

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS  
Y DE LA COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2021-2022

**¿Influencers de TCAs?**

**TESTIMONIOS EN TORNO A LA INFLUENCIA DE  
LAS REDES SOCIALES EN LA AUTOIMAGEN**

MODALIDAD DISERTACIÓN

Cristina Casero Benito

Tutor/a académico/a: Susana de Andrés del Campo

SEGOVIA, junio de 2022



## **RESUMEN**

En el presente trabajo se examinan posibles influencias de la publicidad y las redes sociales en los Trastornos de Conducta Alimentaria.

Los casos registrados de este tipo de trastornos definen el marco de riesgos de adolescentes y jóvenes en nuestra sociedad.

La publicidad y las redes sociales se han convertido en un instrumento de transmisión de modelos estéticos y corporales. Diversos estudios están demostrando los efectos que las redes sociales pueden tener en la salud mental de las personas que siguen y usan de manera activa estas plataformas. A través de un focus group con mujeres de entre 18 y 22 años se recogen testimonios sobre la influencia percibida de la publicidad y las redes sociales en la autoimagen. Se comprueba la presión que se siente en diferentes aspectos como tallas o miedo al juicio de otras personas.

## **PALABRAS CLAVE**

Salud mental, trastornos de la conducta alimentaria, redes sociales, publicidad, delgadez, anorexia.

## **ABSTRACT**

In the present work, the possible influences of advertising and social networks on Eating Disorders are examined.

The registered cases of this type of disorders define the risk framework for adolescents and young people in our society.

Advertising and social networks have become an instrument for transmitting aesthetic and body models. Several studies are showing the effects that social networks can have on the mental health of people who actively follow and use these platforms. Through a focus group with women between 18 and 22 years old, testimonies are collected about the perceived influence of advertising and social networks on self-image. The pressure felt in different aspects such as sizes or fear of other people's judgment is checked.

## **KEYWORDS**

Mental health, Eating disorder, social networks, advertising, thinness, anorexia.

## ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>CONTEXTO DE ESTUDIO.....</b>	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>MARCO CONCEPTUAL</b>	
3.1.	<i>TCA.....</i>	9
3.2.	<i>Evolución del término.....</i>	10
3.3.	<i>Clasificación de los diferentes tipos de TCA.....</i>	11
3.3.1.	Anorexia nerviosa .....	12
3.3.2.	Bulimia nerviosa.....	13
3.3.3.	Trastorno por atracón.....	14
<b>4.</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	
4.1.	OBJETIVOS, HERRAMIENTA Y MUESTRA DE ESTUDIO.....	17
4.2.	ESTRUCTURA DEL FOCUS GROUP.....	17
<b>5.</b>	<b>RESULTADOS</b>	
5.1.	PREGUNTAS DE PARTIDA.....	20
5.2.	SEGUIMIENTO DE <i>INFLUENCERS</i> .....	21
5.3.	INFLUENCIA DE LAS MODAS EN LA AUTOIMAGEN.....	22
5.4.	TRASTORNOS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA.....	22
5.5.	EXPERIENCIAS PERSONALES.....	23
5.6.	PENSAMIENTO CRÍTICO.....	24
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>26</b>
<b>7.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>28</b>

## 1. INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

Según el manual publicado por Cruz Roja (s/f) “Las estadísticas arrojan datos escalofriantes: se estima que una de cada 100 adolescentes padecen anorexia nerviosa y 4 de cada 100 tiene bulimia nerviosa”. Según la ACAB<sup>2</sup> los trastornos alimentarios son padecidos por un hombre por cada nueve mujeres. El mayor riesgo lo presentan las adolescentes (entre 12 y 18 años) que practican un deporte con altas exigencias estéticas como el ballet o la gimnasia.

Estos datos coinciden con que, en la actualidad, a través de los medios de comunicación y de nuestra propia cultura, se refuerza la idea de que para ser aceptadas socialmente, las personas, especialmente las mujeres, debemos estar delgadas (op. cit.). Las redes sociales y la presión social están siendo analizadas como factores que influyen en la mayor vulnerabilidad fisiológica a presentar un cuadro de TCA (ACAB, op.cit.)

Según el estudio de Díaz, Quintas & Muñiz ( 2010, p. 245) la publicidad y la moda son dos de los factores socioculturales que pueden influir en ciertos trastornos de la conducta alimentaria por la exhibición de cuerpos extremadamente delgados. La asunción de estos cuerpos mediáticos como reales puede generar situaciones de insatisfacción o frustración en los receptores de los mensajes hasta llegar a casos extremos como el de la anorexia. En encuestas realizadas en 2018-19 la ACAB (op.cit.) encontraba que el 40% de los/as estudiantes entre 12 y 16 años cambiarían alguna parte de su cuerpo, casi el mismo porcentaje que quienes decían haber recibido algún insulto o burla por su cuerpo. El 23% ya hacían alguna dieta y el 8% creía que podía tener algún tipo de trastorno alimentario.

El presente trabajo corresponde al Trabajo de fin de Grado desarrollado en 4º curso de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Valladolid durante el curso 2021/2022. La finalidad de este proyecto es indagar en cómo los medios de comunicación y las redes sociales pueden tener relación con problemas en las

---

<sup>1</sup> Este trabajo ha sido elaborado en el marco del Proyecto Internética: “Verdad y ética en las redes sociales. Percepciones e influencias educativas en jóvenes usuarios de Twitter, Instagram y Youtube”, proyecto I+D+i subvencionado por el MCINN (PID 2019-104689RB-I00).

<sup>2</sup> Asociación contra la Anorexia y la Bulimia. <https://www.acab.org>

conductas alimentarias de los y las jóvenes. Es importante conocer cómo influyen estos canales en los comportamientos que tienen los jóvenes y cómo impactan en su salud mental y física.

El trabajo está distribuido en diferentes apartados, donde se desarrollarán los aspectos teóricos, los resultados y las conclusiones obtenidas en la investigación.

En primer lugar, el marco teórico se basará en un análisis sobre los Trastornos de Conducta Alimentaria como son la anorexia, la bulimia o los trastornos de autoimagen. Además, se incluirá una justificación del abordaje del tema.

En segundo lugar, se formula el objetivo general y específicos que se pretenden lograr con esta investigación. Así mismo, se incluirá de forma detallada la hipótesis y la metodología utilizada para la recogida de información y el análisis de los datos obtenidos.

En otro apartado se mostrará el análisis y resultados de tal forma que den respuesta a los objetivos planteados al principio. Para finalizar, se extraerán conclusiones.

La razón que me ha llevado a realizar este trabajo de investigación es en un primer lugar, el interés personal hacia esta temática. Y en segundo lugar, los TCA son un conjunto de enfermedades que no parecen tener la atención mediática y social al nivel de su prevalencia. Actualmente muchos jóvenes sufren anorexia o bulimia en silencio o sin el apoyo social necesario. La incomprensión social hacia la naturaleza de estos problemas hace que las personas cercanas no puedan ayudar o incluso agraven la situación con sus comentarios o juicios. Con la llegada de las redes sociales, los casos se han disparado debido a la vez que se exponen patrones físicos y de belleza inalcanzable. Por lo tanto, con esta investigación se pretende dar visibilidad a cómo afectan estos canales de comunicación a los TCA y los riesgos que acarrear.

## **2. CONTEXTO DEL ESTUDIO**

Cuerpos de escándalo en publicidad. En redes sociales encontramos comentarios y llamadas de atención que hacen que las personas acaben adoptando nuevas formas de modificar su cuerpo que pueden acabar en problemas para la salud o dietas que se convierten en traiciones a una misma. Durante la pandemia han aumentado los Trastornos de Conducta Alimentaria,

haciendo que las personas que ya lo sufrían empeorasen y que otras muchas cayeran en sus garras. Las redes sociales tienen más importancia desde la COVID-19 debido a que constituyeron canales de comunicación ante la falta de contacto y proximidad. Esto ha hecho que la relación entre redes sociales y trastornos de conducta alimentaria vayan de la mano y se hayan intensificado. Samantán y Ruiz-Lázaro (2021) realizaron un estudio transversal con el objetivo de determinar los comportamientos en niños y adolescentes en una unidad de Trastorno de Conducta Alimentaria durante la pandemia en comparación con el mismo período en el año anterior; como conclusión pudieron ver cómo a 61 pacientes se les asignaron TCA (Trastorno de la Conducta Alimentaria) durante el periodo que comprende el 1 de enero y 31 de diciembre de 2019 y en este mismo periodo, pero del año siguiente 71 personas fueron diagnosticadas con esta enfermedad. La incidencia de anorexia nerviosa aumentó durante el confinamiento en un 53,3%, llegando a la conclusión de que durante el período de pandemia los más jóvenes se han visto afectados por este trastorno y ha ido asociado a una mayor pérdida de peso.

La adolescencia es una etapa muy complicada para muchas personas jóvenes, es un período que conlleva muchos cambios físicos, entre ellos la preocupación por su aspecto corporal. La insatisfacción con el cuerpo hace que las mujeres busquen una figura delgada y estilizada, frente a los hombres que buscan una definición corporal. Actualmente, la cultura occidental promueve la belleza corporal como meta para conseguir el éxito social. Una consecuencia observable es la importancia que los jóvenes dan a su cuerpo. En el intento por alcanzar el ideal estético unido a otros factores de salud mental está produciendo un aumento en los casos de trastornos de la conducta alimentaria en la población adolescente. Por ello, los efectos en la salud asociados a una autovaloración de la imagen corporal insatisfactoria han tenido una creciente atención en los últimos años. La insatisfacción corporal se incluye en la evaluación de las condiciones de salud mental de la población ya que se ha revelado como un buen indicador de diagnóstico en desórdenes alimenticios como la anorexia y la bulimia en población española adulta y adolescente. Poseer una satisfacción corporal alta disminuye el riesgo de padecer patologías de la conducta alimentaria ( Martínez y Veiga, 2007, p.254)

Estas conductas hacen que muchos jóvenes corran el riesgo de llegar a padecer TCA como, por ejemplo, anorexia nerviosa o bulimia, así como otros efectos o factores asociados, como estado de ánimo irritable, fatiga, depresión y en algunos casos el riesgo de suicidio.



En España, según un estudio realizado por la Fundación Fita, una entidad sin ánimo de lucro que se dedica a la prevención, sensibilización y comprensión de los problemas de salud mental, aproximadamente 400.000 personas han desarrollado problemas de alimentación, entre ellos 300.000 chicos y chicas de entre 12 y 24 años. Esto ha hecho que los ingresos hospitalarios por TCA (Trastornos de la Conducta Alimentaria) hayan aumentado un 20% durante la crisis sanitaria y se haya convertido en la tercera causa de enfermedad crónica durante la pandemia.

Tanto la televisión como la publicidad regalan a la sociedad ideales de belleza difíciles de alcanzar, en sus anuncios incluyen modelos de cuerpos delgados y esbeltos que en muchas ocasiones no sabemos los problemas de salud que esconden. En muchos casos, las personas se sienten presionadas por estas representaciones de cuerpos y se obligan a mantener su figura dentro de estos cánones de belleza imposibles de alcanzar.

Determinadas campañas han trabajado en otra dirección, intentando incorporar modelos y personas con otras tallas, incorporando la diversidad social en sus representaciones.. Así se ha hecho un hueco el fenómeno denominado *Curvy*, abriendo la escena a personas, sobre todo mujeres que anteriormente habían sido invisibilizadas en los medios de comunicación o incluso limitadas en sus posibilidades de éxito social. El fenómeno *curvy* ha logrado lo que Manovich (2016) define como estrategias comunicativas, unas estrategias basadas en la creación de sus propias formas de comunicar. Han logrado realizar campañas de publicidad donde exponen sus cuerpos sin avergonzarse y demostrar a la sociedad que no existe ese canon de belleza que la ciudadanía ha impuesto durante muchos años. Pero estas representaciones también han sido cuestionadas por el riesgo de erotizar la obesidad o modelos que tampoco representan patrones saludables.

Como explicaba Antonio Caro, La publicidad ha terminado por ser, para la inmensa mayoría de nosotros, esa compañía reconfortante que nos proyecta las 24 horas del día imágenes idealizadas de nosotros mismos con las que secretamente nos identificamos.(2010, p. 12).

El discurso publicitario que ahora también se ha trasladado a redes sociales propone a través de sus modelos, que los cuerpos humanos tienen que ser delgados independientemente de los problemas de salud que puede acarrear esto, por ejemplo, ansiedad emocional por no llegar al canon de belleza expuesto y sentir rechazo por parte de la sociedad.

Instagram es la red social que cada vez se hace más popular, el consumo ha aumentado en un 83% respecto al 81% que se dio en el año 2020, y donde numerosos usuarios comparten publicaciones y su día a día. En la actualidad ciertos trastornos de conducta alimentaria están relacionados con la visualización de esta plataforma.

Además de Instagram se han creado páginas donde encontramos personas afectadas por este trastorno o que están en riesgo de padecerlo.

Estas webs “Presentan contenidos muy peligrosos. Desde compartir «trucos» para ocultar la enfermedad a padres y amigos, hasta darse «ánimos» para conseguir una pérdida de peso, o la realización, por ejemplo, de «carreras de kilos», consistentes en competir para ver quién pierde más peso en un período de tiempo determinado. También suelen colgar fotografías de chicas excesivamente delgadas y el tono de los mensajes de estas webs suele ser negativo hacia uno mismo, incitando al autocastigo no sólo mediante conductas nocivas en cuanto a la alimentación, sino también hacia la valoración sobre uno mismo, a menudo cercana al desprecio del propio cuerpo y de la propia persona” (Associació contra L 'Anorèxia i la Bulímia, 2020).

En el año 2019, el consejo ejecutivo catalán aprobó el decreto ley que modifica el Código de Consumo de Cataluña, con el se quiere conseguir perseguir y sancionar los contenidos que hacen apología a los trastornos alimentarios, como son la anorexia y la bulimia, conseguir así que se dejen de crear páginas webs, blogs de internet e incluso redes sociales que inciten a este tipo de enfermedades relacionadas con la alimentación.

### **3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **3.1. TCA**

Los Trastornos de Conducta Alimentaria se encuentran definidos tanto en la Organización Mundial de la Salud (OMS) como en la American Psychiatric Association (APA).

La divulgación de la definición de este concepto se lleva a cabo desde que se clasifican las enfermedades mentales de la mano del comité de APA en 1952. Para que esta idea se utilizara en el campo clínico, se realizó el Manual Diagnóstico y Estadístico y de las Enfermedades Mentales. Más tarde, en la sexta edición del CIE, la OMS incorpora las enfermedades

mentales en un apartado diferente al resto, lo que hace que los TCA tengan mayor relevancia y empiecen a ser importantes.

La definición que proporcionó el Manual Diagnóstico y Estadístico de los trastornos mentales de la American Psychiatric Association (2013) fue: “Los trastornos de la conducta alimentaria se caracterizan por una alteración persistente en la alimentación o en el comportamiento relacionado con la alimentación que lleva a una alteración en el consumo o en la absorción de los alimentos y que causa un deterioro significativo de la salud física o del funcionamiento psicosocial.”

En este manual se clasifican los trastornos mentales con criterios que van dirigidos a la facilitación de un diagnóstico fiable.

La definición de trastornos mentales, según la American Psychiatric Association (2013) es la siguiente: “Un trastorno mental es un síndrome caracterizado por una alteración clínicamente significativa del estado cognitivo, la regulación emocional o el comportamiento del individuo que refleja una disfunción de los procesos psicológicos, biológicos o del desarrollo que subyacen en su función mental.”

Existen innumerables tipos de TCA, pero los más prevalentes son: la Anorexia Nerviosa (AN), la Bulimia Nerviosa (BN) y el Trastorno por Atracón.

### 3.2. Evolución del término

Cuando hablamos de TCA hablamos de la historia de la humanidad. Desde su aparición y consolidación como ser humano, la alimentación ha sido una necesidad además de un rasgo cultural, social y religioso.

A día de hoy, los Trastornos de Conducta Alimentaria, podrían describirse, según el DSM-IV.TR, como trastornos en los que la conducta alimentaria está alterada, pero, sobre todo, que lo está como consecuencia de los dramáticos intentos que el paciente hace por controlar su peso y su cuerpo. También hay que destacar, que en el DSM-5 el apartado donde se habla de trastornos alimentarios se ha eliminado esta palabra y se ha impuesto la denominación más común en la actualidad que es Trastornos de la Conducta Alimentaria y de la ingesta de alimentos, y de esta

manera se puede hablar tanto de las alteraciones alimentarias que conlleva a tener problemas de salud y de los problemas de consumo y absorción del alimento.

Cuando hablamos del término de Anorexia Nerviosa tenemos que retomarnos hasta la Edad Media que es cuando se conoce el primer caso. Catalina de Siena con 26 años tenía un único deseo, dedicar su vida al señor, pero este sueño se topó con algo que no esperaba y es que su padre quería casarla. Esto hizo que la protagonista se encerrara en su cuarto y dejó de comer hasta que logró dedicar su vida a la palabra del señor. El problema fue que ingresó con muy bajo peso y murió por anorexia a los 28 años.

Después de esto, los casos de anorexia aumentaron en la década de los 50 y 60 de forma discreta debido a que es algo que incluso en la actualidad no está bien visto. En estas décadas, la característica principal era la reducción de la ingesta de alimentos por motivos religiosos, pero a partir del siglo XIX, empezamos a hablar del miedo a engordar como la primera causa del trastorno.

La real disputa quien describió el término por primera vez este trastorno está entre Ernest Charles Lasége con su artículo *De l' anorexie hysterique* de abril de 1873 y Sir William Whitey Gull con su conferencia *Anorexia nervosa (apepsia hysterica)* de octubre de 1873 ( Almenara, 2003).

En segundo lugar, tenemos la Bulimia Nerviosa. Al hablar de este término nos remontamos a la época de la antigua Roma, donde los romanos practicaban el vómito después de un banquete. A lo largo de los años han aparecido numerosas descripciones sobre este término, pero no fue hasta 1979 cuando Rusell publicó la primera descripción clínica exacta de la enfermedad. En su trabajo describió 30 pacientes con peso normal que además de un intenso temor a engordar presentaban atracones y vómitos. La llamó en su momento “bulimia nerviosa, una variante ominosa de la anorexia nerviosa” ( Rava & Silber, 2004).

### 3.3. Clasificación de los diferentes tipos de TCA

Como se ha mencionado con anterioridad los principales TCA son: la Anorexia Nerviosa, la Bulimia Nerviosa y el Trastorno por Atracón ( Fernández Rojo, 2015).

### **3.3.1. Anorexia Nerviosa**

La anorexia nerviosa es el Trastorno de la Conducta Alimentaria más reconocido a nivel mundial y se define como restricción de la ingesta energética en relación con las necesidades, que conducen a un peso corporal significativamente bajo con relación a la edad, el sexo, el curso del desarrollo y la salud física. Peso significativamente bajo se define como un peso que es inferior al mínimo normal o, en niños y adolescentes, inferior al mínimo deseado (DSM-V, 2014).

Cuando hablamos de este trastorno hacemos referencia a dos tipos:

- Tipo restrictivo: Hace referencia a una serie de factores que hacen que la persona limite su ingesta alimentaria, haga dietas muy restrictivas, ayunos que se exceden en el tiempo y realizan ejercicio de manera compulsiva. Estos pacientes no recurren a la expulsión del alimento después de su ingesta.
- Tipo compulsivo/purgativo: Son pacientes que acuden a purgas o atracones ya sea de manera puntual o sistemática ante los sentimientos de culpa por haber ingerido cierta cantidad de alimento y de esta manera consiguen evitar el aumento de peso.

Los criterios de diagnóstico de la anorexia nerviosa serían los siguientes (Aguinaga, Fernández & Varo, 2000):

- Peso inferior al 85% del valor mínimo normal, considerada la edad y la talla.  
La pérdida de peso se debe a la restricción o evitación de alimentos que engordan, o a prácticas de vómitos autoprovocados, al uso de laxantes, al ejercicio excesivo y/o al consumo de anorexígenos o diuréticos.
- Miedo intenso a ganar peso, estando incluso por debajo del peso normal.
- Distorsión de la imagen corporal, exagera su importancia en la autoevaluación.

- Negación del peligro que comporta el bajo peso corporal.
- Amenorrea de, al menos, tres ciclos menstruales consecutivos. Así mismo pueden presentarse concentraciones altas de la hormona del crecimiento y de cortisol, alteraciones del metabolismo periférico de la hormona tiroidea y anomalías en la secreción de insulina.

### **3.3.2. Bulimia nerviosa**

La bulimia nerviosa se definiría como una alteración alimentaria causada por la ansiedad e intranquilidad excesiva por el peso corporal y la apariencia física.

La característica principal de este trastorno sería la ingesta excesiva de alimentos para seguidamente provocarse el vómito, aunque también se utilizan laxantes, dietas excesivas y/o abuso del ejercicio físico para controlar el peso.

Aunque la bulimia por sí sola no produce pérdidas de peso importantes, si conlleva tener problemas gastrointestinales e hipopotasemias ( concentraciones bajas de potasio en sangre) graves, así como enfermedades dentales.

Al hablar de las causas de la bulimia nerviosa, Martín-Romo ( 2015) nos explica que son desconocida, pero suelen ser una combinación de factores biológicos, sociales y psicológicos:

- Factores biológicos: Cuando hay una alteración de los neurotransmisores cerebrales o una vulnerabilidad genética.
- Factores sociales: Reciben cierta presión social y cultural del entorno que les rodea, además pueden sentir cierto rechazo por parte de su familia.
- Factores psicológicos: Las personas con esta enfermedad presentan alteraciones en su conducta y pueden ser individuos impulsivos, irritados, además de trastornos de personalidad.

Respecto a los criterios de diagnóstico de la Bulimia Nerviosa según el DSM-V (2014):

- Episodios recurrentes de atracones. Un episodio de atracón se caracteriza por los dos hechos siguientes:

- Ingestión, en un periodo determinado (p. ej., dentro de un periodo cualquiera de dos horas), de una cantidad de alimentos que es claramente superior a la que la mayoría de las personas ingerían en un periodo similar en circunstancias parecidas.
- Sensación de falta de control sobre lo que se ingiere durante el episodio (p. ej., sensación de que no se puede dejar de comer o controlar lo que se ingiere o la cantidad de lo que se ingiere)
- Comportamientos compensatorios inapropiados recurrentes para evitar el aumento de peso, como el vómito autoprovocado, el uso incorrecto de laxantes, diuréticos u otros medicamentos, el ayuno o el ejercicio excesivo.
- Los atracones y los comportamientos compensatorios inapropiados se producen, de promedio, al menos una vez a la semana durante tres meses.
- La autoevaluación se ve indebidamente influida por la constitución y el peso corporal.
- La alteración no se produce exclusivamente durante los episodios de anorexia nerviosa.

### **3.3.3. Trastorno por atracón**

El trastorno por atracón se caracteriza por la aparición de episodios de ingesta compulsiva (atracones) que se definen por dos características esenciales, la ingesta en poco tiempo de una cantidad de comida excesiva y la pérdida de control sobre esa ingesta. También existe malestar respecto a los atracones y ausencia de conductas compensatorias (que son características de la bulimia nerviosa). El trastorno por atracón está asociado con obesidad y con una elevada comorbilidad psiquiátrica y médica (Hudson, Hiripi, Pope y Kessler, 2007).

Pero no todas las personas obesas presentan una ingesta excesiva por atracones. Suelen asociarse a problemas psiquiátricos, como la depresión, angustia, pero no tiene por qué ir de la mano del peso corporal.

El diagnóstico que propone el DSM-V (2014) es el siguiente:

- Episodios recurrentes de atracones. Un episodio de atracón se caracteriza por los dos hechos siguientes:
  - Ingestión, en periodo determinado (p. ej., dentro de un periodo cualquiera de dos h), de una cantidad de alimentos que es claramente superior a la que la mayoría de las personas ingerirían un periodo similar en circunstancias parecidas.
  - Sensación de pérdida de falta de control sobre lo que se ingiere durante el episodio (p. ej. sensación de que no se puede dejar de comer o no se puede controlar la cantidad de lo que se ingiere)

Los episodios de atracones se asocian a tres (o más) de los hechos siguientes:

- Comer mucho más rápidamente de lo normal
- Comer hasta sentirse desagradablemente lleno
- Comer grandes cantidades de alimentos cuando no se siente hambre físicamente
- Comer a solas debido a la vergüenza que se siente por la cantidad que se ingiere
- Sentirse luego a disgusto con uno/a mismo/a, deprimido/a o muy avergonzado/a
- Malestar intenso respecto a los atracones
- Los atracones se producen, de promedio, al menos una vez a la semana durante tres meses



## 4. METODOLOGÍA

El estudio parte de una serie de preguntas de partida:

En primer lugar, ¿Qué relaciones existen entre el aumento de los trastornos de conducta alimentaria y el aumento de consumo de redes digitales?

Seguido de la pregunta: ¿Qué opinión tienen las personas jóvenes usuarias de redes digitales sobre la influencia en la autoimagen? ¿Se sienten bien con su cuerpo? ¿Sienten presión por tener que exponerse en redes digitales? ¿Se someterían a dietas, prácticas o intervenciones estéticas para mejorar su imagen?

La investigación tiene un objetivo general:

El estudio se propone indagar en la percepción de las mujeres jóvenes con estudios sobre las presiones estéticas y prácticas arriesgadas para encajar en el canon estético que promueven muchos contenidos de las redes digitales.

Y además unos objetivos específicos:

Recoger testimonios de la percepción y experiencia de mujeres jóvenes, con estudios y capacidad crítica sobre la influencia que ejercen los patrones estéticos de las redes digitales como Instagram en su propio cuerpo: desde inversiones económicas en productos estéticos, y la relación con la moda, las marcas y las tallas hasta el riesgo de caer en trastornos.

Para alcanzar los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación, usaremos una metodología cualitativa.

En la *metodología de la investigación cualitativa*, el científico social que privilegia el paradigma cuantitativo gusta de estructurar tanto las preguntas como las respuestas en orden a simplificar el proceso cualitativo de los datos. Entre ellas, se encuentra la espontaneidad de las respuestas, además de las ideas e información que ofrece y la autenticidad de las respuestas y opiniones. Utilizando esta técnica completamos la información obtenida en la investigación y añadiremos mayores resultados al análisis de los datos (Ruiz, 2012, pg.13)

Se ha elegido el focus group online como técnica de investigación cualitativa debido a que es la más adecuada para el perfil de estudio y a los medios que ofrece. Esta metodología tiene como objetivo conocer las opiniones de personas usuarias de estas redes sobre cómo puede llegar a afectar la publicidad y las redes sociales a la vida de las personas.

Algunos autores como por ejemplo Soler (1990) considera el focus group uno de los métodos más eficaces a la hora de proporcionar conocimientos y una comprensión profunda de las necesidades, actitudes, comportamientos y deseos del consumidor.

#### 4.1.Objetivos,herramienta y muestra de estudio

El focus group diseñado se aplica a una muestra de estudio, personas de entre 18 y 22 años, son mujeres con un nivel económico medio, cada una de ellas estudia una cosa diferente, desde peluquería hasta dietética y nutrición y todas de ellas utilizan Instagram pero es cierto que la mayoría de ellas coincide en que lo utilizan en gran medida para informarse de la vida de los demás no para publicar la suya propia.

#### 4.2, Estructura del focus group

La consulta está compuesta por seis partes:

##### - **Presentación**

En una primera parte, se contextualizará la dinámica en el contexto de estudio de este trabajo de fin de grado, se introducirá el tipo de dinámica, el tiempo de duración, y se dará paso a las presentaciones personales.

##### - **Seguimiento de influencers**

En una segunda parte se lanzarán preguntas generales:

- ¿Qué *influencers* sigues?, ¿Crees que les sigues porque realmente te gusta su contenido o porque quieres ser como él/ella?
- ¿Te parecen físicamente atractivos/as?
- ¿Te gustaría parecerle a ellos/ellas o tener su físico?.

- **La influencia de las modas en la autoimagen**

Se presentarán datos sobre cómo las propias tiendas de moda son capaces de crear inseguridades a las más jóvenes, algo influido por las tallas, la incomodidad del tipo de prendas y calzado que venden, etc.

Para saber cómo afecta esto, se lanzarán las siguientes preguntas:

- ¿Te dejas influir por la talla? Es decir, si vas a una tienda y por ejemplo te pruebas unos pantalones y son la talla 40 y tú de “normal” utilizas la 38, ¿Te los compras o no te los compras porque son una talla superior a la que utilizas de “normal”?
- ¿Te propones adelgazar para entrar en determinado tipo de ropa o que te quede mejor? ¿te ves gorda en los probadores?

- **Trastornos de conducta alimentaria**

En esta se parte tratará de investigar sobre la sociedad y la visión que tienen las entrevistadas sobre cómo ha evolucionado y cómo han afectado los Trastornos de la Conducta Alimentaria, para ello lanzamos la siguientes preguntas:

- ¿Crees que los Trastornos de Conducta Alimentaria han aumentado en los últimos años?
- ¿Conoces a alguien que actualmente está sufriendo problemas en este sentido o este trastorno?

- **Experiencia personal**

La cuarta parte se centrará en uno/a mismo/a, en investigar si en algún momento han podido desarrollar una conducta relacionada con este tipo de trastornos.

- A la hora de analizar los referentes estéticos, ¿Con quién te comparas?, ¿a quién te gustaría parecerse?, ¿tienes unos cánones de belleza que quieres conseguir?
- ¿Alguna vez te has puesto a dieta o has dejado de comer ciertos alimentos para empezar la conocida “dieta del bikini”? ¿Por qué?
- ¿Alguna vez has considerado tomar laxantes o hacer deporte extremo para conseguir verte “bien”?
- ¿Alguna vez has dejado de publicar cierto contenido por miedo al qué pensarán de ti?
- Si piensas en las redes que consumes ¿Cómo crees que afectan a tu cuerpo? ¿Se han realizado críticas al cuerpo de otras personas en esas redes?
- ¿Tienes miedo a las críticas a tu físico?
- ¿Tienes miedo a ser rechazado/a por tu cuerpo?

- **Pensamiento crítico**

El contenido de la última parte del focus group es indagar en la capacidad crítica para relativizar modas y pautas de representación en las redes, así como para comprender las estrategias del patriarcado en relación con el capitalismo.

- Crees que las imágenes que se publican del cuerpo, de chicas en bikini, chicos sin camiseta... dan más likes? ¿Por qué crees que lo hacen?
- ¿Por qué crees que las chicas tienen que aparecer siempre sexualizadas y atractivas? ¿a quién agrada o a quién sirve ese mandato? ¿Crees que se consume más con baja autoestima?

## 5. RESULTADOS

El total de participantes del Focus Group fue de 4 personas, todas ellas mujeres, con edades comprendidas entre los 18 y 22 años. Se celebró el día 19 de junio de 2022 con convocatoria on-line y tuvo una duración de 40 minutos. Antes de comenzar con la estructura de preguntas y dinámica diseñada se les realizó preguntas personales para saber su edad, formación y si son usuarias de Redes Sociales.

PARTICIPANTES	EDAD	LUGAR DE RESIDENCIA	FORMACIÓN	USO DE REDES SOCIALES
Participante 1	19	Segovia	Finalizó estudios de Bachillerato	Utiliza en la gran mayoría del tiempo Tik Tok y no tanto Instagram
Participante 2	20	Valladolid	Estudiante de nutrición y dietética	Utiliza cada vez menos las redes sociales y si lo hace es para ver el contenido de los demás
Participante 3	18	Valladolid	Estudiante de peluquería y estética	Utiliza las redes sociales pero cada vez menos
Participante 4	22	Santander	Graduada en Comunicación audiovisual	Es usuaria muy asidua de las redes sociales

En este Focus Group se ha tratado de ver cómo afectan las redes sociales y la publicidad a los TCA y cómo los más jóvenes consumen estos medios de comunicación.

A continuación se citarán extractos literales de las palabras dichas por las participantes para conocer su opinión acerca del tema y cuál es su visión.

### 5.1.Preguntas de partida

Las dos preguntas de partida iban dirigidas a saber más sobre cómo podrían afectar las Redes Sociales a la aparición de los TCA y si se crea una presión social para conseguir unos cánones de belleza irreales.

Participante 1: *A mí parecer las Redes Sociales sobretodo desde la pandemia que han tenido su mayor auge ha contribuido a la aparición de los TCA y que los más jóvenes, sobre todo las mujeres, quieren conseguir ser como los influencers y las personas que aparecen en los anuncios publicitarios.*

A pesar de que las redes sociales han aparecido relativamente hace pocos años, una de las participantes piensa que la aparición de los cánones de belleza irreales vienen desde antes de la aparición de estas.

Participante 3: *Las redes sociales a día de hoy tienen el 99% de culpa de que las más jóvenes sufran trastornos de conducta alimentaria por querer parecerse a esas mujeres que aparecen en la publicidad y en las redes sociales. Pero es cierto que antes de que existieran las redes sociales también se imponían estos cánones de belleza irreales.*

## 5.2. Seguimiento de influencers

Solo 2 de las 4 participantes siguen a influencers en la red social Instagram, las otras dos entrevistadas las siguen más a través de la aplicación Tik Tok.

La participante 3 sigue a influencers en Instagram pero no tanto por su físico, sino más por su forma de vestir, porque le gusta la ropa que lleva o los complementos que acompañan a cada ropa.

La participante 4 sí ha reconocido que sigue a las influencers por su contenido y porque en cierta manera puede verse cómo éstas se exponen y tener el estilo de vida que muestran en sus redes sociales.

Estas respuestas enlazan con el lanzamiento de la pregunta de si quieren parecerse a ellas y la respuesta de las usuarias 1,2 y 3 ha sido que no, que las siguen por su contenido y porque les gusta pero que no las siguen porque quieren parecerse a ellas; en cambio la usuaria 4 sí ha reconocido que las sigue porque quiere tener ciertos rasgos o ciertas características parecidas a ellas.

### 5.3. Influencia de las modas en autoimagen

Antes de formular las preguntas se hizo una pequeña introducción leyéndoles el estudio realizado por la OCU y cómo las diferentes marcas en la misma talla pueden diferenciarse en 10 cm.

Cuando les lancé la pregunta de si se dejaban influir por la talla y si habían dejado de comprar ciertas prendas por el tallaje, la participante 2 dijo *Nunca me he dejado influir por las tallas porque incluso en la firma Inditex en sus diferentes tiendas las tallas son completamente diferentes, en Zara utilizó una talla 34 y en Pull and Bear utilizó la 40.*

En cambio la participante 5 ha respondido:

*Sí me he llegado a dejar influir por las tallas de las prendas pero a día de hoy he aprendido que no todo tiene que depender de un número sino de si me sienta bien esa prenda de ropa independientemente de la talla que tenga.*

Cabe destacar que la participante 1 sí ha dejado de comprarse la ropa por la talla y después le ha dado muchas vueltas porque le gustaba mucho la prenda pero no la talla que aparecía y ha podido pensar en dejar ciertos hábitos alimentarios por entrar en esos pantalones que le gustan.

### 5.4. Trastornos de la Conducta Alimentaria

Se les pidió que contasen su visión de cómo creen que han evolucionado la aparición de los TCA y cómo han afectado las redes sociales a su aparición.

Participante 2. *Los TCA con la aparición del COVID-19 han aumentado en muchos jóvenes y no tan jóvenes porque nos pensamos que la pandemia ha afectado sólo a los adolescentes pero en muchas ocasiones también han afectado a las personas mayores e incluso se han intensificado los síntomas en personas que han pasado la enfermedad o la estaban pasando durante el confinamiento.*

Participante 1. *Es cierto que el uso de las redes sociales se ha intensificado en el confinamiento y que muchas usuarias de instagram han comenzado a seguir a*

*personas que hacían ejercicio o que llevaban cierta alimentación para hacer que el sedentarismo que tuvimos en el COVID-19 nos afectase a nuestra salud. Pero esto ha hecho que en muchas ocasiones las más jóvenes hayan comenzado a sufrir un TCA por culpa de seguir a estas influencers.*

*Participante 4. Claro que los TCA han aumentado, pero hace poco hubo una polémica con un anuncio de marcas de bikinis que aparecían diferentes modelos con cuerpos totalmente diferentes y la gente estalló por redes sociales debido a que una de ellas tenía sobre peso y se criticaba que estaban fomentado esta enfermedad. Entonces yo me pregunto, si criticamos que estamos promocionando la obesidad, ¿por qué no criticamos a las modelos que aparecen delgadas?*

Respecto a la pregunta de si conocían a alguien que sufriera TCA en la actualidad, la respuesta de las participantes 1,2,3 fue que sí conocía a una o varias personas que estaban sufriendo anorexia nerviosa a día de hoy. La participante 4, ha reconocido que ella tuvo TCA en la infancia y que estuvo en un centro por lo que sí conocía a gente que lo tuviese pero que a día de hoy no conoce a nadie que lo tenga o que puede ser que lo tenga pero ni la propia persona lo sabe.

### 5.5.Experiencia personal

En esta parte les pedí que pensarán en ellas mismas, si en algún momento sin darse cuenta habían podido desarrollar alguna conducta relacionada con los TCA.

Cuando se les preguntó por sus referentes estéticos, con quién se comparaban y que quieren conseguir, todas coincidieron en la respuesta, ninguna se comparaba con el físico de las demás ni influencers ni gente de su alrededor.

La siguiente pregunta que se les lanzó fue que si alguna vez se han puesto a dieta o han dejado de comer ciertos alimentos para empezar la conocida “operación bikini”.

*Participante 3. A día de hoy la operación bikini empieza y nunca acaba, queremos vernos, bien sea o no verano, vayamos a enseñar nuestro cuerpo o no, parece que siempre tenemos que satisfacer y pertenecer a ese grupo de “modelos irreales”.*



Participante 2. *Nunca me he puesto a dieta como tal, pero sí es cierto que a lo mejor he dejado de comer tanta comida porque llegaba el verano e iba a ir a la playa.*

A continuación se les formuló la pregunta de si alguna vez habían dejado de publicar cierto contenido en Redes Sociales por el miedo a recibir críticas y esto iría unido a que si tienen miedo a ser rechazadas por su físico.

Participante 1. *Nunca he dejado de publicar una foto por el que dirán, me gusta tal y como soy y no tengo que ocultarme por el qué dirán, pero si es cierto que a la hora de tener un grupo de amigos no me da miedo ser rechazada por el físico pero si por mi forma de ser.*

Participante 4. *En todo el tiempo que llevo teniendo Redes Sociales siempre me he cohibido a la hora de subir ciertas fotos por el qué dirán los demás, es cierto que es algo que estoy cambiando y que estoy tratando para conseguir quererme a mi misma y olvidarme de las críticas que pueda recibir; la gente critica porque tiene complejos con ellas mismas. Y con esto también quiero decir que si, que tengo miedo a conocer gente y no sentirme integrada en él por las críticas que pueda recibir por mi físico. Por ejemplo, tengo complejo con mi pecho y cuando conozco gente nueva siento que me están mirando los pechos y que después me van a criticar.*

Las participantes 2 y 3 coinciden con la participante 1, no tienen miedo a subir una foto por las críticas que puedan recibir, pero es algo que han conseguido ahora, antes cuando eran más jóvenes si se fijaban en todos los detalles de la publicación por el miedo al qué podrían pensar, y cuando entran en un grupo, ambas se sienten con miedo pero no por el físico si no por su manera de ser.

## 5.6. Pensamiento crítico

Les lancé las últimas preguntas relacionadas con el pensamiento crítico hacia los cuerpos expuestos en la publicidad y las redes sociales.

Al formularse la pregunta si creen que las imágenes que se publican de ciertos cuerpos, por ejemplo mujeres en bikini u hombres sin camiseta dan más likes o tienen mayores visualizaciones y por qué lo hacen.

*Participante 3. Claro que reciben más likes, porque parece que tener un cuerpo ideal y envidiado por mucha gente es sinónimo de mayor notoriedad en el mundo de los medios de comunicación y si nos damos cuenta en las publicaciones de mujeres en bikini la mayoría de likes son de hombres y viceversa. Vivimos en una sociedad donde los likes nos suben la autoestima y nos hace querernos pero esa autoestima es falsa, no podemos sentirnos mejor porque una persona nos de un like, tenemos que querernos a nosotros mismos sin dejarnos influir por las redes sociales o la publicidad.*

*Participante 4. Estoy de acuerdo, los medios de comunicación nos quieren vender ese ideal de belleza y a través de las redes sociales vendernos esos cuerpos de escandalo que son imposibles de alcanzar y esto lo que lleva es a que la gente más joven haga dietas e intente parecerse a esos modelos para conseguir ser como ellos y alcanzar ciertos likes en las Redes Sociales.*

Enlazando con esta pregunta, se lanzó la cuestión de por qué la mujeres aparecen sexualizadas y atractivas y que pretenden conseguir con ello.

Todas las participantes coincidieron, quieren subir su autoestima a través de unas fotos o videos porque necesitan que alguien les diga lo fantásticos que son y los cuerpos que tienen, pero necesitan que se lo digan los de fuera, es decir, la gente que no conocen porque se fían más de la gente que está a través de una pantalla que de los que tienen a su alrededor.

Al concluir los resultados obtenidos a través de la metodología cuantitativa, en concreto el Focus Group, se puede ver cómo en cierta medida todas coinciden con que la publicidad y las Redes Sociales han sido en parte el foco para la aparición de los Trastornos de Conducta Alimentaria pero cada una de ellas tienen una visión diferente a la hora de pensar en una misma y en cómo les afecta o no lo que los medios de comunicación nos muestran.

## 6. CONCLUSIONES

En primer lugar, quiero destacar la elección de este trabajo por su trasfondo social. Los TCA son algunas de las enfermedades más frecuentes en mujeres jóvenes y adolescentes y en ellas intervienen factores socioculturales, entre ellos los medios de comunicación, tal como se desprende de las publicaciones de la Asociación Española contra la Anorexia y la Bulimia (disponibles en su web). Quería dar visibilidad a trastornos psicológicos que a día de hoy no se le da la importancia que tiene y que con la aparición de las redes sociales los casos de TCA han aumentado y si no se les da voz seguirán aumentando día a día.

La finalidad de este proyecto fue analizar la relación que existe entre la publicidad y las redes sociales y los Trastornos de la Conducta Alimentaria. Son muchas las investigaciones que muestran que el uso de las redes sociales puede aumentar en gran medida la comparación con los modelos expuestos en ellas, ya sean modelos, amigos o familiares. Es decir, el uso de estas plataformas parece que ha podido ser el causante en cierta medida de los Trastornos de Conducta Alimentaria. Con el análisis de los resultados, podemos observar que sí se percibe relación entre las redes sociales, la publicidad y los TCA.

Los Trastornos de la Conducta Alimentaria aparecieron hace muchos años y que a día de hoy siguen presentes, si bien la pandemia ha hecho que los datos se disparen a la alza.

En un contexto donde parece que los *influencers* solo son personas públicas que exponen su vida de manera inofensiva, hemos podido observar a lo largo de la investigación como esto no es así, hay personas que les siguen, sobretodo adolescentes, que quieren llegar a tener todo lo que esas figuras de referencia tienen y sobretodo su físico, que estas jóvenes dejan de comer y comienzan a hacer deporte en exceso porque sus ejemplos a seguir lo hacen.

Las redes sociales se han convertido en el centro de exhibición y canon de la belleza idealizada, en ella podemos compartir imágenes, videos, recibir *likes*... pero todo ello es irreal, las *influencers* en gran medida contribuyen a la aparición de los TCA debido a que muestran sus cuerpos esbeltos y bien definidos y las más jóvenes luchan por ser como sus modelos a seguir, pero no saben que detrás de esas imágenes hay filtros, Photoshop, profesionales de la fotografía, la peluquería o el maquillaje y todo tipo de retoques estéticos.

El hecho de publicar una imagen en las redes sociales conlleva una serie de hechos como por ejemplo el recibir una mala crítica que hace que aumente la inseguridad en la persona y haga que aumenten las posibilidades de la aparición de un TCA debido a la insatisfacción corporal propia.

Uno de los objetivos específicos era comprobar cómo Instagram afectaba cada vez más a las adolescentes. En este estudio hemos podido corroborar que en cierta medida, las jóvenes en muchas ocasiones reciben críticas por su físico y además dejan de publicar cierto contenido por miedo al qué dirán y miedo al rechazo.

Instagram está asociada a la anorexia y bulimia debido a que se focaliza en la apariencia física, debido a la profusión del selfie el vídeo testimonial o la exhibición de habilidades y atributos físicos.

En un segundo objetivo específico podemos afirmar que las marcas no siguen unos patrones de tallaje y cada una de ellas tienen una forma de tallar las prendas y esto hace que las más jóvenes no se vean a gusto con la ropa por el simple hecho de tener una talla diferente a la que suelen usar de “normal”.

Así que podemos decir, tras escuchar testimonios y sumar evidencias de estudios que las redes sociales y la publicidad son percibidas en la experiencia de personas jóvenes como un factor de influencia en sus inseguridades y en su autoimagen, lo que tiene relación con la posible aparición de trastornos de autoimagen e incluso TCA entre las más jóvenes.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Abad, C., & Castellanizarlas, L. (2016). *Proyecto de prevención en trastornos de la conducta alimentaria para jóvenes adolescentes*. Universidad de Zaragoza.
- Aguinaga, M., Fernández, L. J., & Varo, J. R. (2000). Trastornos de la conducta alimentaria. Revisión y actualización. *Anales*, 23(2), 279–292.
- Almenara, C. (2013). Anorexia nerviosa: una revisión del trastorno. *Neuro-psiquiatría*, 52–62.
- Andrés, S., Hernández, B., Pablo, B., Guarín, H., Bermúdez, G., & Barrientos, E. (2015). El impacto de los medios de comunicación y las influencias socioculturales como factor precipitante de trastornos de la conducta alimentaria y sus comorbilidades en adolescentes y adultos jóvenes. *Revista Sanitaria de Investigación*, 113(6).  
<https://doi.org/10.5546/aap.2015.519>
- Asensi, A. (2020). La televisión ¿factor de riesgo en determinados comportamientos? Su posible influencia en las conductas alimentarias. *Edetania. Revista de estudios e investigación en educación*.
- Asociación Americana de Psiquiatría (APA). (2014). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (5ª edición). Editorial Médica Panamericana.
- Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia. (2020, 8 septiembre). *Apologia en Internet: pàgines pro-ana y pro-mia*. Associació Contra l'Anorèxia i la Bulímia.  
<https://www.acab.org/es/sensibilizacion/apologia-en-internet-paginas-pro-ana-y-pro-mia/>
- Bancalero, M. C. (2015). *Alternativas de clasificación de los Trastornos de la Conducta Alimentaria: Estudio de una muestra clínica procedente de una unidad específica ambulatoria*. Universidad de Extremadura.  
[https://dehesa.unex.es:8443/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es:8443/bitstream/10662/3389/1/TDUEX\\_2015\\_Bancalero\\_Romero.pdf#page=1](https://dehesa.unex.es:8443/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es:8443/bitstream/10662/3389/1/TDUEX_2015_Bancalero_Romero.pdf#page=1)
- Bazán, C. I., & Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate*, 15, 23–42
- Bernardo, L. (2021, mayo). *Relación entre el uso de redes sociales y trastornos de la conducta alimentaria*. Universidad Católica de Valencia.  
<https://riucv.ucv.es/bitstream/handle/20.500.12466/1769/RELACIÓN%20ENTRE%20EL%20USO%20DE%20REDES%20SOCIALES%20Y%20TRASTORNOS%20DE%20LA%20CONDUCTA%20ALIMENTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blanes, M. J. (2017, 28 abril). Las curvy como modelo de ‘celebritización’ y empoderamiento en Instagram | CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. CIC. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/55975>

- Cabrera, Y. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Icono 14*, 223–243.
- Caro, A. (2018). *Comprender la publicidad* (5.ª ed.). Ciespal. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.584>.
- Carrillo, M. V. (2001). *La influencia de la publicidad, entre otros factores sociales, en los trastornos de la conducta alimentaria: anorexia y bulimia nerviosa*. Universidad Complutense de Madrid.
- Carrillo, M. V., Jiménez, M., & Sánchez, M. (s. f.). *La publicidad de televisión entre otros factores socioculturales influyentes en los trastornos de la conducta alimentaria*. Universidad de Málaga. <http://ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/47.pdf>
- Carrillo, V. (2005). *Factores socioculturales en los TCA. No solo moda, medios de comunicación y publicidad*. Universidad de Extremadura.
- Carrillo, V. (2006). Moda, información y publicidad en los TCA. *Bibliopsiquis, VII*. <https://psiquiatria.com/bibliopsiquis/volumen.php?wurl=moda-informacion-y-publicidad-en-los-tca>
- Chávez, B. (2017). *Tu consumo puede cambiar el mundo*. Península.
- Cifuentes, L. E. (2016). *Autoimagen e inteligencia emocional*. Universidad Rafael Landívar.
- Cruz Roja. (s. f.). *Anorexia y bulimia*. <https://www.cruzroja.es/crj/docs/salud/manual/005.pdf>
- Cruz Roja. (2019). *Personas jóvenes en extutela y/o riesgo de exclusión social*. Ministerio de sanidad, consumo y bienestar social. [https://www.bienestaryproteccioninfantil.es/imagenes/tablaContenidos03SubSec/CR\\_Bolet\\_Vuln\\_N19\\_interactivo.pdf](https://www.bienestaryproteccioninfantil.es/imagenes/tablaContenidos03SubSec/CR_Bolet_Vuln_N19_interactivo.pdf)
- De Andrés, S. (2006). Hacia un planteamiento semiótico del estereotipo publicitario de género. *Signa*, 255–283.
- De la Serna, J. (2017). *Rol de enfermería en pacientes con Trastornos de la Conducta Alimentaria*. Universidad de Cantabria. <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11650/Serna%20Maté%20Jorge%20de%20la.pdf?sequence=4>
- Devesa, E., & Gómez, R. (2016). *Gordifuckingbuena* [Libro electrónico]. Diana.
- Díaz, J. (2016). *Estudios sobre influencia de los medios de comunicación en la autopercepción corporal y en la aparición de los TCA*. Universidad de La Laguna.
- Díaz, P., Quintas, N., & Muñoz, C. (2010). Cuerpos mediáticos versus cuerpos reales. Un estudio de la representación del cuerpo femenino en la publicidad de marcas de moda en España. *Revista Icono 14*, 244–256.

- García, D. (2020). Vista de Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*, 11(2).  
<https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5223/4178>
- García Puertas, D. (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.  
<https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>
- Gencat. (2019, enero). *El Govern aprova una modificació del Codi de consum per sancionar l'apologia de l'anorèxia i la bulímia a Internet*.  
<https://consum.gencat.cat/ca/detalls/noticia/Nova-Noticia-10893>
- Gordón, S. (2017). *Gestión de la autoimagen en las redes sociales online: estudio piloto con adolescentes*. Universidad de Valladolid.
- IAB.spain. (2021). *Estudio Redes sociales 2021*.  
<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>
- Jáuregui, I. (2016). Modas y modelos sociales en salud mental. Anorexia y bulimia. *Instituto de ciencias de la conducta*, 2489–2501.
- Jiménez, M. (2008). *El glamour como excusa los trastornos del comportamiento alimentario en la prensa española*. Universitat Pompeu Fabra.
- Jiménez, M. (2010). Trastornos del comportamiento alimentario en internet. De la blogosfera a las redes sociales. *Icono 14*, 84–95.
- Lozano, Z. B. (2012). La familia y las redes sociales en los trastornos alimenticios en adolescentes de la época contemporánea. *Revista científica in crescendo*, 3(2), 299–311.
- Martín, M. (2010). Historia mediática de la anorexia. La construcción inicial del problema a finales de los 90. *Icono 14*, 45–61.
- Mas-Manchón, L., Rodríguez, A., Montoya, N., Morales, F., Lopes, E., Añaños, E., Peres, R., Martínez, M. A., & Grau, A. (2015). Valores percibidos en la publicidad de alimentos por jóvenes con y sin trastornos de la conducta alimentaria. *Salud colectiva*, 423.  
<https://doi.org/10.18294/sc.2015.729>
- Morano, C. (2017). *Influencia de la Publicidad en el desarrollo de trastornos de alimentación*. Universidad de Sevilla.  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63318/TRABAJO%20DE%20FIN%20DE%20GRADO.pdf;jsessionid=2D661AE76CC869C579CB557971B908EF?sequence=1>
- OCU. (2019, 23 enero). *Tallas de la ropa: no son fiables*. [www.ocu.org](http://www.ocu.org).  
<https://www.ocu.org/consumo-familia/viajes-vacaciones/noticias/tallas-de-la-ropa-no-son-fiables511954>

- Ojeda-Martín A, López-Morales MP, Jáuregui-Lobera I, Herrero-Martín G. Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *JONNPR*. 2021;6(10):1289-307. DOI: 10.19230/jonnpr.4322
- Olabuénaga, J. I. R. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa* (5.ª ed., Vol. 15). Universidad de Deusto.
- Oliver, S. P. (2011). *Metodología De La Investigacion Social/ Social Research Methodology*. Dykinson, S.L.
- Plaza, J. F. (2010). Medios de comunicación, anorexia y bulimia. La difusión mediática del ‘anhelo de delgadez’: un análisis con perspectiva de género. *Icono 14*, 62–83.
- Público. (2017, 6 septiembre). Fnac, Puma, Gucci y otras marcas francesas dejarán de utilizar modelos muy delgadas o menores de 16 años. *Público*.  
<https://www.publico.es/sociedad/anorexia-fnac-puma-gucci-marcas-francesas-dejaran-utilizar-modelos-delgadas-menores-16-anos.html>
- R. (2019, 10 enero). 400.000 personas, la mayoría jóvenes, sufren un trastorno de alimentación. *La Vanguardia*.  
<https://www.lavanguardia.com/vida/20190110/454064488085/400000-personas-la-mayoria-jovenes-sufren-un-trastorno-de-alimentacion.html>
- Redacción Médica. (2021, 3 enero). *El Covid dispara los casos de anorexia y bulimia*.  
<https://www.redaccionmedica.com/secciones/psiquiatria/covid-pandemia-dispara-casos-anorexia-bulimia--7162>
- Redondo, C. G., Carrasco, M., Rivero, L. A., Salcines, R., Sobaler, S., Noriega, M. J., Amigo, T., Jaén, P., Santamaría, A., Antolín, O., Casuso, I., Micó, C., & de Rufino, P. M. (2014). Autoimagen en las dos primeras fases de la adolescencia y factores relacionados. *Boletín de la sociedad de pediatría de Asturias, Cantabria y Castilla y León*, 5–13.
- Rodríguez, M., Hernández, J. D., Bolaños, P., Ruiz, I., Jáuregui, I. (2015). Alimentación familiar y percepción de riesgo en trastornos de la conducta alimentaria. *Nutri hospitalaria*, 1787–1795. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.32.4.9635>
- Soler, B. (2021). *La influencia de las redes sociales en los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes*. Universitat Rovira I Virgili.
- Toro, J. (2004). *Riesgo y causas de la anorexia nerviosa*. Ariel.
- Trujillo, E. M. (2020). Abordaje de los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA) durante la pandemia: La experiencia del centro Comenzar de Nuevo. *Journal de Ciencias Sociales*, 16.  
<https://pub.palermo.edu/ojs/index.php/jcs/article/view/4535/6446>



Vara, E., Pons, R., Lajara, F., Molina, S. M., Parrón, L., & Porras, R. (2011). Carrillo, M. V. (2001). La influencia de la publicidad, entre otros factores sociales, en los trastornos de la conducta alimentaria: anorexia y bulimia nerviosa. Universidad Complutense de Madrid. *Revista Pediatría de atención primaria*, 13(51), 387–394.