valiosas, en detrimento del ideal de mujer delgada tradicional (Bozsik et al., 2018).

Múltiples grupos de investigadores apoyan que tanto *#thinspiration* como *#fitspiration* son perjudiciales (Boepple y Thompson, 2016; Holland y Tiggemann, 2017; Robinson et al., 2017; Talbot et al., 2017; Tiggemann et al., 2018; Tiggemann y Zaccardo, 2015; Wick y Harriger, 2018). Pero se observan diferencias en los resultados obtenidos para diferentes muestras.

Tiggemann y Zaccardo (2015) apoyan que *#fitspiration* ejerce efectos más dañinos que *#thinspiration*, argumentando que aunque *#fitspiration* no enfatice la búsqueda de cuerpos extremadamente delgados ni promuevan conductas consonantes con trastornos alimentarios, puede interpretarse como que el objetivo último es el de perder grasa y ganar tono muscular. Desde esta perspectiva, se anima a los usuarios de las redes sociales a implementar hábitos saludables en pro de conseguir unos resultados (en términos de un estilo de vida y un cuerpo “fitness”) que, en el caso de no ser obtenidos, generarían decepción entre sus seguidores. En la misma línea, Robinson et al. (2017) demostraron en un estudio experimental (con muestra no clínica) que la exposición a contenido *#fitspiration* es más perjudicial que la exposición a imágenes de *#thinspiration*.

Por su parte, en un estudio más concreto y con una muestra no patologizada de chicas estudiantes organizada en subgrupos en función de las variables peso y percepción corporal, Chansiri y Wongphothiphana (2021) defienden que la visualización de imágenes *#fitspiration* sólo genera más comparación de apariencia en el caso de mujeres con sobrepeso cuya percepción de peso es saludable. Esto puede explicarse aludiendo a la hipótesis de similitud de Festinger (1954), según la cual, como se ha comentado anteriormente, los individuos se comparan con otros similares a ellos mismos. Como una mujer con sobrepeso pero con percepción de peso saludable considera que se encuentra en forma, el aspecto musculoso de las modelos fit puede hacer que estas sean percibidas como más similares y más sanas, de manera

que estas mujeres van a compararse constantemente con ellas, en lugar de compararse con las modelos *thinspiration*, cuyos cuerpos muestran una delgadez tan extrema que pueden llegar a apreciarse como poco saludables.

Sin embargo, para muestras que incluyen un notable porcentaje de individuos con anorexia nerviosa (47%), los resultados apuntan a un mayor impacto de *#thinspiration* que de *#fitspiration*, lo que podría explicarse porque las preocupaciones de esta población están basadas en la fijación por alcanzar la delgadez (Griffiths et al., 2018).

De la literatura revisada se puede concluir que no es fructífera la comparación de *#fitspiration* y *#thinspiration* siendo su objetivo el de comprobar cuál es la más perjudicial de ambas, puesto que los resultados están modulados por la población y sus características, así como por otros factores mediadores. Lo que sí está comprobado es que la visualización de ambos tipos de contenido es perniciosa para la satisfacción corporal.

3.3.2. El movimiento *#bodypositive*

En la última década, el movimiento *#bodypositive* ha surgido como una reacción al bombardeo constante, por parte de los medios de comunicación, de imágenes que promueven ideales de belleza poco realistas e inalcanzables (Cohen et al., 2021). Este fenómeno ha logrado su máxima popularidad a través de Instagram, donde cuenta con más de once millones de publicaciones con el hashtag *#bodypositive*, cuatro millones para *#bodypositivity* y algo más de un millón para *#bopo* (Instagram, 2020). En un reciente análisis de 640 publicaciones de cuentas populares de *#bodypositive*, Cohen et al. (2019) encontraron que estos posts suelen incluir imágenes de cuerpos con muy diversas formas y apariencias, que no tienen visibilidad ni representación alguna en la corriente preponderante de tendencias de delgadez. En estas imágenes, la mayoría de los cuerpos (94%) oscilaban entre un peso normal y la obesidad, y en torno a un 40% presentaban atributos que son evitados a toda costa por los ideales de delgadez, tales como celulitis, estrías o rollitos abdominales (Cohen et al., 2019).

Sin embargo, este fenómeno no está exento de críticas. Cohen et al., (2020) argumentan que, a pesar de que aparentemente estos contenidos son positivos, están centrados en la apariencia, perpetuando por tanto el problema subyacente: mantener el foco de atención en el cuerpo. Webb et al. (2017) cuestionan la bondad de este fenómeno puesto que la aceptación de la gordura puede seguir reforzando la preocupación por la apariencia en detrimento de la salud.

En este sentido, Muttarak (2018) afirma que la normalización de cuerpos más grandes está contribuyendo a un aumento en los casos de sobrepeso y obesidad. No obstante, el estudio de Muttarak ha sido acusado de inexacto por otros autores, por lo que se considera que a día de hoy no existe evidencia empírica que sustente la hipótesis de que la visualización de imágenes *#bodypositive* suponga un aumento de hábitos poco saludables y obesidad.

Por el contrario, *#bodypositive* ha dado lugar a una nueva construcción teórica basada en la imagen corporal positiva, que se ha conceptualizado como el amor y el respeto generalizado por el cuerpo (Tylka y Wood-Barcalow, 2015). En esta línea, la investigación ha dejado de centrarse exclusivamente en las alteraciones de la imagen corporal para centrarse en una comprensión más holística. Diversos estudios demuestran que tener una imagen corporal positiva se asocia con un mayor bienestar psicológico, social y emocional (Swami et al., 2018), y con ciertos comportamientos saludables como la alimentación intuitiva y la actividad física (Andrew et al., 2016), actuando de esta forma como un factor protector ante la exposición al ideal de delgadez (Halliwell, 2013). Este tipo de publicaciones fomentan conceptos como la autoaceptación, la apreciación y el cuidado del cuerpo, y muchas de ellas muestran a mujeres con cuerpos no normativos practicando actividades físicas, como yoga o surf (Cohen et al., 2019). En este sentido, Haskins (2015), como buen defensor de este movimiento, argumenta que el fenómeno *#bodypositive* ha conseguido crear un entorno más inclusivo, animando a que todas las personas participen en actividades similares, independientemente de su forma o de su tamaño corporal. Además, Cohen et al., (2019) justifican que estas imágenes suelen acompañadas de comentarios en los que se promueve la aceptación del cuerpo y la admiración de la belleza en la diversidad y en el interior de cada persona, lo que puede ayudar a la descentralización de la atención en un solo tipo de cuerpo y la valoración de la belleza en base a atributos internos.

En definitiva, parece más plausible que la exposición a contenido *#bodypositive* se asocie a conductas saludables que a comportamientos perjudiciales u obesidad (Cohen et al., 2021). Estos estudios sugieren que la presencia de este movimiento en las redes sociales podría ser una forma de conseguir mejorar la imagen corporal en la población (Cohen et al., 2021).

4. Conclusiones.

Las conclusiones principales que se derivan de esta revisión literaria serían las siguientes:

1. Aunque algunos autores relacionan directamente el uso de redes sociales con la insatisfacción corporal, se ha comprobado que la insatisfacción corporal se encuentra más bien motivada por la interacción de los usuarios con las funciones fotográficas y el contenido multimedia de estas plataformas. Por tanto, las redes sociales más visuales, y en especial Instagram como su máxima representación, serán las más perjudiciales en comparación con otras cuya dinámica no quede reducida a este tipo de actividades.
2. La comparación social es un factor de especial relevancia en lo que concierne a la imagen corporal. Durante la realización de este trabajo, hemos podido observar cómo la comparación social es un factor común a prácticamente la totalidad de las investigaciones y modelos explicativos del fenómeno de la insatisfacción corporal. Los procesos de comparación social son en sí mismos precursores directos de la insatisfacción corporal, pero al mismo tiempo ejercen un papel mediador que determina el vínculo entre distintas variables y sus consecuencias negativas en la imagen corporal. Por un lado, la comparación social funciona como mediador entre las fuentes de exposición a ideales de belleza y la insatisfacción corporal. El efecto es el mismo sea cual sea la fuente, desde medios de comunicación tradicionales hasta redes sociales como Instagram o Facebook. Por otro lado, y debido a la relación bidireccional entre la comparación social y la insatisfacción corporal, también puede considerarse como un mediador entre la insatisfacción corporal y la aparición de TCA.
3. La hipótesis de similitud de Festinger y el fenómeno “*influencer*”: debido a que existe una mayor tendencia de comparación con individuos similares a nosotros, la figura del influencer ha adquirido una especial relevancia en detrimento de los celebrities tradicionales.
4. La creciente incidencia de TCA y otros problemas de índole psicológica, como la ansiedad y la depresión, ha dado lugar a la búsqueda de soluciones prácticas a estos problemas. En este sentido, es importante diferenciar entre la creación de nuevos ideales y el surgimiento de movimientos como *#bodypositive*. Con la creación de nuevos ideales, aunque diferentes a los originales y con distintas proporciones, se mantiene el problema subyacente puesto que mantienen la irrealidad y la incapacidad de logro: siguen representando cuerpos no normativos ni representativos de la población, que

además suelen estar sometidos a múltiples operaciones estéticas o requieren prácticas poco saludables para su mantenimiento. Sin embargo, el movimiento *#bodypositive* pretende la inclusión de cuerpos diversos que no han tenido cabida en la tradicional cultura de delgadez y aboga por la normalización del cuerpo de la mujer en todas sus formas y con todos sus atributos. Por tanto, y aunque es cierto que la apariencia sigue estando en el punto de mira, el movimiento *#bodypositive* podría ser un buen primer paso en el camino de una mejora en la salud psicológica de la población. En este sentido, tratar de educar a las niñas y adolescentes en los valores del aprecio y la estima personal podría reducir los niveles de comparación social y amenorar el impacto negativo derivado de la exposición a ideales.

5. Referencias bibliográficas.

- Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., y Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in human behavior*, 68, 8-16.
- Ahern, A. L., Bennett, K. M., Kelly, M., y Hetherington, M. M. (2011). A qualitative exploration of young women's attitudes towards the thin ideal. *Journal of Health Psychology*, 16(1), 70-73.
- Alberga, A. S., Withnell, S. J., y von Ranson, K. M. (2018). Fitspiration and thinspiration: a comparison across three social networking sites. *Journal of Eating Disorders*, 6(1), 1-10.
- Andrew, R., Tiggemann, M., y Clark, L. (2016). Positive body image and young women's health: Implications for sun protection, cancer screening, weight loss and alcohol consumption behaviours. *Journal of Health Psychology*, 21(1), 28-39.
- Awad, G., Norwood, C., Taylor, D., Martinez, M., McClain, S., Jones, B., Holman, A. y Chapman-Hilliard, C. (2015). Beauty and body image concerns among African American college women. *Journal of Black Psychology*, 41(6), 540-564.
- Baker, N., Ferszt, G., y Breines, J. G. (2019). A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 22(4), 277-282.
- Bazán, C. I., y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 15(1), 23-42.
- Bearman, S. K., Presnell, K., y Martinez, E. (2006). The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of Adolescence*, 35, 217-229.
- Berndt, T. J. (2002). Friendship quality and social development. *Current directions in psychological science*, 11(1), 7-10.
- Betz, D. E., Sabik, N. J., y Ramsey, L. R. (2019). Ideal comparisons: Body ideals harm women's body image through social comparison. *Body image*, 29, 100-109.
- Birch, L.L. y Fisher, J.O. (2000). Mothers' child-feeding practices influence daughters' eating and weight. *American Journal of Clinical Nutrition*, 71, 1054-1061.

- Boepple, L., y Thompson, J. K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *International Journal of Eating Disorders*, 49(1), 98-101.
- Bonaga, C., y Turiel, H. (2016). *Mamá, quiero ser youtuber*. Ediciones: Temas de Hoy.
- Bowden, P. K., Touyz, S. W., Rodriguez, P. J, Hensley, R. y Beumont, P. J. V. (1989). Distorting patient or distorting instrument? Body shape disturbance in patients with anorexia nervosa and bulimia. *British Journal of Psychiatry*, 155(2), 196-201.
- Brown, Z., y Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image*, 19, 37-43.
- Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Boyer, N. A., Forthun, L. F., y Johns, T. L. (2021). Intrasexual Competition and Unhealthy Weight Control Behaviors among Late Adolescent Females. *Adolescents*, 1(4), 433-441.
- Bozsik, F., Whisenhunt, B. L., Hudson, D. L., Bennett, B., y Lundgren, J. D. (2018). Thin is in? Think again: The rising importance of muscularity in the thin ideal female body. *Sex Roles*, 79, 609-615.
- Buss, D. M., y Schmitt, D. P. (2019). Mate preferences and their behavioral manifestations. *Annual review of psychology*, 70, 77-110.
- Butkowski, C. P., Dixon, T. L., y Weeks, K. (2019). Body surveillance on Instagram: Examining the role of selfie feedback investment in young adult women's body image concerns. *Sex Roles*, 81, 385-397.
- Carlson Jones, D. (2004). Body Image Among Adolescent Girls and Boys: A Longitudinal Study. *Developmental Psychology*, 40(5), 823-835.
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present and future. *Body Image: An International Journal of Research*, 1, 1-5.
- Cash, T. F., y Szymanski, M. L. (1995). Body-image disturbance and self-discrepancy theory: Expansion of the Body-Image Ideals Questionnaire. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 134-146

- Chae, J. (2018). Explaining females' envy toward social media influencers. *Media Psychology*, 21(2), 246-262.
- Chansiri, K., y Wongphothiphan, T. (2021). The indirect effects of Instagram images on women's self-esteem: The moderating roles of BMI and perceived weight. *New Media and Society*, 29.
- Cohen, R., y Blaszczynski, A. (2015). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of eating disorders*, 3(1), 1-11.
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., y Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body image*, 29, 47-57.
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183–187.
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 79, 68–74.
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slater, A. (2021). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of health psychology*, 26(13), 2365-2373.
- Cooley, E., Toray, T., Wang, M. C., y Valdez, N. N. (2008). Maternal effects on daughters' eating pathology and body image. *Eating Behaviors*, 9(1), 52-61.
- Djafarova, E., y Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1-7.
- Eder, E., Evans, C. C., y Parker, S. (1995). *School talk: Gender and adolescent culture*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press
- Engeln, R., Loach, R., Imundo, M. N., y Zola, A. (2020). Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women. *Body Image*, 34, 38-45.

- Fairburn C. G., Cooper Z., Doll H. A., Norman P. A., y O'Connor M. E. (2000). The natural course of bulimia nervosa and binge eating disorder in young women. *Archives of General Psychiatry*, 57(7), 659 – 665.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., y Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45.
- Fardouly, J., y Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body image*, 12, 82-88.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., y Vartanian, L. R. (2017). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media and Society*, 20, 1380–1395.
- Feltman, C. E., y Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, 78, 311–324.
- Ferguson, C. J., Winegard, B., y Winegard, B. M. (2011). Who is the fairest one of all? How evolution guides peer and media influences on female body dissatisfaction. *Review of General Psychology*, 15(1), 11-28.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140.
- Field, A. E., Cheung, L., Wolf, A. M., Herzog, D. B., Gortmaker, S. L., y Colditz, G. A. (1999). Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics*, 103(3), e36.
- Fitzgerald, J. F., y Lane, R. C. (2000). The role of the father in anorexia. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 30(1), 71-84.
- Francis, L.A. y Birch, L.L. (2005). Maternal influences on daughters' restrained eating behavior. *Health Psychology*, 24(6), 548-554.
- Franzen, U., Florin, I., Schneider, S. y Meier, M. (1988). Distorted body image in bulimic women. *Journal of Psychosomatic Research*, 32(5), 445-450.

- Fredrickson, B. L., y Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206
- Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., y Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in selfobjectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 269–284.
- Fulkerson, J.A., McGuire, M.T., Neumark-Sztainer, D., Story, M., French, S.A. y Perry, C.L. (2002). Weight-related attitudes and behaviors of adolescent boys and girls who are encouraged to diet by their mothers. *International Journal of Obesity*, 26, 1579-1587.
- García-Alonso, I., Jesús, J., Vegas-Miguel, M. I., Sebastián-Vega, C., Sanz-Cid, B., Martínez-Villares, A., y Martín-Martínez, E. (2014). La estructura familiar y los trastornos de la conducta alimentaria. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 42(6), 267-80.
- Griffiths, S., Castle, D., Cunningham, M., Murray, S. B., Bastian, B., y Barlow, F. K. (2018). How does exposure to thinspiration and fitspiration relate to symptom severity among individuals with eating disorders? Evaluation of a proposed model. *Body Image*, 27, 187–195.
- Goldfield, G. S., Moore, C., Henderson, K., Buchholz, A., Obeid, N., y Flament, M. F. (2010). Body dissatisfaction, dietary restraint, depression, and weight status in adolescents. *Journal of School Health*, 80, 186–192.
- González-Vallés, J.E., Barquero-Cabrero, J.D., Caldevilla-Domínguez, D. y Barrientos-Báez, A. (2021) Tipsters and addiction in Spain. Young people's perception of influencers on online sports Gambling. *International Journal of Environmental Research. Public Health* , 18(11).
- Grogan, S. (2008). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. New York: Routledge.
- Halliwel, E. (2013). The impact of thin idealized media images on body satisfaction: Does body appreciation protect women from negative effects? *Body image*, 10(4), 509-514.
- Harrison, K., y Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47, 40–67.

- Haskins J. (2015). Does the 'body positive' movement promote health? Disponible en: <https://www.healthline.com/health-news/does-the-bodypositive-movement-promote-health-081415>
- Heatherton, T. F., & Baumeister, R. F. (1991). Binge eating as escape from self-awareness. *Psychological bulletin*, 110(1), 86-108.
- Heinberg, L., y Thompson, J. K. (1995). Body image and televised images of thinness and attractiveness: A controlled laboratory investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 325–338.
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., y Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100.
- Hogg, M. y Vaughan Graham M. (2010). *Psicología social*. Editorial: Panamericana.
- Holland, G., y Tiggemann, M. (2017). “Strong beats skinny every time”: Disordered eating and compulsive exercise in women who post fitspiration on Instagram. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 76-79.
- Hu, Y., Manikonda, L., y Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *The AAAI Press*, 8(1), 595-598).
- Hunter, E., Kluck, A., Ramon, A., Ruff, E., y Dario, J. (2020). The Curvy Ideal Silhouette Scale: measuring cultural differences in the body shape ideals of young U.S. women. *Sex Roles*, 84(3–4), 238–251.
- Jacobi, C., Hayward, C., de Zwaan, M., Kraemer, H. C., y Agras, W. S. (2004). Coming to terms with risk factors for eating disorders: Application of risk terminology and suggestions for a general taxonomy. *Psychological Bulletin*, 130(1), 19–65.
- Jiménez–Cruz, B. E. y Silva–Gutiérrez, C. (2010). Riesgo para trastorno alimentario, ansiedad, depresión y otras emociones asociadas a la exposición de imágenes publicitarias. *Anales de psicología*, 26(1), 11–17.
- Kaplan, A. M., y Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

- Keery, H., Van den Berg, P., y Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body image*, 1(3), 237-251.
- Kim, M. (2020). Instagram selfie-posting and young women's body dissatisfaction: Investigating the role of self-esteem and need for popularity. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(4).
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., y Anschutz, D. (2018). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*, 21, 93–110.
- Krahe, B., y Krause, C. (2010). Presenting thin media models affects women's choice of diet or normal snacks. *Psychology of Women Quarterly*, 34, 349–355.
- Lew, A. M., Mann, T., Myers, H., Taylor, S., y Bower, J. (2007). Thin-ideal media and women's body dissatisfaction: Prevention using downward social comparisons on non-appearance dimensions. *Sex Roles*, 57, 543–556.
- Lewinsohn P. M., Striegel-Moore R. H., y Seeley J. R. (2000). Epidemiology and natural course of eating disorders in young women from adolescence to young adulthood. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 39(10), 1284 – 1292.
- Lokken, K. L., Worthy, S. L., y Trautmann, J. (2004). Examining the links among magazine preference, levels of awareness and internalization of sociocultural appearance standards, and presence of eating-disordered symptoms in college women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(4), 361-381.
- Mair, C. (2018). *The psychology of fashion*. Routledge.
- Malighetti, C., Sciara, S., Chirico, A., y Riva, G. (2020). Emotional Expression of #body on Instagram. *Social Media+ Society*, 6(2).
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., y Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., y Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69.

- Martín, L. R., Martín, I. R., y Sastre, D. M. (2021). Los Influencers Virtuales como herramienta publicitaria en la promoción de marcas y productos. Estudio de la actividad comercial de Lil Miquela. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 69-90.
- Major, B., Testa, M., y Bylsma, W. H. (1991). Responses to upward and downward social comparisons: The impact of esteem-relevance and perceived control. In J. M. Suls y T. A. Wills (Eds.), *Social comparison: Contemporary theory and research*, 237–260. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- McCarthy, M. (1990). The thin ideal, depression and eating disorders in women. *Behaviour research and therapy*, 28(3), 205-214.
- McComb, S. E., y Mills, J. S. (2022). The effect of physical appearance perfectionism and social comparison to thin-, slim-thick-, and fit-ideal Instagram imagery on young women's body image. *Body Image*, 40, 165-175.
- Mills, J. S., Shannon, A., y Hogue, J. (2017). Beauty, body image, and the media. *Perception of beauty*, 145-157.
- Moradi, B., y Huang, Y. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 377–398.
- Muttarak, R. (2018). Normalization of plus size and the danger of unseen overweight and obesity in England. *Obesity*, 26(7), 1125-1129.
- Neumark-Sztainer, D., Paxton, S. J., Hannan, P. J., Haines, J., y Story, M. (2006). Does body satisfaction matter? Five-year longitudinal associations between body satisfaction and health behaviors in adolescent females and males. *Journal of Adolescent Health*, 39(2), 244–251.
- Newcomb, A. F., Bukowski, W. M., y Pattee, L. (1993). Children's peer relations: a meta-analytic review of popular, rejected, neglected, controversial, and average sociometric status. *Psychological bulletin*, 113(1), 99.
- Newman, D. L., Moffitt, T. E., Caspi, A., Magdol, L., Silva, P. A., y Stanton, W. R. (1996). Psychiatric disorder in a birth cohort of young adults: prevalence, comorbidity, clinical significance, and new case incidence from ages 11 to 21. *Journal of consulting and clinical psychology*, 64(3), 552.

- Oliver, K. K., y Thelen, M. H. (1996). Children's perceptions of peer influence on eating concerns. *Behavior Therapy*, 27(1), 25-39.
- Panjrath, M. Y., y Tiwari, S. (2021). “Why Them, Not Me?”: A Study Exploring the Impact of Following Fashion Influencers on Instagram on Body Image Satisfaction of Adolescent Girls and Middle-aged Women. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 25(02).
- Paxton, S. J., Schutz, H., Wertheim, E. H., y Muir, S. L. (1999). Friendship clique and peer influences on body image concerns, dietary restraint, extreme weight-loss behaviors, and binge eating in adolescent girls. *Journal of Abnormal Psychology*, 108, 255–266
- Pedalino, F., y Camerini, A. L. (2022). Instagram use and body dissatisfaction: The mediating role of upward social comparison with peers and influencers among young females. *International journal of environmental research and public health*, 19(3), 1543.
- Peters, L. D. (2014). You are what you wear: How plus-size fashion figures in fat identity formation. *Fashion Theory*, 18, 45–71.
- Pike, K.M. y Rodin, J. (1991). Mothers, daughters, and disordered eating. *Journal of Abnormal Psychology*, 100(2), 198-204.
- Polivy J. y Herman, C. P. (2002). Causes of Eating Disorders. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 187–213.
- Proctor, L. y Morley, S. (1986). Demand characteristics in body size estimation in anorexia nervosa. *British Journal of Psychiatry*, 149(1), 113-118.
- Puertas, D. G. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista española de comunicación en salud*, 11(2), 244-254.
- Ratwatte, P., y Mattacola, E. (2021). An exploration of ‘fitspiration’ content on YouTube and its impacts on consumers. *Journal of health psychology*, 26(6), 935-946.
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., y Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71.

- Rodgers, R. F., McLean, S. A., y Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: Implications for the tripartite influence model. *Developmental Psychology*, 51, 706–713.
- Rome, E.S., Amuerman, S., Rosen, D.S., Keller, R.J., Lock, J., Mammel, K.A., O'Toole, J., Mitchell, J., Sanders, M.J., Sawyer, S.M., Schneider, M., Sigel, E. y Silber, T.J. (2003). Children and adolescents with eating disorders: the state of the art. *Pediatrics*, 111(1), 98-108
- Romo, L. F., Mireles-Rios, R., y Hurtado, A. (2016). Cultural, media, and peer influences on body beauty perceptions of Mexican American adolescent girls. *Journal of Adolescent Research*, 31(4), 474–501
- Sayin, A., y Kuruoğlu, A. C. (2004). A male anorexia nervosa case and its discussion from dynamic point of view. *Turkish Journal of Psychiatry*, 15(2), 155-160.
- Schilder, P. (1935). *The image and appearance of the human body; studies in the constructive energies of the psyche*. London: Kegan Paul.
- Selvini-Palazzoli, M., Cirillo, S., Selvini, M. y Sorrentino, A.M. (1999). *Muchachas anoréxicas y bulímicas*. Barcelona: Paidós Terapia Familiar.
- Shafran, R., Cooper, Z., y Fairburn, C. G. (2002). Clinical perfectionism: A cognitive–behavioural analysis. *Behaviour Research and Therapy*, 40(7), 773-791.
- Sherlock, M., y Wagstaff, D. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Media and Popular Culture*, 8, 482–490.
- Shepherd H., y Ricciardelli L. A. (1998). Test of Stice's dual pathway model: dietary restraint and negative affect as mediators of bulimic behavior. *Behaviour Research and Therapy*, 36(3), 345-352.
- Shroff, H., y Thompson, J. K. (2006). The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A replication with adolescent girls. *Body image*, 3(1), 17-23.
- Slade, P. D. (1994). What is body image?. *Behaviour Research and Therapy*, 32(5), 497-502.

- Statista. (2023). *Número de usuarios activos mensuales de Instagram en el mundo 2021-2026*. Recuperado el 27/04/2023.
- Stice E. (2010). A prospective test of the dual pathway model of bulimic pathology: mediating effects of dieting and negative affect. *Journal of Abnormal Psychology*, 110, 124 – 35
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 128, 825–848.
- Stice, E., Marti, C. N., y Durant, S. (2011). Risk factors for onset of eating disorders: Evidence of multiple risk pathways from an 8-year prospective study. *Behaviour Research and Therapy*, 49(10), 622–627.
- Stice, E., y Shaw, H. E. (1994). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women, and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 13, 288–308
- Stice, E., y Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), 985-993.
- Stoeber, J., y Stober, F. S. (2009). Domains of perfectionism: prevalence and relationships with perfectionism, gender, age, and satisfaction with life. *Personality and Individual Differences*, 46, 530–535.
- Strauss, R.S. y Knight, J. (1999). Influence of the home environment on the development of obesity in children. *Pediatrics*, 103(6), 1-8.
- Swami, V., Weis, L., Barron, D., y Furnham, A. (2018). Positive body image is positively associated with hedonic (emotional) and eudaimonic (psychological and social) well-being in British adults. *The Journal of social psychology*, 158(5), 541-552.
- Talbot, C. V., Gavin, J., Van Steen, T., y Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of eating disorders*, 5(1), 1-8.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. F. Cash, & L. Smolak (Eds.). *Body image: A hand book of science, practice, and prevention* (pp. 12–20). New York: The Guilford Press.

- Tiggemann, M., y Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body image*, 27, 61-66.
- Tiggemann, M., Churches, O., Mitchell, L., y Brown, Z. (2018). Tweeting weight loss: A comparison of #thinspiration and #fitspiration communities on Twitter. *Body image*, 25, 133-138.
- Tiggemann, M. y Lowes, J. (2002). Predictors of maternal control over children’s eating behaviour. *Appetite*, 39, 1-7.
- Tiggemann, M., y McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women’s mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 23-44.
- Tiggemann, M., y Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls’ weight satisfaction and drive for thinness. *Sex roles*, 63, 79-90.
- Tiggemann, M., y Polivy, J. (2010). Upward and downward: Social comparison processing of thin idealized media images. *Psychology of Women Quarterly*, 34(3), 356-364.
- Tiggemann, M., y Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46, 630–633.
- Tiggemann, M., y Slater, A. (2014). NetTweens: The Internet and body image concerns in preteenage girls. *Journal of Early Adolescence*, 34, 606–620.
- Tiggemann, M., y Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body image*, 15, 61-67.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Thompson, J. K., y Stice, E. (2001). Internalization of the thinideal: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10, 181–183.
- Turner, P., y Lefevre, C. (2017). O uso do Instagram está associado ao aumento dos sintomas da ortorexia nervosa. *Coma desordem de peso*, 22(2), 277-284.

- Tur-Viñes V., Núñez-Gómez P., y González-Río M. J. (2018): “Menores influyentes en YouTube. Un espacio para la responsabilidad”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1211 - 1230.
- Tylka, T. L., y Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body image*, 14, 118-129.
- Velázquez, V. V., y Martínez, L. M. R. (2013). El papel de la madre en los trastornos de la conducta alimentaria: una perspectiva psicosocial. *Psicología y salud*, 23(1), 15-24.
- Webb, J. B., Vinoski, E. R., Bonar, A. S., Davies, A. E., & Etzel, L. (2017). Fat is fashionable and fit: A comparative content analysis of Fatspiration and Health at Every Size® Instagram images. *Body image*, 22, 53-64.
- Wick, M. R., y Harriger, J. A. (2018). A content analysis of thinspiration images and text posts on Tumblr. *Body image*, 24, 13-16.
- Wolf, M., Sims, J., y Yang, H. (2018). Social media? What social media?. *Association for Information Systems Electronic Library (AISEL)*.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106, 231–248.
- Yang, H., y Stoeber, J. (2012). The physical appearance perfectionism scale: development and preliminary validation. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 34, 69–83.