

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid

UVa

SE~
GO
VIA

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023 - 2024

**TRASTORNOS DE CONDUCTA ALIMENTARIA (TCA) EN LAS
ADOLESCENTES INFLUENCIADOS POR LAS RRSS Y LA
PUBLICIDAD. TIPOS, CONSECUENCIAS Y TESTIMONIOS.**

Trabajo de disertación

Ariadna Muñiz Romera

**Tutora académica: Marta Pacheco Rueda
SEGOVIA, junio de 2024**

RESUMEN

En este trabajo se ha realizado una investigación acerca de la presencia de los trastornos de conducta alimentaria (TCA) en adolescentes, promovidos por ciertas prácticas presentes en redes sociales y mensajes publicitarios. El análisis expone una revisión a partir de diferentes fuentes para comprender el alcance de esta problemática y sus consecuencias, así como ciertos usos y contenidos que favorecen la incidencia de estos trastornos. Por otro lado, también se incluyen diversos testimonios de personas que han superado estas enfermedades y actualmente recurren a los medios sociales para exponer sus experiencias y ayudar a quienes están padeciéndolas, tratando de llevar a cabo una labor de divulgación que contrarreste el impacto de influencias negativas en los medios de comunicación.

Palabras clave: trastorno, enfermedad, redes sociales, publicidad, medios de comunicación, belleza.

ABSTRACT

The project purpose is to investigate eating disorders (ED) among teenagers, influenced by social media and advertisement. By using different sources, this analysis wants to understand the extent of this problem and its consequences, as well as, certain uses which contribute to the presence and maintenance of these disorders. In addition, some testimonies from people who had suffered them are included. They share their own individual experience in social media looking to help those who are currently suffering these disorders. This way they want to counteract the impact that negative media influences might have.

Key words: disorder, disease, social media, advertising, media, beauty.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1 Justificación del tema.....	4
1.2 Objetivos.....	5
2. METODOLOGÍA.....	6
3. MARCO REFERENCIAL.....	9
3.1 ¿Qué es un trastorno de conducta alimentaria y sus tipos?.....	9
3.1.1 Anorexia nerviosa.....	10
3.1.2 Bulimia nerviosa.....	11
3.1.3 Trastorno por atracones.....	12
3.1.4 Otros tipos de TCA.....	13
3.1.5 Las consecuencias de padecer trastornos de conducta alimentaria.....	14
3.2 Cómo afectan actualmente las redes sociales y la publicidad a las adolescentes.....	16
3.2.1 Cánones de belleza en los siglos XX y XXI.....	16
3.2.2 Adolescencia.....	19
3.2.3 Redes Sociales.....	20
3.2.5 Imagen idealizada en anuncios.....	24
3.2.6 Retoques estéticos en redes sociales y anuncios.....	28
3.2.7 Guía de tallas.....	31
3.3 Sitios web que fomentan esta enfermedad.....	32
3.4 Casos y testimonios de personas que han padecido TCA.....	34
3.4.1 Marisa Jara.....	35
3.4.2 Nieves Álvarez.....	36
3.4.3 Mara Jiménez.....	36
3.4.4. Victoria Lozada.....	37
3.4.5 Podcast Somos Estupendas.....	38
3.4.6 Psicología al desnudo.....	39
4. CONCLUSIONES.....	40
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del tema

Desde que inicié estos estudios universitarios me han gustado diferentes ramas que ofrece la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas; entre ellas la comunicación, redes sociales y la organización de eventos. Considero que cada uno de estos temas tiene algo de interés por lo que trabajar sobre ellos, pero finalmente me he decantado por las redes sociales y la publicidad.

El motivo de mi elección se debe a que desde las últimas décadas, las redes sociales han tomado mucho poder en nuestras vidas, lo que ha conllevado a un cambio radical en la forma de compartir, comunicarse y construir nuestras identidades. Entre estos cambios hay que tener en cuenta uno muy perjudicial y que a día de hoy es bastante reconocido en la sociedad, la salud mental, llegando a crear problemas como los trastornos de conducta alimentaria (TCA). Es entonces por esto que considero imprescindible profundizar en el tema para poder comprender cómo el uso excesivo de esta herramienta puede llegar a repercutir en cómo nos vemos a nosotros mismos sobre nuestra imagen corporal y la alimentación.

Los TCA actualmente influyen tanto en el modo de vivir de cualquier persona independientemente de su pensamiento político, religioso, etc, como en cualquier edad y etapa de la vida. No obstante, según los estudios realizados estos últimos años y la cantidad de artículos descritos sobre este tema, el rango de edad más afectado se encuentra en la adolescencia (10 - 19 años).

El proyecto irá enfocado al género femenino puesto que los resultados que aporta el estudio “Alimentación y trastornos alimentarios en la era del DSM-5: una revisión sistemática de las tasas de prevalencia en muestras masculinas y femeninas no clínicas” de Lindvall Dahlgren, (2017) afirma que las mujeres padecen esta enfermedad en una proporción de 9.1 respecto a los hombres de mismas edades con 0,14%. El porqué de este rango de edad es debido a que esta se considera una etapa donde los pensamientos son más vulnerables y se encuentran en su periodo más influenciado. Cada vez comienzan antes a poseer teléfonos móviles y por lo tanto, redes sociales, sin ningún tipo de control ni supervisión por un adulto, lo que por norma general conlleva una repercusión en su desarrollo emocional y mental.

En numerosas ocasiones hemos escuchado que las redes sociales están constantemente perjudicando nuestra salud mental evadiéndonos de nuestro alrededor. El libro *iGen* expone que "La correlación entre el uso de las redes sociales y la felicidad es negativa: los adolescentes que pasan más tiempo en las redes sociales son menos felices y aquellos que pasan menos tiempo en las redes sociales son más felices". (Twenge, 2017) En el entorno virtual la identidad personal se concibe como algo flexible y cambiante (Cáceres, Ruiz San Román y Brändle, 2009; Cachia, 2008). Es por esto que cualquiera puede cambiar algún dato o aspecto físico, la consecuencia que acarrea es la influencia de las adolescentes incitando a querer conseguir cuerpos y facciones irreales, de esta manera es como aparecen las enfermedades de trastorno alimentarias.

En este trabajo voy a investigar y estudiar cómo afectan estas redes sociales, los estereotipos y la publicidad, a los trastornos de conducta alimenticia. Tocaré distintos puntos para poder indagar en este tema comenzando por una explicación sobre este trastorno y los distintos tipos que hay, analizando la evolución de los cánones de belleza que ha habido a lo largo del siglo XX y XXI, el uso que mantienen los adolescentes de las redes sociales, publicidad relacionada con este ámbito y testimonios de personas que han padecido algún trastorno, han conseguido salir y ayudan a visibilizar, etc.

1.2 Objetivos

Mediante este trabajo final de grado, pretendo alcanzar dos objetivos diferentes.

En primer lugar voy a investigar acerca de la presencia de los trastornos de conducta alimentaria promovidos por los medios de comunicación siendo las adolescentes entre 10 y 19 años las más afectadas ante esta problemática. Indagaré a partir de los artículos que hoy en día están más desarrollados y estudiados sobre el análisis del impacto que reciben acerca de la percepción corporal, su propia autoestima y la salud mental que actualmente ofrecen las plataformas digitales.

Por otro lado, con mi segundo objetivo voy a realizar una documentación sobre los diversos casos que han sufrido personas con estas enfermedades, cómo han conseguido llegar a salir y su labor actual de divulgación en redes sociales y siendo un apoyo y ejemplo para aquellos que están pasando por una situación parecida.

2. METODOLOGÍA

Para esta investigación sobre las consecuencias de los medios de comunicación en las enfermedades de trastornos de conducta alimenticia he decidido utilizar el método de investigación documental. Después de valorar las diversas opciones cualitativas y cuantitativas, considero que esta es la más adecuada para su desarrollo puesto que el proyecto está enfocado en una investigación donde toman gran importancia los recursos en los que me he basado, en concreto artículos y estudios. Esta técnica cualitativa se enfoca en la recopilación y selección de la información más relevante a través de investigaciones científicas, blogs y páginas webs que más me han ayudado en la elaboración del proyecto. Por los motivos expuestos he decidido enfocar mi proyecto a la investigación documental informativa.

En el comienzo he tratado de contextualizar qué son los trastornos de conducta alimentaria (TCA), los tipos que hay y sus consecuencias. Para ello he realizado un previo análisis de diferentes artículos con el fin de contextualizar el tema a tratar. En primer lugar encontramos un estudio acerca de la definición del concepto TCA proporcionado por La Revista Médica Clínica Las Condes (2011). Complementé esta información con un artículo de Center of Excellence for Eating Disorders, (2018), disponible en la página School of medicine, para ampliar dos de sus tipos más comunes, la anorexia nerviosa y bulimia nerviosa. Este mismo artículo proporcionó datos importantes como el porcentaje máximo de peso que deben mantener para no desarrollar una de estas enfermedades. Además, Castillo y Weiselberg (2017) afirmaron que la anorexia es más frecuente en mujeres que en hombres. Por otro lado, un análisis publicado en “Nutrición Hospitalaria” me ha permitido profundizar acerca de la bulimia. El estudio realizado por Currin y Cols (2005) citado en “La epidemiología y los factores de riesgo de los trastornos alimentarios en la adolescencia” indicó los años en los que la enfermedad empezó a aumentar, 1998 y 2000. Al igual que he utilizado el análisis de Center of Excellence for Eating Disorders, (2018) para realizar la anterior tipología, también me ha ofrecido conocimientos sobre los tipos de bulimia que existen. Además de estas, el trastorno por atracón cumple un papel con igual importancia entre los TCA, en el capítulo realizado por Luis Sánchez Planell y Rosa Fernández-Valdés Marí, (2002) encontré información sobre este. Gracias a un estudio comparativo realizado por E. Cuadro, J.I. Baile (2015) pude conocer y plasmar claramente cuáles eran realmente sus consecuencias y cuales comparten entre ellas.

Centrándonos en los cánones de belleza he realizado una exhaustiva investigación acerca de las web y artículos que disponía. En primer lugar destaco la revista *ICONO 14* con el artículo “El cuerpo femenino en la publicidad, modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia”, realizado por Yolanda Cabrera (2010). En él se expone la finalidad del ideal de belleza proporcionando los conocimientos necesarios para la elaboración del apartado y para conocer los distintos modelos que han predominado en los siglos XX y XXI. Para este último apartado también he empleado varias fuentes adicionales como “La evolución del canon de belleza femenino a través de los tiempos” escrito por Rivera, N. (2021) y la tesis doctoral denominada “Moda de la Belle Époque e indumentaria en la obra de Emilia Pardo Bazán” donde gracias al capítulo 3 de esta “La silueta femenina” he podido obtener información esencial para completar el epígrafe.

Para conocer datos sobre los adolescentes destaco una serie de artículos que han sido imprescindibles para su respectivo análisis. Entre ellos encontramos una investigación realizada por la Organización Mundial de la Salud acompañado de un capítulo escrito por Susana Pineda Pérez y Miriam Aliño Santiago donde aportan información sobre los años en los que se basa este período. En cuanto al impacto de las redes he utilizado tres estudios diferentes, los cuales coinciden y se respaldan en sus teorías ofreciendo una opinión muy similar. El primero realizado por Mónica Anderson, Michelle Faverio Jingjing Jiang (2023) para la plataforma Pew Research Center; el segundo, titulado “El impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los adolescentes: estudio de Instagram y TikTok” redactado por Rosa María Muñoz Franco, Adoración Díaz López, y Juan Antonio Sabariego García (2023), y por último, el tercer estudio de Nazaret Heredia y Erika García para la *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*.

Para realizar la selección de los anuncios que he analizado decidí basarme en diferentes fuentes periodísticas como el periódico *20 minutos* y *El Mundo*. Cada una se había centrado en un anuncio de los elegidos desglosándolo y haciendo un análisis exhaustivo sobre su mensaje.

El artículo titulado “La anorexia y la bulimia en la red: pro-ana y pro-mia dos “malas compañías” para las jóvenes de hoy” puso en situación la problemática en la red bajo los nombres de ana y mía mostrando su simbolización y cómo perciben esto las personas que

pasan por estas enfermedades. Además, el estudio de Wilson JL, et al., (2006) ofreció una serie de datos con respecto al conocimiento que tienen los adolescentes con estas páginas.

Para finalizar el proyecto he decidido dedicar un epígrafe a una serie de personas influyentes para el público que han sufrido este tipo de trastornos alimenticios, las cuales ayudan positivamente en su superación contra estas enfermedades. Además, he incluido tanto a personas conocidas que han pasado por este trastorno y han compartido sus experiencias, como a personas anónimas. Considero que toman un papel importante en esta investigación ya que sus testimonios han contribuido a visibilizar este tema ayudando a muchas personas. Las páginas que me han ayudado a conocer sus declaraciones han sido generalmente en periódicos mediante entrevistas, sus propias páginas webs y sus redes sociales.

3. MARCO REFERENCIAL

3.1 ¿Qué es un trastorno de conducta alimentaria y sus tipos?

Los trastornos de conducta alimentaria, también denominados como TCA, son enfermedades multicausales dentro del ámbito psiquiátrico, es decir, relacionadas con trastornos mentales. (López y Gaete (2020) Actualmente se consideran como uno de los problemas principales de la pubertad y adolescencia colocándose en tercera posición siendo causa de enfermedad crónica entre los adolescentes por detrás de la obesidad y el asma.

La principal característica que comparten todos ellos es la aparición de ciertos comportamientos sobre el peso corporal y la obsesión por mantener una conducta alterada sobre la ingesta de alimentos tanto haciendo dietas no saludables como la ingesta incorrecta comiendo de una manera descontrolada. (Gómez-Candela et al., 2018, p. 52 y 53)

Por lo general, todos los casos tienden a seguir un mismo patrón siendo la falta de calorías uno de los más comunes, estas son necesarias para que el organismo funcione perfectamente. La causa principal de la aparición de esta enfermedad es la autopercepción sobre la imagen corporal, miedo a engordar y por lo tanto el pensamiento obsesivo con la alimentación. Además, suelen estar asociados a una angustia física, emocional o social.

Especialmente durante la adolescencia, entre los 10 y 19 años, es cuando más casos se registran sobre esta enfermedad. Esto se debe a la falta de información y fuerza mental sobre uno mismo y a la influencia que provocan los medios de comunicación. Dependiendo del tipo, su aparición puede ser en edades más tempranas. En las últimas décadas, con la aparición de las nuevas tecnologías y plataformas digitales, el número de casos ha ido aumentando, ya que en esta etapa, estas herramientas han conseguido obtener una mayor relevancia en sus vidas.

A continuación presentaré los TCA más conocidos en la sociedad.

3.1.1 Anorexia nerviosa

La anorexia nerviosa, también denominada con la abreviatura AN, se deriva del término griego “pérdida de apetito” y de la palabra latina que involucra al origen nervioso. Se trata de un síndrome que busca la delgadez o por el contrario el miedo a la obesidad.

Este tipo de enfermedad se encuentra entre las más frecuentes con un total de 10 a 20 veces. Es más común en las mujeres jóvenes en comparación con los hombres, El 50% hacen dietas u otras medidas para tener controlado su peso. (Castillo M, Weiselberg E., 2017)

Las causas suceden por un origen multifactorial, puesto que ocurren mediante la interacción de elementos que impactan en el comportamiento del individuo, como psicológicos, sociales, biológicos y culturales. Entre ellas podemos destacar la obsesión por conseguir un cuerpo delgado y esbelto, sufrimiento sociofamiliar, elaboración de dietas no realizada por un profesional, negarse a la ingesta de alimentos, distorsión de su imagen corporal autodenominándose como “gordas” e incluso por haber recibido abuso sexual en la infancia. Continuamente tienen una sensación de hambre.

Por lo tanto, recapitulando todas ellas podemos afirmar que alguno de los actos que estas personas realizan son: la intrínseca ingesta de alimentos, contar el número de calorías que ingieren en cada comida, realizar ayuno intermitente y dietas mal enfocadas sin estar supervisadas por un profesional.

Actualmente en la sociedad, el modelo atractivo y saludable que la mayoría de la población prefiere es de complexión delgada, de modo que la obesidad se considera rechazada e insana. Realizar este tipo de práctica puede tener unas consecuencias muy pesadas como la falta de desarrollo, esto impide tener un peso corporal sano y acorde con cada edad además de provocar incluso la muerte. La falta de desarrollo comienza a ser un grave problema si se encuentra por debajo del 85% del peso corporal esperado. (Center of Excellence for Eating Disorders, 2018)

Existen dos tipos de anorexia distintos:

- Tipo restrictivo: donde las personas mantienen un peso por debajo de lo que se debería por limitar el consumo de alimentos
- Tipo atracón/purgativo: tratan de expulsar el alimento ingerido.

3.1.2 Bulimia nerviosa

En segundo lugar, voy a analizar la Bulimia Nerviosa, también conocida con la abreviatura BN. Este tipo de TCA es bastante parecido al anterior (AN), pero con una diferencia clara en los actos que realizan. Tras el estudio de Currin y Cols (2005) citado en la “Revisión: La epidemiología y los factores de riesgo de los trastornos alimentarios en la adolescencia”; de Portela de Santana et al., (2012) se demostró que esta tipología aumentó entre los años 1998 y 2000. La bulimia presenta episodios de una ingesta incontrolada de alimentos en un corto periodo de tiempo seguida de una conducta inadecuada expulsando esta comida por pensamientos de culpabilidad, depresión o disgusto con uno mismo. (Lladó G, et. al., 2017) Este comportamiento evita el aumento de peso y elimina las calorías que se han ingerido. Las maneras de conseguir esta expulsión de alimentos se puede ser mediante laxantes y diuréticos o incluso la autoinducción de vómitos. La sensación que experimentan después es una percepción completa de la pérdida de control sobre estas acciones.

Esta enfermedad también está causada por síntomas psicológicos y físicos, descontrol e impulsividad (acto que conlleva a estos atracones), cambios de humor fuertes, baja autoestima, depresión, ansiedad, cleptomanía y la desvalorización de su aspecto físico. Entre los indicios corporales, los pacientes pueden padecer taquicardias, aceleración del ritmo cardiaco, caries, dolor de garganta, ausencia de menstruación, deshidratación y problemas intestinales debido a la provocación de los vómitos. Es por eso que estos aspectos crean un deterioro en la vida cotidiana.

Este acto, en la gran mayoría de los casos, ocurre por lo menos dos veces a la semana en un periodo de tres meses. No obstante, si se realiza este tipo de comportamiento aunque fuera de forma esporádica sería necesario acudir a un médico.

Al igual que la anorexia nerviosa, la bulimia también se manifiesta más en la etapa de la adolescencia. Esto puede ser por querer pertenecer a grupos sociales o a la aprobación de los demás grupos. Su autoestima se suele basar dependiendo de su peso o figura.

Hoy en día bajo estudios encontramos dos tipos distintos de bulimia nerviosa al igual que con la tipología anterior.

- Subtipo purgativo: es aquel donde se incluyen las personas que se producen el vómito o usan medicamentos para poder realizarlo como laxantes, diuréticos o enemas. (Center of Excellence for Eating Disorders, 2018)
- Subtipo no purgativo: denominado para las personas que utilizan otro tipo de conductas para compensar ese exceso de comida como las dietas, ejercicio excesivo o ayunos. (Center of Excellence for Eating Disorders, 2018)

3.1.3 Trastorno por atracones

El trastorno por atracón consiste en episodios donde ocurre una ingesta de comida excesiva sin usar una conducta compensatoria para conseguir perder esta carga calórica que se ha ingerido de más. (Center of Excellence for Eating Disorders, 2018) En esta enfermedad los síntomas son muy distintos a las dos anteriores. Al contrario de las que ya he analizado esta tiene una gran relación con la obesidad y sobrepeso aunque no en todos los casos. En 1980, Herman y Polivy crearon su Teoría de la Restricción Alimentaria, donde observaban que estar implicado en dietas restrictivas daban lugar a esta enfermedad. Esto sucedía debido a que era muy probable que se rompiera esa “dieta” que habían creado y en periodos emocionales bajos como la depresión y ansiedad se dé la práctica del atracón.

Se caracteriza generalmente por ser repetido al menos una vez a la semana durante tres meses. Entre los síntomas que aparecen se encuentra el descontrol y molestia en la toma de los alimentos, la llenura y consumo de grandes cantidades cuando no se tiene hambre y el corto tiempo que tarda en tragar la comida. Por otro lado, mientras se realiza la ingesta de alimentos se visualiza una sensación de placer y disfrute por los sabores, pero esto, en cuestión de segundos pasa a ser una sensación de repugnancia. A pesar de ello, la persona no puede dejar de comer, apenas mastican mostrando una cierta desesperación. Los alimentos que se ingieren en este caso son muy calóricos en general y dulces. (Sánchez y Fernández-Valdés, 2002)

El momento donde lo realizan son en lugares donde la gente no puede verles y situaciones estresantes donde se aprecia una preocupación por la imagen corporal. Además de esto, es probable que si se encuentran en una situación de depresión o trastorno límite de personalidad también caigan en esta enfermedad.

Actualmente no está reconocido oficialmente como un Trastorno de Conducta Alimentaria, sino que consiste en un trastorno alimentario no específico, pero la sociedad relaciona estos tres tipos como los más comunes.

3.1.4 Otros tipos de TCA

También existen otros tipos de trastornos con la misma gravedad y consecuencias similares a los nombrados anteriormente. La información se ha obtenido a partir de la página web “Psiquion” mediante un artículo redactado por Raquel Rodríguez (2021).

En primer lugar, el trastorno por purgas. Como bien se indica en el nombre consiste en realizar purgas, eliminar el alimento que se ha ingerido, pero en este caso sin ser precedidas de los atracones. El objetivo de estas es conseguir eliminar peso. También encontramos la pica, que ocurre cuando se ingieren alimentos no nutritivos como tierra, folios, etc. Esto puede ser común en niños, pero lo preocupante es si se hace en una edad más mayor.

En tercer lugar, el síndrome de ingestión nocturna. Se considera como uno de los más comunes dentro de este sector. Trata de una práctica donde a altas horas de la noche se come de manera excesiva, también está relacionado con gente que sufre problemas de sueño.

Otra tipología es la vigorexia. Referida a aquellas personas que realizan ejercicio excesivo y cuidan mucho su dieta queriendo ganar masa muscular. En ocasiones va relacionado con un uso de sustancias como esteroides y otros suplementos alimenticios.

Por último, voy a mencionar a la megarexia. Es uno de los menos conocidos actualmente. Surge cuando una persona tiene sobrepeso u obesidad y a la hora de mirarse en el espejo se ve y se autodenomina con una masa corporal adecuada. Su alimentación se basa en productos no muy saludables lo que hace que su peso se vea más problemático.

3.1.5 Las consecuencias de padecer trastornos de conducta alimentaria

A pesar de ya haber visto las distintas consecuencias que conllevan estas enfermedades dentro de los propios apartados, esta tabla compara la repercusión de las tres más reconocidas en la sociedad, anorexia, bulimia nerviosa y trastorno por atracón, con sus respectivos tipos: anorexia nerviosa restrictiva, anorexia nerviosa bulímica/purgativa, bulimia nerviosa purgativa, bulimia nerviosa no purgativa y trastorno por atracón. Se puede observar cuáles son los distintos aspectos que influyen en cada una de ellas con respecto a las otras.

Esta información ha sido extraída del artículo de Cuadro y Baile (2015).

Tabla 1 Diagnóstico diferencial					
Semejanzas y diferencias entre los principales trastornos del comportamiento alimentario					
Área problema	Anorexia nerviosa restrictiva	Anorexia nerviosa bulímica/purgativa	Bulimia nerviosa purgativa	Bulimia nerviosa no purgativa	Trastorno por atracón
Peso corporal	15% o más por debajo del peso normal (rechazo a mantener el peso corporal por encima del mínimo para su talla y edad)	15% o más por debajo del peso normal (rechazo a mantener el peso corporal por encima del mínimo para su talla y edad)	10% por encima o por debajo del peso normal	10% por encima o por debajo del peso normal	Sobrepeso u obesidad
Control alimentario	Control alimentario extremo				Descontrol alimentario: atracones
Estatus nutricional	Muy delgado	Muy delgado	Peso normal	Peso normal	Sobrepeso u obesidad
Episodios de atracón	No	Sí. <i>Ingesta compulsiva subjetiva</i> ; alimentos en pequeñas cantidades cuya ingesta les parece excesiva, que experimentan con una sensación de pérdida de control, unido a una profunda ansiedad (similitud con la ingesta compulsiva objetiva. Sin embargo no cumple los criterios diagnósticos)	Sí. Sentimiento de pérdida de control sobre la ingesta que acompaña y caracteriza al episodio	Sí. Sentimiento de pérdida de control sobre la ingesta que acompaña y caracteriza al episodio	Sí. Sentimiento de pérdida de control sobre la ingesta que acompaña y caracteriza al episodio. (<i>sentimiento de pérdida de control, no presente en sujetos obesos sin TPA</i>)
Método de control del peso más usado	Dieta severa, estricta y constante o ayuno. Ejercicio físico intenso. (Objetivos y metas en el control alimentario muy concretos, que exigen muchas restricciones).	Dietas severas. Purga (vómito autoinducido, laxantes, diuréticos o enemas). (La ansiedad por el miedo a engordar es muy fuerte, lo que puede llevar a tomar medidas compensatorias)	Conductas purgativas (vómito autoinducido, laxantes, diuréticos, enemas) alternadas con dietas restrictivas. Ejercicio físico excesivo	Dietas estrictas o ayuno. Ejercicio físico excesivo.	Dietas menos drásticas que en la bulimia o anorexia nerviosa. (Dietas menos severas o rigurosas, poco constantes o intermitentes, por ello su peso corporal puede fluctuar)

Tabla 1 (continuación)

Semejanzas y diferencias entre los principales trastornos del comportamiento alimentario					
Área problema	Anorexia nerviosa restrictiva	Anorexia nerviosa bulímica/purgativa	Bulimia nerviosa purgativa	Bulimia nerviosa no purgativa	Trastorno por atracón
Insatisfacción con la imagen corporal	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí. (menor preocupación por el peso y la figura corporal frente a la AN y la BN)
Alteración de la percepción de la forma y peso corporal	Sí	Sí	Sí	Sí	No. Presentan desagrado por el tamaño de su cuerpo, pero no una distorsión de la imagen corporal
Evitación de situaciones por la imagen corporal	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Miedo a ganar peso	Muy intenso, patológico, aún estando emaciada	Muy intenso, patológico, aún estando emaciada	Miedo intenso a ganar peso, su vida gira alrededor de esa preocupación	Miedo intenso a ganar peso, su vida gira alrededor de esa preocupación	Moderado / leve, frente a la bulimia y a la anorexia nerviosa (menor ansiedad por el bajo temor a ganar peso frente a la bulimia y anorexia nerviosa y mayor depresión por ser incapaz de controlar la ingesta)
Influencia de la silueta y peso corporal en la autoevaluación	Exagerada.	Exagerada	Exagerada	Exagerada	Más moderada
Sentimiento de culpa o vergüenza (predominan en las que realizan atracones)	No. Sienten orgullo por lograr controlar lo que comen. Son habituales los sentimientos de culpa tras las comidas	A pesar de sentir orgullo por lograr controlar lo que comen, la culpa surge tras el atracón	Sentimiento de culpa, vergüenza o enfado tras la ingesta	Sentimiento de culpa, disgusto o vergüenza tras la ingesta	Sentirse a disgusto, deprimido o con culpa por no poderse controlar durante la ingesta

Tabla 1 (continuación)

Semejanzas y diferencias entre los principales trastornos del comportamiento alimentario						
Área problema	Anorexia nerviosa restrictiva	Anorexia nerviosa bulímica/purgativa	Bulimia nerviosa purgativa	Bulimia nerviosa no purgativa	Trastorno por atracón	
Ansiedad después de comer	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Consciencia del trastorno	Escasa. Negación de la seriedad a pesar de su bajo peso	Escasa. Negación de la seriedad a pesar de su bajo peso	Mayor consciencia del trastorno (muestran mucha resistencia a la hora de reconocerlo)	Mayor consciencia del trastorno (muestran mucha resistencia a la hora de reconocerlo)	Mayor consciencia del trastorno, frente a la BN y a la AN	
Irregularidades menstruales y amenorrea	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí (el aumento excesivo de peso puede dar lugar a un cambio hormonal e irregularidades en la menstruación)	
Comidas prohibidas	Sí	Sí, aunque hay presencia de episodios de atracón en relación con estas	Sí, aunque hay presencia de episodios de atracón en relación con estas	Sí, aunque hay presencia de episodios de atracón en relación con estas	Sí, aunque hay presencia de episodios de atracón en relación con estas	
Frecuencia de aparición de episodios de atracón y conductas compensatorias	DSM-IV-TR DSM-5	No se establece En los últimos 3 meses ausencia de episodios recurrentes de atracones o purgas	No se establece En los últimos 3 meses ausencia de episodios recurrentes de atracones o purgas	Al menos 2 veces a la semana durante 3 meses Atracones /conductas compensatorias se dan, al menos, una vez por semana, en 3 meses	Al menos 2 veces a la semana durante 3 meses Atracones /conductas compensatorias se dan, al menos, una vez por semana, en 3 meses	Los atracones aparecen, al menos, 2 veces a la semana, durante 6 meses Los atracones se producen en promedio, al menos, una vez a la semana durante 3 meses

Tabla 1: Comparativa entre anorexia nerviosa bulímica/purgativa, bulimia nerviosa purgativa, bulimia nerviosa no purgativa y trastorno por atracón.

Fuente: Scielo, 2015

Tras haber observado la anterior tabla, todas comparten una gran similitud. Comparten ansiedad después de comer e insatisfacción corporal. Por otro lado, la alteración del cuerpo en forma y peso únicamente lo mantiene la anorexia nerviosa restrictiva, la anorexia nerviosa bulímica/purgativa y la bulimia nerviosa purgativa. Otro aspecto a destacar es la escasa conciencia del trastorno, en todas las tipologías usan la negación a pesar de su bajo peso.

Las enfermedades que más sobresalen son la anorexia y la bulimia nerviosa. Estas aparecen en la adolescencia aunque la anorexia en personas que están empezando la etapa y la bulimia en aquellas que ya tienen un poco más de edad.

Entre la AN y BN podemos afirmar que la primera sufre complicaciones debido a su peso y desnutrición, mientras que en la segunda los actos de consecuencia son los que hacen directamente daño a la salud.

Por último, todas aquellas que hemos visto comparten complicaciones en el aparato urinario, endocrino, reproductor y esquelético y debilidad en los aceites de la piel, uñas caries vaciamiento gástrico acompañado de episodios de dolor, gases y estreñimiento. Otro de los graves obstáculos que puede provocar son problemas cardiovasculares y disfunciones cognitivas.

3.2 Cómo afectan actualmente las redes sociales y la publicidad a las adolescentes

3.2.1 Cánones de belleza en los siglos XX y XXI

A lo largo de la historia se ha demostrado que tanto los hombres como las mujeres se han preocupado siempre por su aspecto físico. Por eso aparecieron los cánones de belleza como una forma de marcar la estética ideal, es decir, “el cuerpo perfecto” en la figura femenina y masculina. (Cabrera, 2010) Estos parámetros dependen mucho según la época, cada año, se ha adaptado según las características de cada periodo. Se consideran casi inalcanzables de conseguir, lo que ha provocado que muchas personas recaigan en problemas con su propia imagen, en enfermedades como los TCA. No obstante, a pesar de que ambos géneros sufrieran cambios me seguiré enfocando en el cuerpo de la mujer, ya que ha sido el que más transformaciones ha soportado y el que como consecuencia sufre trastornos de conducta alimentaria.

Para poder entender mejor los cambios de prototipo que se han tomado comenzaré realizando una análisis acerca de los cánones de belleza de las mujeres abarcando tanto el siglo XXI como el XX.

Desde los inicios del S.XX hasta su terminación se han observado diferentes cánones de belleza acordes al estilo de vida del momento. Según dicen Llorca y Martínez (2017), a lo largo del siglo aparece la figura de la modelo y las agencias que se dedican a formarles, lo que supuso un cambio en el ideal de belleza y en la aparición de estereotipos.

En las dos primeras décadas del siglo fue cuando se fijaron las “siluetas flechas” concibiendo este cuerpo como delgado en todas las extremidades, alto y con vientre plano. (Salazar, 2008). La primera se inspiró en la Belle Époque una figura perfecta que se basaba en una cintura estrecha y curvas (pecho y caderas) pronunciadas representando a una mujer delgada, elegante y alta. Este icono fue representado por Charles Dana Gibson, el primer estándar de belleza de la época. De esta manera se le conoce a la década como la “chica Gibson”, representando a una mujer activa de espíritu libre. (Llorca y Martínez, 2017)

Más adelante llegó los años 20 con cambió a un estilo informal debido a que la mujer sufrió su incorporación en el mundo laboral y se liberó de la opresión frente al género masculino. Se les conoce bajo el nombre de Flapper, esto viene de una película donde se empezó a popularizar el estilo de vida de la época. (Cristina, 2011) En cuanto a su aspecto físico, llevaban el pelo corto con actitudes más despreocupadas se familiariza un prototipo de pechos pequeños, figura recta y sin curvas usando prendas de ropa que ayudaban a dar una imagen infantil. Las mujeres usaron la dieta y el ejercicio físico para conseguirlo. (Colino, 2013) Gracias a la diseñadora Coco Chanel se rompe con el estereotipo de la piel blanca poniendo de moda la piel morena.

Durante los años 30 y 40 se adaptó la ropa masculina al cuerpo femenino y se recuperó la tendencia de una mujer con curvas. En los propios anuncios se informaba incluso de cómo no llegar a la delgadez. En estas dos décadas surgió la primera modelo. (Alexandra, s. f.) A mitad del siglo, en los años 50, se popularizaron figuras como Marilyn Monroe considerándose como un ícono histórico con curvas prominentes y pechos grandes. Utilizaron al máximo los productos de belleza y maquillaje para ofrecer una apariencia perfecta, pero a

partir de aquí en los 60 empieza el canon que generalmente dura hasta nuestros días. Se volvió a transformar la moda en una delgadez extrema rompiendo con todo lo anterior y transportándose a la década de los 20 volviendo a un cuerpo delgado y andrógino. No representaba a los cuerpos de las demás, por ello se veía bello aquello que era muy difícil de conseguir. En los años 70 siguió la misma tendencia popularizando los problemas alimenticios aparecieron métodos para conseguir el cuerpo al que querían llegar como pastillas que suprimieran el apetito o la inducción de vómitos. A raíz de estos años la belleza se empezó a representar como la delgadez extrema hasta casi enfermiza, aquí es cuando empezó a ser un serio problema en la sociedad. Querer seguir la moda y lo que es ideal ha llegado a que muchas personas caigan en trastornos alimenticios.

Este valor no fue hasta los años 80 cuando cambió de un cuerpo delgado a uno *fitness* y tonificado hasta terminar el siglo implantando la moda de los cuerpos *fitness*. En estos mismos años y en la siguiente etapa, años 90, fue cuando se empezó a dar más importancia a las super modelos con cuerpos bellos, altos y con grandes pechos.

Hubo un cambio muy drástico desde esa imagen con curvas de los primeros años hasta el último que representaba una delgadez enfermiza.

Hasta estos años más actuales, S.XXI, el canon de delgadez seguía siendo considerado como el perfecto asociándolo como lo moralmente deseable. Los cuerpos delgados se convierten en lo que la población aspira y quiere sacrificarse para tener esa aprobación social y económica. (Nevot, 2017) Durante la época de los 2000, se fueron sumando otros medios para conseguir este tipo de cuerpos, centros de cirugía. Estos afectan de manera indirecta a los TCA debido a que por medio de las redes sociales enseñan sus cuerpos sin comunicar que eso no es real y las adolescentes piensan que ellas son las “raras” por no tener esas proporciones. Poco a poco se ha ido concienciando más sobre este tema normalizando todo tipo de cuerpos desde la salud de cada uno de ellos.

Aparece el movimiento “Body Positive” a raíz de la frustración que sufre mucha población con la idea de eliminar estos ideales de belleza pasados y aceptar todo tipo de figuras sin importar su complexión. Nevot (2017) Una de las estrellas del momento como es Lady Gaga en 2012 se hizo eco de este movimiento explicando la enfermedad que ha pasado con la bulimia y anorexia bajo el nombre “Body Revolution”. El objetivo de esto era dar visibilidad

a este movimiento incluyéndose en redes sociales para llegar a la máxima gente. (Sastre, 2014 as cited in Nevot 2017)

Otro de los aspectos que más resaltan la fantasía y sexualidad en el cuerpo durante este periodo es el *branding*, técnica que transforma las partes del cuerpo en joyas eróticas y agresivas, es decir, los tatuajes y *piercings*, marcado de la piel. (Paquet D, 1998 as cited in., Behar, sf)

3.2.2 Adolescencia

Es una etapa que abarca entre los 10 y 19 años. (Organización Mundial de la Salud 1990 as cited in Serapio s.f) Este período está compuesto por dos etapas diferentes que engloban las edades desde los 10 a los 19 años.

En primer lugar, podemos encontrar la adolescencia precoz o también denominada pubertad. Esta abarca desde los 10 hasta los 14 años y es donde las jóvenes comienzan a experimentar los primeros cambios tanto de crecimiento como de desarrollo entre otros. También contemplamos la segunda etapa denominada post-pubertad o juventud, dirigida a adolescentes con más de 15 años. En ella hallarán sus primeras interacciones sociales y podrán definir su identidad. (Pineda y Aliño, s.f)

Ambas etapas son imprescindibles para su desarrollo tanto mental como físico además de ser la transición entre la infancia y la adultez.

Al comienzo de estas edades, se produce un alejamiento familiar aumentando las relaciones de amistad al comienzo no muy estables. Ya no se identifican con los que antes eran su mayor apoyo, y es en este momento cuando comienzan a necesitar la aprobación de su grupo de amigos, en la manera de actuar, vestir, etc. Se considera una de las etapas más vulnerables de su vida debido a la influencia y a las acciones de los demás para encontrar su propia personalidad.

Muchas de las veces siguen estas tendencias sin estar seguros de si es realmente lo que les gusta o si simplemente lo hacen para encajar en un grupo. Estos casos empiezan a aparecer por querer imitar al resto y compararse. En esta etapa, si no hacen lo que la gente espera, es

probable que puedas ser excluido del grupo. Es el momento donde tratan de explorar su identidad. Una de las vías por las que buscan esto son las redes sociales.

Durante estas edades se da mucha importancia a la insatisfacción con la imagen corporal. La construcción de esta se ve influenciada por los cambios socioculturales. (Goldschmidt, et al., 2008 as cited in Santana, 2012). Esta incomodidad es una preocupación seria entre los adolescentes asociándose a la pubertad en niñas. Según el artículo de Santana (2012) y sus fuentes aporta que este problema se encuentra entre un 25% y un 81%, evidenciando que esto se relaciona con los comportamientos y actitudes alimentarias negativas, baja autoestima y depresión.

3.2.3 Redes Sociales

En los últimos años, las Redes Sociales poco a poco han ido tomando más poder en nuestras vidas, de tal forma que ha llegado a un punto donde no podemos dejar de compartir todo lo que hacemos, todo lo que compramos e incluso a donde vamos cada día. Si es cierto que en el comienzo su objetivo era aportar nuevas oportunidades de socialización e incluso en el contexto educativo y académico pudiendo suscitarles un impulso para su desarrollo académico (Rumiche-Valdez & Solis-Trujillo, 2021) pero con el tiempo lo hemos ido relacionando con la idealización y lo perfecto.

Según el artículo escrito por Mónica Anderson y Michelle Faverio Jingjing Jiang (2023) podemos afirmar que durante el pasado año, las redes sociales que más han estado en auge fueron YouTube, TikTok, Instagram y Snapchat. A pesar de toda la información que hay actualmente sobre lo perjudicial que es su uso, el 95% de los adolescentes ya tienen un teléfono y el 45% se encuentra en línea casi de una manera constante.

El estudio de Díaz-López et al. (2020) respalda esta afirmación y constata que hay una falta de supervisión familiar en relación con el uso de Internet y de las redes sociales.

Las redes sociales no afectan de igual manera a todos los adolescentes, sino que depende del empleo que haga y de la responsabilidad que se le permitan podrán hacer de estas tecnologías muy perjudiciales para ellos. Mediante un estudio se resalta esta

afirmación admitiendo la falta de control por parte de las familias en el uso de Internet y redes sociales. (Díaz-Lopez et al, 2020 as cited in Muñoz et al, 2024)

Para poder medir en cifras reales cuál es el verdadero uso que se hace sobre estas aplicaciones, Pew Research Center (2023) realizó una encuesta dirigida a 1.453 jóvenes que se encuentran en esta etapa de adolescencia donde se refleja su uso diario.

La plataforma que más utilizan por excelencia y en la que más veces entran es YouTube, en esta su principal función es la reproducción de vídeos de otros usuarios y la interacción entre ellos. En ella es muy fácil encontrar la delgadez extrema mediante dietas estrictas, información sobre cómo perder peso o trucos para no engordar. (Syed-Abdul y col, 2013) Seguida de esta encontramos TikTok, una de las más recientes, tratan de compartir videos cortos en formato vertical, aquí puedes encontrar el mismo tipo de contenido que en la anterior. En penúltimo y último lugar encontramos a Snapchat e Instagram, donde es más probable realizar comparaciones entre personas iguales e influencers y en el que más comentarios negativos puedes encontrar sobre uno mismo, esto causará pérdida de autoestima teniendo más causas de desarrollar un trastorno alimentario.

Añadiendo más información a esto, también hablaré sobre otro estudio proporcionado por la revista *De Estudios e Investigación En Psicología Y Educación* (2017). Este se dirige hacia adolescentes que se encuentran en cuarto de Educación Secundaria Obligatoria, edades en las que se basa este proyecto, con un número total de jóvenes de 187. En primer lugar, analiza la frecuencia con la que utilizan las redes sociales. Tal y como vemos en la tabla, la mitad admitieron que su empleo era claramente excesivo, seguido del segundo porcentaje más alto correspondiente a algo excesivo, frente al menor porcentaje, 1,1% de la gente que marcó la opción claramente escaso.

Tiempo dedicado al uso de las redes sociales

	Porcentaje válido
Válidos	
Claramente excesivo	50,0
Algo excesivo	38,5
Lo justo	4,9
Algo escaso	5,5
Claramente escaso	1,1
Total	100,0

Tabla 2: Tiempo que usan las redes sociales

Fuente: Revistas.udc, 2017

Además de esto, es importante saber dónde pasan el tiempo dentro de la red. Los porcentajes que más destacan siendo el total de un 35% son un 31,3% y 24,7%, estos corresponden a seguir blogs, webs, etc y a subir fotos, esto da indicios a indicar que pasan un largo periodo dentro de las redes sociales, lugar poco protegido donde se pueden influenciar de todo lo que ven. El dato más bajo se atribuye a la búsqueda de información, lo que vuelve a evidenciar que no se le da un uso educativo.

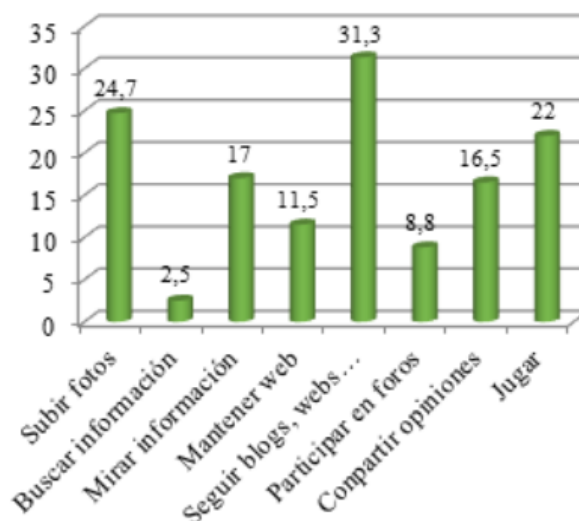


Gráfico 1: Donde pasan su tiempo dentro de Internet

Fuente: Revistas.udc, 2017

Otro aspecto a tener en cuenta es la dependencia que estos generan, estos datos se tomaron a partir del 50% de personas que tenían un uso excesivo se pudo realizar estos datos. El 39%

creo que no dependen de estas tecnologías frente a un 6% que sí creo depender. Esto puede derivar a que posiblemente no sean conscientes de lo adictivas que son las plataformas digitales, puesto que el número de personas que usan esto excesivamente es muy grande.

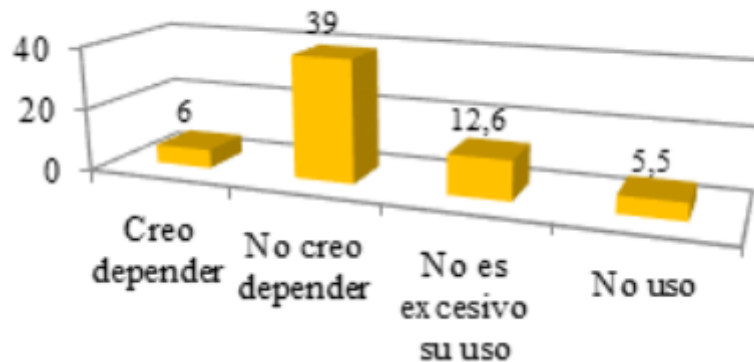


Gráfico 2: Dependencia que generan las redes sociales

Fuente: Revistas.udc, 2017

Con estos datos podemos observar que las redes sociales tienen una gran influencia. La presión de los medios de comunicación es evidente, si no se hace un uso responsable o autocontrolado puede crear una distorsión de la realidad. En estas redes sociales, la mayoría de personas, únicamente muestran la imagen que quiere que vea la gente representando un estándar de belleza irreal y un estilo de vida inalcanzable. Esto para personas que todavía no están formados sus ideales y su confianza en ellos mismos pueden crearles inseguridades queriendo imitarlos para ajustarse a ese irreal modo de vida. Además de esto, detrás de estas plataformas se encuentran muchos perfiles que desde su anonimato hacen comentarios generando inseguridades que inicialmente no tenían empezando a cuestionar su propia apariencia física. Esto crea presión y ansiedad por querer cumplir aquello que se supone que es lo “ideal”.

Cada vez es más común abrirse un perfil en estas redes sociales siguiendo lo que hace la mayoría, muchas veces por presión social lo que conlleva a que finalmente todo el mundo acaba accediendo a ello. Las amistades en este momento ayudan a desarrollar el desarrollo de su identidad.

3.2.5 Imagen idealizada en anuncios

Un anuncio se denomina como:

“Soporte visual o auditivo en que se transmite un mensaje publicitario” (Real Academia Española, s.f, definición 3).

Pero es mucho más que eso, poco a poco han ido jugando un papel fundamental en nuestras vidas. El ideal de belleza siempre se ha visto totalmente influido por las personas que realizan los spots influyendo también en la salud de cada uno. La función principal de los anuncios es crear una necesidad e incitar al consumo, esto la mayoría de veces se consigue por los mensajes explícitos e implícitos que aparecen.

Venden cuerpos delgados para que de esta manera puedan promocionar productos perjudiciales que ayudan a esta delgadez insana como alimentos dietéticos, técnicas de modelado de cuerpo (operaciones estéticas), medicamentos que ayudan a adelgazar, etc. La insatisfacción de la imagen corporal en las mujeres demuestra que cumple una relación con la presión social a favor de un cuerpo delgado como el ideal de belleza, sobre todo en las adolescentes. (Gondoli et al., 2011, citado por Ferguson et al., 2014). Los medios pueden cambiar nuestras percepciones sobre la realidad, estos influyen en la autoimagen de uno.

La publicidad se encarga de interpretar la realidad y representar en los anuncios aquello que la sociedad quiere ver. Siempre se ha usado una serie de estereotipos basados en la juventud, salud y belleza física, esto refleja lo que la sociedad demanda, prefiere y valora. Este es el motivo por el que la gente compra sus productos, para querer parecerse a los que salen en ellos. De esta manera, si las personas que aparecen cumplen con un prototipo delgado, alto y fuerte, los que compren el producto que se anuncia podrán parecerse a la persona que aparece con estas cualidades. Esta necesidad de alcanzar este tipo de cuerpos para poder sentirse “integrado” es la causante de someter al cuerpo a estas dietas tan poco saludables.

Lo curioso de esto es como el ideal de esta delgadez, únicamente se presenta en las sociedades más desarrolladas, donde se ofrece una abundancia de alimentos. Su explicación es que debido a que pueden conseguir la cantidad que desean de comida pierde su valor como un producto de primera necesidad.

Tal y como expone Yolanda Cabrera (2010), en la publicidad existen dos tipos de cuerpos perfectos; por un lado el masculino, donde se priorizan modelos mesoformos de una complexión atlética y por otro el femenino, un cuerpo ectoformo, donde se da importancia a la delgadez. La figura femenina trata de representar como ideal la hiperfeminidad con características que le hacen accesible, manipulable, fluidas, etc, este patrón denota fragilidad. Este es el modelo que usan en la publicidad.

Con el paso del tiempo ha ido cambiando poco a poco los tipos de personas que se han visto en los anuncios.

Actualmente, también hay que tener en cuenta que los anuncios, se relacionan directamente con las redes sociales, puesto que al haber un mayor uso de las nuevas tecnologías, la televisión convencional va perdiendo poco a poco su fuerza en la sociedad. Aprovechando eso han optado por qué este tipo de promoción recomendando productos y haciendo una publicidad sobre ellos sean “influencers”, personas más seguidas que vemos hoy en día en las aplicaciones digitales como Tik Tok, Instagram y YoTtube. Esta figura ha surgido desde hace pocos años, pero es el mejor perfil para ganar la confianza de sus seguidores y por lo tanto de los consumidores. Los adolescentes se sienten reflejados en ellos, esto juega a su favor y hace que compren sus productos.

A continuación, analizaré dos anuncios donde aparecen estos tipos de cuerpos hablados anteriormente. Además cabe destacar que mi elección se basa en que ambos cumplieron una controversia mediática en la sociedad siendo causa de polémica. Tuvieron grandes repercusiones queriendo transmitir los mismos valores, la delgadez como ideal de belleza

The perfect “body” - Victoria’s Secret

La marca Victoria’s Secret trata de una empresa que se encarga de fabricar lencería femenina y otros productos de belleza femenina. Lleva más de 25 años en el mercado y además de la tienda también se encarga de organizar desfiles con sus “ángeles”, modelos que llevan sus prendas y se ajustan al perfil de delgadez, esbelto y musculado. En el año 2014, lanzó una campaña para promocionar uno de sus desfiles. Lo chocante de esto fue que se respaldó bajo el eslogan “El cuerpo perfecto”, donde aparecieron diez modelos distintas que compartían las mismas características de cuerpo mostrando que la belleza perfecta únicamente son ellas.

Esta campaña fue muy comentada por los estándares poco realistas juzgando los demás tipos de cuerpos.



Imagen 1: Anuncio Victoria's secret "The perfect body"

Fuente: 20 minutos, 2014

Tuvo una gran resonancia puesto que la gente no se veía reflejada en esos cuerpos, lo que desencadenó en que otra marca dedicada a los mismos productos (Dear Kate) emplease esa idea usando también diez modelos de diferentes tallas que sí representan la diversidad de cuerpos para así acercarse más a "The Perfect Body".



Imagen 2: Respuesta a la campaña “The perfect body”

Fuente: 20 minutos, 2014

Observando ambas imágenes se puede apreciar lo comentado anteriormente, el único modelo de Victoria Secret es la mujer esbelta y muy delgada.

Are You Beach Body Ready? - Protein World:

En segundo lugar encontramos la marca Protein Word, esta proporciona en el mercado productos de suplementos alimenticios 100% naturales, sin conservantes, donde su objetivo es dar energías e impulsar a lograr energizarte e impulsarte a lograr tus objetivos físicos. En 2015, impulsó su campaña bajo el slogan “ARE YOU BEACH BODY READY” (“ESTÁ TU CUERPO LISTO PARA LA PLAYA”), pero esto no fue lo que impactó, sino el hecho de que le acompañaba un cuerpo femenino en bikini aludiendo a que ese era el cuerpo perfecto para ir a la playa. Las redes sociales enseguida empezaron a comentar este acto reivindicando la belleza real imponiendo y manifestando que todos los cuerpos estaban listos para poder ir. (El Mundo, 2015)



Imagen 3: Anuncio de Protein Word

Fuente: Shock.co, 2015

Muchos titulares se inundaron de esta polémica obteniendo varias respuestas de los usuarios pintando el cartel y cambiando su significado a “todo cuerpo es perfecto”. La marca Dove realizó una contestación donde aparecen tres mujeres con distintos cuerpos.



Imagen 4: Pintada al cartel original de la marca Protein Word en el metro

Fuente: f-ima , 2015



Imagen 5: Respuesta de Dove al anuncio de Protein Word

Fuente: spanishwebcopywriter, 2015

3.2.6 Retoques estéticos en redes sociales y anuncios.

Tal y como hemos visto en el anterior punto, en los anuncios la mayoría de cuerpos que aparecen son irreales siguiendo los mismos patrones. Esto se consigue por la manipulación de las imágenes que han sufrido retoques por aplicaciones como photoshop para poder tener el acabado deseado.

En España, los anuncios de productos de belleza están situados según InfoAdex en tercer lugar como uno de los que más facturación tiene con más de 500 millones de euros. Esta belleza que muestran las modelos se transmite como un sinónimo de éxito y salud. Esto influye de forma negativa en la forma de cómo perciben las mujeres sus propios cuerpos, puesto que cualquier imperfección es considerada un defecto.

Estos son algunos ejemplos donde se puede ver que la publicidad se basa en excelencia, donde no puede aparecer ninguna línea de expresión, arrugas, granos, ni poros.



Imágenes 6, 7 y 8: Comparativa de Angelina Jolie, Eva Longoria y Madonna, fotos editadas y sin editar

Fuente: Orbita diversa, 2014

Entre estas celebrities tan importantes que siempre aparecen perfectas, Angelina Jolie, Eva Longoria y Madonna, se aprecia a la perfección cuál es la imagen real y cuál ha sido retocada con aplicaciones como Photoshop. En las fotografías han hecho correcciones de relleno en la piel para quitar ojeras, suavizar la piel para aquellas manchas o rojeces y dar más brillo al rostro aportando esa jugosidad que les hace permanecer jóvenes.

Además de estos retoques en el rostro, también usan este tipo de aplicación para cambiar un cuerpo a otro más delgado. En esta imagen de Britney Spears se puede apreciar todos los cambios que han realizado en su cuerpo. En el lateral izquierdo aparece de la forma original en la que se realizó la foto y en la derecha aparecen cambios como una reducción de cintura, glúteo y piernas.



Imagen 9: Comparativa de Britney Spears foto editada y sin editar

Fuente: Orbita diversa, 2014

La foto que publicaron finalmente fue la que previamente había sido manipulada.

Otros ejemplos en relación con el anterior se encuentran en portadas de revistas, en concreto de las revista *Glamour*, donde aparece America Ferrara, y en la revista *OK!* con Kourtney Kardashian. Ambas en la foto que se publicó han sido retocadas tanto en el rostro como en el cuerpo. En las siguientes fotos se puede apreciar los cambios que han realizado en ellas comparándolas con una imagen de su cuerpo real.



Imágenes 10 y 11: Comparación portadas de revista con cuerpos editados con cuerpos reales

Fuente:Orbita diversa, 2014.

Con todos estos ejemplos quiero resaltar que de normal no somos conscientes de todos los cambios que vemos en las imágenes publicadas tanto en los anuncios como en las redes sociales. Esto aunque no lo percibamos, lo recibimos como un impacto muy negativo llegando a afectar en nuestra percepción de la belleza e incluso en nuestra autoestima y salud mental, si todas las imágenes que apreciamos en nuestro día a día son retocadas al final no podremos distinguir lo que es real de lo que no.

Estos son los motivos por los que una persona puede padecer un trastorno de conducta alimentaria. Querer parecerse a esos cuerpos delgados hace que eso sea lo aceptable y deseable para la sociedad. La obsesión física por llegar a estas imágenes está muy relacionado a conseguir una visión distorsionada de nuestro propio cuerpo, donde puede causar baja autoestima por no cumplir los estándares inalcanzables.

No conseguir las medidas “perfectas” puede causar que además de crear esa mala relación con la alimentación que hace que se produzca una enfermedad se apliquen estos retoques en las fotografías que no permiten que cada uno se acepte a sí mismo tal y como es.

3.2.7 Guía de tallas

La moda definida por la Real Academia Española (RAE) como "uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país" ha tenido siempre gran importancia en la imagen personal de cada uno. La forma en la que nos vestimos tiene mucho significado en cuanto a cómo nos vamos a encontrar en la sociedad, sobre todo en el grupo de adolescentes, puesto que ellos aún no tiene formada su personalidad, gustos etc. Algo tan sencillo como nuestra vestimenta o peinado es un factor importante para definirnos en una clase social.

Uno de los impactos más negativos que tiene son las tallas de ropa, estas afectan a la autoestima y salud mental de forma directa contribuyendo así a los TCA. Esto ha sido demostrado mediante algunos estudios, defienden que usar una talla más grande de lo que a día de hoy se denomina "talla perfecta" causa bajo amor propio, frustración y rechazo hacia el propio cuerpo. Este fenómeno se agrava debido a que actualmente las tallas no son uniformes en todas las tiendas.

Uno de estos estudios ha sido gracias a la Federación Española de Asociaciones para la Ayuda y Lucha contra la Anorexia y la Bulimia (2010), ya que esta realizó una investigación sobre la unificación de tallas. Sus resultados mostraron que el 40 % de la población femenina al darse cuenta de que su talla habitual ya no era la que necesitaban y que tendrían que coger una más, decidían perder peso.

Otro estudio proporcionado por la Fundación Imagen y Autoestima (2010) realizó un informe basado en un estudio encuestando a 560 personas. Una de las preguntas fue sobre la percepción que sienten los compradores, entre sus resultados se observa que el 87% de las personas piensan que su talla cambia según el modelo de ropa aun incluso de la misma tienda, frente a un 13% que afirma que su talla es la misma aunque sean modelos distintos. En esta tabla aparecen los datos sobre las diferentes tiendas y el porcentaje que piensa que si cambia su talla según la prenda. Todas ellas son superiores al 80%.

TIENDA	Cambia talla según modelo	Nº total de casos
Grupo Inditex	87.6%	299
Mango	87.8%	49
H&M	83.3%	18
El Corte Inglés	89.3%	49
Cortefiel	92.3%	13
C&A	92.3%	13
Pimkie	80.1%	19
Otros*	84.2%	95
Total	87,3%	560

Tabla 3: Personas que cambia de talla según de modelo en la misma tienda
Fuente F-igma, 2010

Por otro lado, cabe destacar que en el mismo estudio un 18% cuando no coincide con su talla habitual deciden no comprársela, al contrario que un 82%; el 44% se ha planteado hacer dieta después de darse cuenta que no coincidían con su talla, de las cuales dentro de este porcentaje el 81,7% son mujeres.

Por todo esto, podemos decir que la falta de estandarización de las tallas hace que la inseguridad y la presión social aumente para querer alcanzar un cuerpo ideal que ni siquiera existe. Esto conlleva a realizar comportamientos nada saludables derivando en problemas de conducta alimentaria.

3.3 Sitios web que fomentan esta enfermedad

Después de investigar lo que conlleva el uso de las RR.SS e internet en relación con los TCA he podido comprobar que hay innumerables páginas que te informan sobre todo, como páginas informativas, programas escolares, asociaciones que ofrecen su ayuda, artículos, videos, etc. Pero aquellas que no se conocen en profundidad son las páginas pro-anorexia y pro-bulimia, este fenómeno empezó a popularizarse en el año 2004. (Bermejo, et al., 2011) Este tipo de páginas, sobre todo se enfocan hacia mujeres. El problema de esto es que de muchas se desconoce quién es la persona que está detrás de la pantalla y que cualquier usuario en busca de ayuda o de poder solventar su enfermedad se encuentra con estas que buscan favorecer estas prácticas. Utilizan los términos “pro-ana” y “pro-mía” como simbolismo de un grupo que utilizan las enfermedades como un estilo de vida alternativo en vez de considerarlo algo serio. (Bermejo, et al., 2011) Analizando esto desde una perspectiva

médica son considerados como nocivos y muy peligrosos, pero estas personas lo ven como un sitio donde apoyar a la gente con el mismo pensamiento sin que tengan miedo a expresarse, todo esto a costa de disminuir una motivación para curarse.

Estos sitios se denominan como una comunidad donde expresarse sin sentirse juzgado aunque sea a costa de poder curarse. Aquí presentan de manera natural sus consejos sobre cómo perseguir la delgadez extrema, además de trucos para que amigos, familiares e incluso el médico no se den cuenta de su condición. Sostienen lemas y frases para autoconvencerse de lo que están haciendo y demostrar que no es una conducta insana. En estos blog utilizan en su nombre el peso al que quieren llegar, por ejemplo “50”, haciendo alusión a que su peso ideal sería 47 kg, en él, también adjuntan fotografías sobre ellas mismas donde se les nota en gran profundidad sus huesos.

Ser Ana o Mía simbolizaba llegar a la perfección y sentirse orgullosas de representar el cuerpo perfecto queriendo lograrlo sin importar nada más, según su filosofía llegar al espejo y pensar “soy una princesa”. Entre su terminología comparten expresiones como:

- *Thinspiration*. aquellos iconos delgados a los que quieren llegar a parecerse.
- *Reverse thinspiration*. representando a las personas que presentan obesidad o sobrepeso.

(Bermejo, et al., 2011)

Según el estudio realizado por Wilson, et al. (2006), podemos reconocer que en una encuesta realizada a 182 personas de las cuales 76 eran pacientes y 106 padres, el 52,8 de los padres sí que conocían este tipo de webs, pero únicamente el 26,5 % habían mantenido una conversación con sus hijos sobre ellos. A su vez, también conocemos que el 41% visitó sitios de recuperación, el 35,5% entró en alguno de estos foros a favor de los TCA, el 25% obtuvo información de ambos y por último el 48% no tuvo datos sobre ninguno. De estos, la mayoría con un 96%, afirmó aprender algunas de las técnicas que aparecían en las páginas.

Sobre todo, la problemática es que desgraciadamente no solo ha llegado a los blogs, sino que en cualquier red social buscando estas palabras clave puedes encontrar toda la información sobre cómo favorecer la anorexia y bulimia. Actualmente existen movimientos en contra de esta situación eliminando y reportando estas páginas que puedan contener mensajes sobre ellas.

En la siguiente imagen podemos observar un ejemplo sobre cómo son los consejos que divulgan la idea de comer menos y en consecuencia normalizan la anorexia.

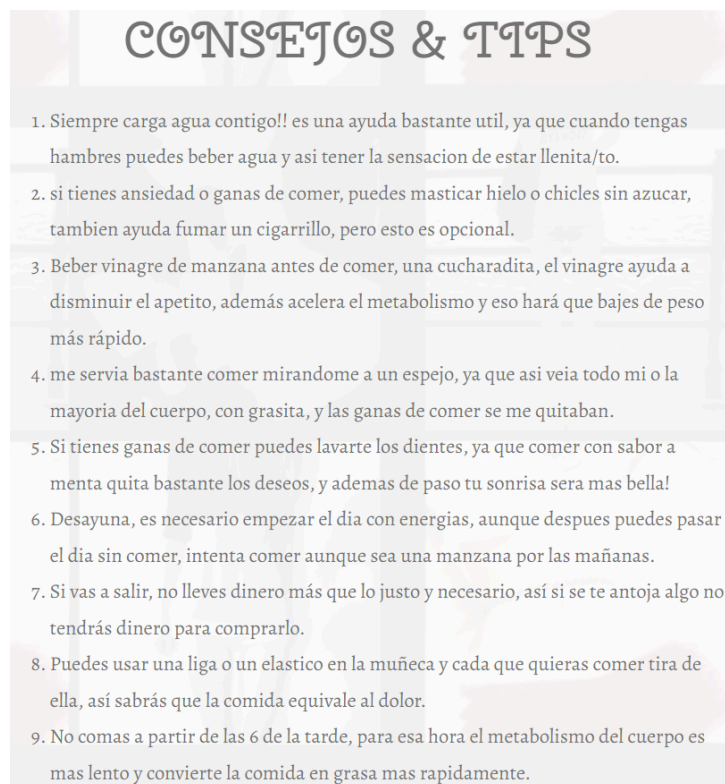


Imagen 12: Tips y consejos de página web que fomenta los trastornos.
Fuente: Princesasproana, 2019

3.4 Casos y testimonios de personas que han padecido TCA

Observando el lado bueno de las redes sociales encontramos a personas que tratan de ayudar o bien contando su experiencia o bien mediante estas plataformas digitales. Entre ellas veremos diferentes perfiles, como personas que se dedican al mundo de las pasarelas o personas que no tenían nada que ver con la fama y se han hecho conocidas por sus libros, experiencias y estudios.

Realmente podemos escuchar los testimonios de muchas de ellas en sus redes sociales, pero me gustaría destacar una plataforma que aún no he mencionado, los podcast, ya que es una de las nuevas alternativas que nos proporciona Internet. Consiste en una serie de contenidos grabados en audio donde se habla sobre temas de interés que en muchas ocasiones ayuda a dar credibilidad a problemas que ocurren a menudo, en este caso, los TCA. Muchos de estos podcast son realizados por expertos psicólogos que están a la orden del día y que realmente

pueden ayudar aunque sea de una manera indirecta a cambiar la mentalidad de las personas que lo padecen. Es una buena manera para aquellos que no quieren dar el paso y pedir una ayuda médica directa.

3.4.1 Marisa Jara

Uno de los ejemplos de superación clara que encontramos en el panorama español sobre los trastornos de conducta alimenticia es el de Marisa Jara. Siempre ha estado en contacto con el mundo del modelaje, moda y belleza. Empezó en las pasarelas a la temprana edad de 15 años con una de las agencias más prestigiosas Elite, su trayectoria ha sido una de las más largas pisando París, Nueva York, Francia, Tokio o Milán. Tras escribir su libro *La talla o la vida* con la editorial Planeta relató en él toda su experiencia desde la sinceridad y cercanía sobre la situación que vivió con unos de los trastornos alimenticios, la bulimia. Su enfermedad se relaciona con las exigencias que vivió por los estereotipos de belleza que se estipulaban en las pasarelas. Una vez superado su trastorno, pudo convertirse en una de las modelos *curvy* más importantes nacionales. En él se explicaba la positividad para animar a las mujeres a eliminar aquellos complejos estéticos ofreciendo consejos de nutrición donde enseña a valorar la belleza de cada uno tal y como es.

A día de hoy, ha realizado múltiples entrevistas que además de dar visibilidad por su libro ha conseguido salir de la enfermedad por otros medios cambiando que sea un tema tabú a algo normal que se puede tratar. Una de ellas realizada por la revista *IDEAL* y la patrocinada por Bida Farma hablaba sobre este trastorno y su libro. En ella admitió que no fue hasta que se decantó por dedicarse como modelo *curvy* cuando decidió contar su vivencia; al principio le costó abrirse, pero comprendió que era una buena manera de liberarse y ayudar a otras personas que estuvieran pasando por la misma situación.

También comentó como se había sentido físicamente en estos años pasados y afirmó que ella siempre había estado delgada y que era algo positivo para su profesión, pero que una vez que te consolidas, la exigencia va creciendo. Dependiendo del país al que tuviera que viajar se sentía fuera de lugar por ser una chica con curvas, sus características no se adaptaban a la de la región, esto le desencadenó en una depresión que pudo con ella.

3.4.2 Nieves Álvarez

Nieves Álvarez también sufrió problemas de trastorno alimenticio, esta fue una de las primeras en relatar y dar voz a estas enfermedades. Su caso fue relacionado con la anorexia en su libro publicado hace más de 20 años *Yo vencí a la anorexia*. Ella expone que esa enfermedad viene de problemas relacionados con la inseguridad y falta de confianza en uno mismo plasmandolo en 200 páginas ha podido contar cómo pudo vencerla. Llegó a pesar 42 kg y pasó una semana en el hospital alimentada por suero.

Nieves es modelo y presentadora de televisión española, pero admite que este problema lo padeció antes de comenzar su historia en el modelaje. En una entrevista realizada por *Vanity Fair* contestó algunas preguntas sobre su enfermedad. En cuanto a la relación con su cuerpo, ella afirma que nunca se vio guapa ni atractiva, pero que considera que a día de hoy, no tiene ningún problema con su cuerpo. Sobre el motivo de por qué contó su enfermedad respondió que fue a raíz de la gran polémica que hubo con las modelos de Calvin Klein asegurando que promueven la anorexia pero bajo su punto de vista, la moda no tiene la culpa de esto. Cree que juzgamos todo por el físico, pero que aun así la moda le salvó y le hizo más fuerte dejando de importarle lo que pensarán sobre el suyo. Con la presión del sector y las oportunidades que cogen a otra persona antes que a ti aprendes a quererte. Explica que ella llevaba una mochila que le pesaba mucho y que un día pensó que lo mejor era quitársela y ser fuerte con sus pensamientos.

En su libro narra cómo pasó por esta enfermedad en la que creía imposible volver a su vida normal y hacer cosas como reír y salir con sus amigos. Ayuda a demostrar a sus lectores que sí se puede conseguir, según sus propias palabras "igual que tienes fuerzas para destrozarte y dejar de comer, las tienes para salir del infierno".

3.4.3 Mara Jiménez

Además de los últimos personajes famosos que han sufrido este tipo de enfermedades, hoy en día encontramos muchos perfiles no tan conocidos que poco a poco se han hecho un hueco ayudando a las personas que pasan por ellas. La manera de apoyar a esto es contando su experiencia por redes sociales bajo el nombre de "Croquetamente". Las redes sociales donde más seguidores tiene es Instagram con más de 460.000 y TikTok con 240.000, estas son clave

entre el concepto body positive. Mara Jiménez se considera una artista multidisciplinar, creadora de contenido y coach holística. Durante 15 años de su vida ha pasado situaciones donde quería esconderse de sí misma, estas se relacionan directamente con el bullying, problemas de salud y TCA.

Gran parte de su tiempo lo dedica a redes sociales, por eso, está comprometida en temas de divulgación como autoestima, Trastorno de la Conducta Alimentaria y Activismo contra la Gordofobia. Además de esto, ha escrito dos libros *Acepta y Vuela* y *Más yo que nunca* y es co-fundadora del proyecto “Botiquín para el alma”. Trata de cultivar todo aquello que sea bueno para crear el amor en uno mismo. (Jiménez / (sf))

En ambos libros, uno publicado en 2022 y otro un año más tarde, tratan sobre su retrato bibliográfico y sus aprendizajes para sanar el cuerpo. Además, decidió utilizar el humor irónico para tratar temas sobre la gordofobia abriendo una sección donde imitaba que trabajaba en un call center y la gente llamaba para quejarse por la “gente gorda haciendo cosas”.

3.4.4. Victoria Lozada

Por otro lado, también encontramos otros perfiles como el de Victoria Lozada escritora divulgadora, podcaster y nutricionista. Realizó un máster Trastornos de Conducta Alimentaria en la Universidad Europea de Valladolid trabajando posteriormente en clínicas de nutrición, farmacias, educación y divulgación. Destaca la idea de que la vida es mejor sin obsesionarse y libre de dietas bajo sus lemas: “Todos los cuerpos son válidos, Rompiendo los moldes y Tienes permiso para ser tú”.

Escribió un total de cuatro libros, el último de ellos *Come sin hacer dieta* gira en torno a sus cuatro pasiones: la alimentación y salud integrativas, la divulgación, y la liberación corporal de las mujeres.

Además de esto, tiene un podcast *Esto es nutrición* donde se habla sobre trastornos alimentarios, estilo de vida saludable con ciencia y dietas de moda.

3.4.5 Podcast Somos Estupendas

Este perfil está creado por psicólogas especializadas y dirigido principalmente a mujeres. La persona encargada es Yaiza Sanz encargada de divulgación y terapia. Además de tener esta plataforma, esta empresa también se involucra en ayudar a mirar hacia dentro y florecer, ofrecer terapias, cursos y talleres y proporcionar un retiro para ayudar a conectar con uno mismo. Entre sus capítulos con mayor popularidad se encuentra el de los trastornos por atracón, pero además de este, en la misma relación podemos encontrar “Cultura de la dieta: Qué es y cómo nos afecta”, “Alimentación y salud mental” e incluso testimonios de gente que ha pasado por esta enfermedad como de la fotógrafa Mai, autora del libro *51 kg menos*.

Trata de facilitar la información de la entrevista para que esté al alcance de todos, en su página web aparece todo lo que se ha hablado e incluso un cartel resumiéndolo. El audio con más reproducciones de este canal es sobre el trastorno por atracón, en su landing page encontramos un resumen de lo ocurrido además de este cartel donde brevemente también expone sobre los aspectos más importantes que se han tratado:



Imagen 13: Resumen de lo tratado en el podcast

Fuente: Somos estupendas, 2023

Esta manera de llegar al público es muy cercana a la vez que útil, puesto que es muy fácil ponerse en la piel de quien lo está narrando. Gracias a esto ayudan a cultivar el amor propio junto a otras mujeres que pasan por las mismas situaciones.

Una de sus frases para transmitir sus valores es: “Aprende, crece y despierta tu verdadero yo con nuestro podcast de psicología estupendo”.

3.4.6 Psicología al desnudo

Otro de los Podcast que tratan las enfermedades de conductas alimenticias es Psicología al desnudo. El personal que realiza son psicólogas que vienen de la “Clínica Marina Mammoliti”, estas trata de promover la psicoeducación emocional para conocerse a uno mismo y hablar sobre la salud mental y que esta deje de ser tabú. La creadora de este sitio web es Marina Mammoliti psicóloga y divulgadora científica.

Está compuesto por distintas secciones, entre ellas el amor propio, donde puedes encontrar distintos capítulos que te ayudan a no influenciarte por lo que ves en redes sociales, quererte tal y como eres y autoconocer te.

Además, de esta herramienta, también ofrecen terapias online donde puedes hablar directamente con ellas.

4. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el proyecto, puedo afirmar que ha sido un proceso de aprendizaje tanto a nivel académico como personal. Esto se debe a que además de profundizar a nivel teórico sobre qué son estos trastornos y las causas por las que pueden desencadenar, también me ha ofrecido la oportunidad de conocer cómo se llegan a sentir las personas que lo han padecido y han salido adelante. Me he dado cuenta de que es imprescindible dar visibilidad a este tipo de enfermedades y dejar de tratarlas como un tema tabú, puesto que aunque el mayor porcentaje de casos sean en adolescentes puede ocurrir en cualquier etapa de la vida. De esta manera, pienso que aquellos que lo sufren pueden expresarlo a tiempo antes de llegar a un punto muy avanzado del trastorno, no es algo para avergonzarse, simplemente es una enfermedad. Si fuera de esta manera, se podría controlar el hábito de malas dietas y las malas conductas que conllevan. Un modo de frenar estos comportamientos sería hacer uso de los medios de comunicación con el objetivo de difundir una educación sobre estas enfermedades y promover unos hábitos alimenticios saludables.

Hoy en día, la salud mental ha logrado cobrar gran importancia en nuestras vidas y gracias a ella muchas personas han logrado salir de sus malas conductas provocadas por las TCA. Es un concepto que promueve la autoconfianza de uno mismo, por lo tanto, estamos frente a una noción clave para luchar contra estos trastornos.

Tras analizar los cánones de belleza del último siglo y el actual he llegado a la conclusión de que mantienen una relación muy estrecha. Es importante tener en cuenta que la población siempre ha perseguido el “ideal de belleza” sin importar si su complexión era más prominente o más delgada, pero la problemática viene cuando ese ideal representa a una figura casi irreal. Considero que actualmente, las personas priorizan acercarse a esa figura perfecta impuesta por la sociedad antes que cuidar su propia salud dejando de lado las conductas beneficiosas que los humanos necesitan. Por lo tanto, reflexiono que la imposición de estereotipos y estándares de belleza son cómplices de estas enfermedades.

Pienso que poco a poco los ideales de belleza irán desapareciendo y dará lugar a una sociedad donde todos los cuerpos sean igual de válidos. No obstante, algunas marcas siguen perpetuando estos estereotipos con el fin de vender sus productos y atraer la mirada de los consumidores. La mentalidad que deberían tomar hacia estas actitudes es un enfoque más

crítico, donde la belleza resida en la aceptación de uno mismo. Si la sociedad se deshiciera de estos estereotipos dañinos podría avanzar en valores como el respeto y la aceptación de todo tipo de cuerpos. La publicidad tiene una gran responsabilidad en este proceso debido a que ejerce una gran influencia ante las personas. Propongo que en lugar de imponer un único estándar de belleza excluyendo a los demás aceptasen la diversidad corporal ayudando a los consumidores a entender que nadie puede marcar los límites de belleza.

A raíz de este proyecto he podido descubrir algunas páginas webs que promueven estos trastornos. Desde mi punto de vista puedo expresar que me parece bastante alarmante esta situación, ya que tratan de fomentar este estilo de vida normalizando la autodestrucción de la salud. En lugar de ser un sitio web donde pedir apoyo y proporcionarlo entre todos, promueven comportamientos dañinos. Es muy duro admitir que bajo cada nombre de usuario hay una persona que está en una situación frágil, donde nadie le está prestando ayuda. Por todo esto, pienso que es esencial regular este tipo de plataformas para cerrar estos sitios e impulsar aquellas otras que sí piensan en ayudar.

Para finalizar, expongo que se deberían de realizar más acciones para disminuir el número de casos de estas enfermedades y utilizar los medios de comunicación para ello. De esta manera, nuestra sociedad estaría compuesta por personas más estables, sin miedos y sin frenos para realizar su día a día con total normalidad. El principio del cambio está en cada uno de nosotros realice cambios en nuestras formas de pensar y actuar, ya que cada “granito de arena” puede ayudar a las personas que las sufren y piensan que nunca podrán salir de ahí.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

20 minutos. (2014, noviembre 2). Polémica en Internet por una campaña sobre el “cuerpo perfecto” de Victoria’s Secret. 20 minutos.

<https://www.20minutos.es/noticia/2284477/0/criticas-redes-sociales/victorias-secret/cuerpo-perfecto/>

Anderson, M, Faverio, M y Gottfried J (2024, 14 abril). *Teens, Social Media and Technology 2023*. Pew Research Center.

<https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/>

Behar, R (s/f) Scielo.cl. *La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria*. The cultural body building: The paradigm of eating disorders

<https://www.scielo.cl/pdf/rchnp/v48n4/art07.pdf>

Belleza IDEAL,. (2019, 27 noviembre). El canon de belleza griego y el actual - Belleza IDEAL. *Belleza IDEAL - Consejos de belleza, cosmética y tendencias*.

<https://belleza.ideal.es/2019/11/el-canon-de-belleza-griego-y-el-actual/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Belleza inalcanzable: la mujer en la publicidad. (2014, 10 noviembre). Orbita Diversa.

<https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/05/27/belleza-inalcanzable/>

Bermejo, B. G., Saul, ui Á. G., y Jenaro, R. (2011). *The anorexia and bulimia on the web: ana and mia two “bad company” for youth today: La anorexia y la bulimia en la red: ana y mia dos “malas compañías” para las jóvenes de hoy*. Usal.es., de

<https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/123299/197-602-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bermúdez Durán, L. V., Chacón Segura, M. A., & Rojas Sancho, D. M. (2021). Actualización en trastornos de conducta alimentaria: anorexia y bulimia nerviosa. *Revista Medica Sinergia*,

6(8), e694. de, <https://www.medigraphic.com/pdfs/sinergia/rms-2021/rms218a.pdf>

Borrás, T (2014). *Adolescencia: definición, vulnerabilidad y oportunidad* Correo científico médico de holguín, de <http://scielo.sld.cu/pdf/ccm/v18n1/ccm02114.pdf>

Bulik, C. M., Sullivan, P. F., Tozzi, F., Furberg, H., Lichtenstein, P., & Pedersen, N. L. (2006). Prevalence, heritability, and prospective risk factors for anorexia nervosa. *Archives of General Psychiatry*, 63(3), 305. <https://doi.org/10.1001/archpsyc.63.3.305>

Cabrera, Y (2010) *El cuerpo femenino en la publicidad Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia.* ICONO 14 de <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556585012.pdf>

Castillo, M., & Weiselberg, E. (2017). Bulimia nervosa/purging disorder. *Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care*, 47(4), 85–94. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1538544217300482>

Center of Excellence for Eating Disorders. (2018, 1 agosto). *¿Qué son los Trastornos de la Conducta Alimentaria?* <https://www.med.unc.edu/psych/eatingdisorders/learn-more/informacion-en-espanol/bfque-son-los-trastornos-de-la-conducta-alimentaria/>

Colino. (2013, 17 abril). *Las flappers en los ¡locos años 20!* Tendencias. <https://www.tendencias.com/tendencias/las-flapper-en-los-locos-anos-20>

Consejos & tips. (2019, 7 febrero). ~ Princesas de Porcelana Pro-Ana ~. <https://princesasproana.home.blog/consejos-tips/>

Cristina, P. (2011, octubre 5). *Moda de los años 20: entre andróginos y vestidos flapper.* Estás de Moda: Revista de moda para mujeres y hombres. <https://estasdemoda.com/moda-de-los-anos-20-entre-androginos-y-vestidos-flapper/>

Cuadro, E., & Baile, J. I. (2015). Binge eating disorder: analysis and treatment. *Revista Mexicana de trastornos alimentarios [Mexican journal of eating disorders]*, 6(2), 97–107. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmta/v6n2/2007-1523-rmta-6-02-00097.pdf>

De cómo un polémico anuncio sobre dietas pasa de las redes sociales a una manifestación.
(2015, abril 28). EL MUNDO.

<https://www.elmundo.es/enredados/2015/04/28/553f59f422601d496c8b457c.html>

De Diego Díaz Plaza, M., Cortés, S. B., Ruiz, J. P. N., Cano, M. J. S., & Martín, A. R. (2022). Advertising and the media in eating disorders. *Nutrición Hospitalaria*.
<https://doi.org/10.20960/nh.04179>

de la conducta alimentaria: anorexia nerviosa, C. S. la E. y. el T. N. de L. T., Nerviosa, B., atracón y otros. Resumen ejecutivo, T. P. (s/f). *Grupo de Trabajo SENPE*.
<https://www.nutricionhospitalaria.org/articulos/01745/show>

Del Estado de Hidalgo, U. A. (s. f.). *Vista de trastornos de la conducta alimentaria*.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/atotonilco/article/view/6036/7243>

Divino, E. (2022, 17 marzo). Nieves Álvarez narra su dura experiencia con la anorexia - Divinity.
Divinity.
https://www.divinity.es/moda/nieves-alvarez-experiencia-anorexia_18_3299370230.html

Diz, J. L. I. (s/f). *¿Cómo influye la moda en el comportamiento de los adolescentes?*
Adolescenciasema.org. Recuperado el 28 de mayo de 2024, de
<https://adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol3num1-2015/57-66%20Como%20influye%20la%20moda%20en%20el%20comportamiento.pdf>

Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A., & Galindo, M. (2014). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>

Fundación Imagen y Autoestima. (2010, junio). *Análisis sobre el grado de unificación de tallas de ropa en España y el impacto en la salud de las personas*. F-ima.org.
http://www.f-ima.org/fitxer/388/informe_completo_barometro_tallas.pdf

Galvín, V. (2015, 18 noviembre). Nieves Álvarez: «Sin Marco siento que me falta el brazo izquierdo». *Vanity Fair*.

<https://www.revistavanityfair.es/la-revista/articulos/nieves-alvarez-portada-vanity-fair-diciembre/21543>

Garabatos, B. P. R. (s/f). *Moda de la Belle Epoque e indumentaria en la obra de Emilia Pardo Bazán*. Udc.es. Recuperado el 5 de junio de 2024, de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/25150/Rodr%C3%ADguezGarabatos_Blanca%20Paula_TD%202019.pdf

Gómez Candela, C. (2017). Consenso sobre la evaluación y el tratamiento nutricional de los trastornos de la conducta alimentaria: bulimia nerviosa, trastorno por atracón y otros. *Nutrición hospitalaria: órgano oficial de la Sociedad Española de Nutrición Parenteral y Enteral*, 34(5). <https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v35nspe1/1699-5198-nh-35-spe1-00049.pdf>

Id-Admin. (2019, 31 octubre). *Consecuencias de la anorexia y la bulimia en la salud dental*. Clínica Infinity Dental- Tu Dentista En San Sebastián de los Reyes. <https://clinicainfinitydental.com/anorexia-bulimia-salud-dental/>

Jade Jara. (2022, 12 marzo). *Marisa Jara - JadeJara*. JadeJara. <https://jadejara.es/marisa-jara/>

LA BELLEZA EN EL s. XX. (2007, 1 junio). Los cánones de belleza a lo largo de la historia. <https://canonesbelleza.wordpress.com/2007/05/24/la-belleza-en-el-s-xx/>

Lindvall Dahlgren, C., Wisting, L., & Rø, Ø. (2017). Feeding and eating disorders in the DSM-5 era: a systematic review of prevalence rates in non-clinical male and female samples. *Journal of Eating Disorders*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0186-7>

Lladó, G., González-Soltero, R., & Blanco Fernández de Valderrama, M. J. (2017). Anorexia y bulimia nerviosas: difusión virtual de la enfermedad como estilo de vida. *Nutrición hospitalaria: órgano oficial de la Sociedad Española de Nutrición Parenteral y Enteral*, 34(3), 693. <https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v34n3/1699-5198-nh-34-03-00693.pdf>

Llorca, C y Márquez, M. (2016) Evolución y análisis del canon de belleza aplicado a la moda. Idus.us.es.

[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63384/Evoluci%
c3%b3n%20y%20an%e3%a1lisis%20del%20canon%20de%20belleza%20aplicado%20a%20la%20Moda.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63384/Evoluci%c3%b3n%20y%20an%e3%a1lisis%20del%20canon%20de%20belleza%20aplicado%20a%20la%20Moda.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lopez, C y Gaete, V. (2020). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes: descripción y manejo. *Eating disorders in adolescents. A comprehensive approach*.
<https://www.scielo.cl/pdf/rcp/v91n5/0370-4106-rcp-rchped-vi91i5-1534.pdf>

Los adolescentes y el uso de los medios sociales: ¿cuál es la repercusión? (2024, 20 abril). Mayo Clinic.

<https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437>

Lozano-Muñoz, N., Borrallo-Riego, Á., & Guerra-Martín, M. D. (2022). Impact of social network use on anorexia and bulimia in female adolescents: a systematic review. *Anales del sistema sanitario de Navarra*, 45(2). <https://doi.org/10.23938/assn.1009>

Marketing de contenidos para dummies. (2015, mayo 8). Marketing de contenidos para dummies.

<https://spanishwebcopywriter.wordpress.com/2015/05/08/publicidad-y-marketing-polemicos-si-o-no/>

Meyer, A. (2013). *LA MODA EN LA HISTORIA - LOS AÑOS 30*.
<https://thelookalexa.blogspot.com/2013/08/la-moda-en-la-historia-los-anos-30.html>

Muñoz, J. A. (2017, 28 septiembre). «Pude superar mi trastorno alimentario porque actué rápido». *Ideal*.

<https://www.ideal.es/culturas/pude-superar-trastorno-20170928005442-ntvo.html#>

Nebot, A. (2017). Uji.es. *Instagram y el canon de belleza actual: modelos "plus-size" de* https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/173778/TFG_2017_NebotMu%C3%B1oz_Aroa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Polémica por el anuncio de productos proteicos en el metro de Londres. (2015). F-ima.org. de <http://www.f-ima.org/es/noticias/2015/05/14/polemica-por-el-anuncio-de-productos-proteicos-en-el-metro-de-londres>

Pineda, S y Aliño, M (s/f) El concepto de adolescencia. ccp.ucr.ac.cr. de <https://ccp.ucr.ac.cr/bvp/pdf/adolescencia/Capitulo%20I.pdf>

Ponce, R. (2017, 10 abril). Marisa Jara: «A muchos les avergüenza reconocer sus trastornos alimenticios». *Bulevar* *Sur*. <https://sevilla.abc.es/estilo/bulevarsur/noticias/estilo-de-vida/marisa-jara-libro-bulimia/>

Rivera, N. (2021, 14 mayo). *La evolución del canon de belleza femenino a través de los tiempos*. Yorokobu. <https://www.yorokobu.es/canon-de-belleza-femenino/>

Rodríguez, R (2021). *Trastornos de la alimentación menos comunes*. Psiquion - Plataforma de *Psicología* *Online*. <https://www.psiquion.com/blog/trastornos-alimentacion-menos-comunes>

Salazar Mora, Z, (2008). Redalyc.org. Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72912555004.pdf>

Sánchez Planell, L y Fernández-Valdés, R (2002). *Trastorno por atracón y obesidad*. Centregaudi.com. http://www.centregaudi.com/down/transtorno_obesidad.pdf

San Sebastián, J, (s/f) *Aspectos históricos en la medicina sobre los trastornos alimentarios*. <https://www.injuve.es/sites/default/files/Revista47-2.pdf>

Santana, M. L. P., da Costa Ribeiro Junior, H., Mora Giral, M., & a Raich, y. R. (2012). La epidemiología y los factores de riesgo de los trastornos alimentarios en la adolescencia; una

revisión. *Nutrición hospitalaria: órgano oficial de la Sociedad Española de Nutrición Parenteral y Enteral*, 27(2), 391–401. <http://www.nutricionhospitalaria.com/pdf/5573.pdf>

Sanz, Y. (Host). (2023, 29 septiembre). *Trastorno por atracón: Qué es y tratamiento | Ep. 103*. [Audio podcast episode]. Somos Estupendas. <https://somesestupendas.com/trastorno-por-atracon/>

Serapio, A. (s.f) *Realidad psicosocial: La adolescencia actual y su temprano comienzo*. Injuve.es. de https://www.injuve.es/sites/default/files/revista73_1.pdf

Shock, R. (2015, 7 mayo). Polémica en el mundo por campaña publicitaria de Protein World. *Shock*. <https://www.shock.co/cultura-pop/polemica-en-el-mundo-por-campana-publicitaria-de-protein-world>

Somos Estupendas. (2024, 19 abril). *Plataforma de salud mental y bienestar digital | Somos Estupendas*. <https://somesestupendas.com/>

Valdez, M. E. R., y Trujillo, B. P. S. (2021). Los efectos positivos y negativos en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en educación. *HAMUT AY*, 8(1), 23–32. <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/HAMUT/article/view/2233/2318>

Victoria Lozada. (s/f). ELLE. Recuperado el 5 de junio de 2024, de <https://www.elle.com/es/author/286669/victoria-lozada/>

View of Potential risks of social media use in adolescents. (2017). Udc.Es., de <https://revistas.udc.es/index.php/reipe/article/view/reipe.2017.0.13.2120/pdf>

Vista de Impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los adolescentes: Estudio de Instagram y TikTok. (s/f). Cienciayeducacion.com. Recuperado el 2 de junio de 2024, de <https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/163/326>

Wilson, J. L., Peebles, R., Hardy, K. K., & Litt, I. F. (2006). Surfing for thinness: A pilot study of pro-eating disorder Web site usage in adolescents with eating disorders. *Pediatrics*, *118*(6), e1635–e1643. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-1133>