

<https://doi.org/10.48061/SAN.2022.24.2.109>

## INFLUENCIA DEL USO DE REDES SOCIALES SOBRE LA CONFORMIDAD CON LA IMAGEN CORPORAL

### *INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA USE ON BODY IMAGE CONFORMITY*

María Teresa Panzitta<sup>1,2,3</sup>, Johana Pees Labory<sup>1,3</sup>, Vanesa Érica Anger<sup>1,2</sup>, María Eugenia Chulibert<sup>1,6</sup>, Marcos Alejandro Mayer<sup>1,5,6</sup>, Laura Kalfaian<sup>1,3</sup>

<sup>1</sup> Grupo de Trabajo Comportamiento Alimentario y Psicología, Sociedad Argentina de Nutrición, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

<sup>2</sup> Centro Katz, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

<sup>3</sup> Equipo de Desórdenes Alimentarios y Obesidad, Departamento de Salud Mental, Hospital Durand, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

<sup>4</sup> Sección Nutrición, Hospital Italiano de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

<sup>5</sup> Fundación Centro de Salud e Investigaciones Médicas (CESIM), Santa Rosa, La Pampa, Argentina

<sup>6</sup> Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Ciudad de Buenos Aires, Argentina

Correspondencia: María Teresa Panzitta

E-mail: [mtpanzitta@gmail.com](mailto:mtpanzitta@gmail.com)

Presentado: 02/12/22. Aceptado: 21/05/23

#### RESUMEN

**Introducción:** La insatisfacción corporal se asocia a la morbilidad psicofísica. Uno de los factores estudiados como disparador de malestar sobre la imagen corporal es la exposición a mensajes culturales de ideales físicos o de belleza. El presente trabajo explora la relación entre el uso de las redes sociales y la preocupación por el propio cuerpo, el deseo de hacer dieta para bajar de peso, y la generación de pensamientos obsesivos por la forma y tamaño corporal durante el período de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO).

**Materiales y Métodos:** Estudio transversal, descriptivo, realizado a través de un cuestionario online en participantes mayores de 18 años residentes en Argentina. Se evaluaron antecedentes demográficos, datos antropométricos, conformidad con la imagen corporal e influencia del uso de redes sociales sobre la imagen corporal y la conformidad con el propio cuerpo.

**Resultados:** Un total de 2236 individuos (85,5% mujeres), con una media de edad de 38.88±15.20 años, y una media de IMC de 25.55±5.36 kg/m<sup>2</sup>, aceptó participar del presente estudio. El 34% de los encuestados manifestaron que nunca o rara vez se encontraban conformes con su cuerpo y el 66% refirió sentir culpa al excederse con la comida. El 68,1% manifestó haber sentido miedo a aumentar de peso en algún momento de su vida. El análisis multivariado arrojó una relación inversa entre la edad de los encuestados y la percepción de que las redes sociales influyeron negativamente sobre su imagen corporal, y que estas incrementaron su deseo de hacer una dieta destinada a bajar de peso. El efecto negativo de las redes sociales fue significativamente mayor en aquellos que presentaban disconformidad corporal previo al ASPO.

**Conclusión:** El incremento del uso de las redes sociales en pandemia se vio reflejado en el grado de insatisfacción corporal en el grupo de mayor vulnerabilidad en la muestra estudiada.

**Palabras clave:** Imagen corporal; redes; insatisfacción corporal; pandemia.

#### ABSTRACT

**Introduction:** Body image dissatisfaction is associated with psychophysical morbidity. Exposure to cultural messages about physical or beauty ideals is one of the studied factors which initiate body image dissatisfaction. This work explores the relationship between social media use and preoccupation with one's own body, the desire for a diet to lose weight, and the generation of obsessive thoughts about body shape and size during the period of Social Preventive and Mandatory Isolation (SPMI).

**Materials and methods:** A cross-sectional study was carried out using an online questionnaire of participants over 18 years residing in Argentina. Demographic information, anthropometric data, conformity with body image and the influence of the use of social media on body image and conformity with one's own body were evaluated.

**Results:** 2236 individuals participated in this study (85,5% women) with a mean age of 38.88±15.20 years and a mean IMC of 25.55±5.36 kg/m<sup>2</sup>. Thirty-four percent of the sample expressed that they never or hardly ever were satisfied with their bodies and 66% referred to a feeling of fault when they overindulge in food. Sixty-eight percent stated that they had been afraid of

gaining weight at some moment in their life. The multivariate analysis showed an inverse relationship between age and perception of social media's negative influence on their body image, and that they increased their desire to diet to lose weight. The negative social media effect was significantly higher in participants who presented body dissatisfaction previous to the SPMI.

**Conclusion:** The increase in social media use during the pandemic was reflected in the level of body dissatisfaction in the most vulnerable group of this sample.

**Keywords:** body image; social media; body image dissatisfaction; pandemic.

---

## INTRODUCCIÓN

La imagen corporal es la representación mental y subjetiva de nuestra apariencia. Específicamente, es un constructo multifacético relacionado con las percepciones individuales y actitudes hacia nuestro propio cuerpo<sup>1</sup>. Como estructura psíquica, la imagen corporal incluye la representación consciente e inconsciente del cuerpo en cuanto a esquema corporal (comprende percepciones conscientes de las dimensiones, postura, movimientos y superficie corporal), contenido o interioridad (percepción de las sensaciones propioceptivas, cinestésicas) y significado (conjunto de representaciones inconscientes que constituyen parte del deseo sexual y que se expresan simbólicamente formando parte de las relaciones interpersonales)<sup>2</sup>.

Como estructura multidimensional, esta percepción del propio cuerpo está constituida por componentes cognitivos, comportamentales, afectivos y evaluativos<sup>3</sup>. La evaluación negativa de la propia imagen corporal caracteriza a la insatisfacción corporal o disconformidad con el cuerpo<sup>4</sup>.

Esta percepción negativa puede, en ocasiones, conducir hacia actitudes, con frecuencia, nocivas para la salud física y mental, con la finalidad de generar un cambio en la propia imagen corporal. Así la insatisfacción corporal ha sido descrita como desencadenante de trastornos de la conducta alimentaria<sup>5</sup>, asociada a síntomas depresivos<sup>6,7</sup>, distrés emocional<sup>8</sup> y al desarrollo de prácticas de control de peso no saludables como vómitos autoinducidos o ayunos<sup>9,10</sup>.

Contextos sociales, culturales y familiares se han vinculado como disparadores o promotores de insatisfacción corporal<sup>11</sup>.

Uno de los factores estudiados como contribuyentes a su generación es el uso de las redes sociales<sup>12,13</sup>. La frecuencia y volumen de uso han sido asociados a mayor preocupación por la alimentación<sup>14</sup>. Por otra parte, el contenido ofrecido, especialmente en las plataformas de mayor impacto visual, juega también un rol en el desarrollo o creación de estereotipos, tendencias y modas. En las imágenes que se exponen al público consumidor, en general, se intenta mostrar un perfil perfeccionista e idealista resaltando atributos que se consideran positivos según las normas de moda imperantes<sup>15</sup>, la mayoría de los cuales serían inalcanzables en cuanto a la obtención del modelo hegemónico propuesto. Es un hecho evidente que en los últimos años la utilización de internet, las plataformas de redes sociales y el uso de las aplicaciones para smartphones y tablets han ido en constante aumento. Según datos recientes, más de 2/3 de las personas en el mundo son usuarios de internet<sup>16</sup>, más específicamente, se estima que 1 de cada 3 personas en el mundo utilizan plataformas de redes sociales y más de 4 billones de personas acceden a redes sociales cada mes<sup>17</sup>. En la Argentina, con una población de 45.8 millones, al mes de febrero de 2022, existían 39.55 millones de usuarios de redes sociales, con un promedio diario de tiempo de uso de redes sociales de 3h 26 min<sup>18</sup>.

En plena evolución de la pandemia por COVID-19, el 20 de marzo de 2020, en Argentina se inició una cuarentena estricta y prolongada en el tiempo (Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio - ASPO). Durante este singular periodo, las plataformas digitales permitieron una conexión social interindividual de comunicación, información, entretenimiento, de acceso a la salud y a la provisión de alimentos, entre otros usos, facilitando en muchos aspectos la cotidianidad ante la situación emergente. Se estima que el incremento de usuarios de internet y de redes sociales en Argentina fue de 4,7% y 9,9%, respectivamente, entre los años 2020 y 2021 y en 9,2% los usuarios de redes sociales activos a nivel global<sup>19</sup>.

En nuestra hipótesis de estudio, postulamos que el análisis de la relación entre el uso de redes sociales y los disturbios de la imagen corporal constituye una vía de abordaje para detectar potenciales predictores de insatisfacción corporal. El presente trabajo propone explorar estos potenciales predictores y analizar la relación entre el uso de las redes sociales y la preocupación por el propio cuerpo, el deseo de hacer dieta para bajar de peso, y la generación o no de pensamientos obsesivos por la forma y el tamaño corporal.

## OBJETIVO

Evaluar la influencia del uso de redes sociales sobre la conformidad con la imagen corporal y el propio cuerpo, en el contexto del aislamiento social preventivo ante la emergencia por la pandemia de COVID-19.

## MÉTODOS

Muestra: Estudio de corte transversal y descriptivo sobre una muestra de 2236 participantes. Los datos se recolectaron mediante un cuestionario online distribuido en población mayor de 18 años y residente en Argentina, a través de redes sociales durante 10 días, entre el 05 y el 15 de junio de 2020. Este período coincidió con el aislamiento social preventivo y obligatorio impuesto en la República Argentina desde el 19/03/2020 en respuesta a la pandemia por COVID-19. Todos los participantes brindaron su consentimiento informado previo a la realización de la encuesta. El estudio se realizó conforme a las normas éticas, de acuerdo con la Asociación Médica Mundial y con los principios de la declaración de Helsinki.

### El cuestionario evaluó los siguientes datos

*Demográficos y generales:* edad, sexo y nivel educativo máximo alcanzado, incremento de peso en cuarentena, incremento del tiempo destinado al uso de redes sociales en cuarentena.

*Antropométricos:* Se utilizó el peso (kg) y la talla (cm) previos al inicio de la cuarentena referidos por los encuestados. A partir de estos datos se calculó el índice de masa corporal (IMC, peso/talla<sup>2</sup>) y se categorizaron a los sujetos en bajo peso, normopeso, con sobrepeso y con obesidad.

*Conformidad con imagen corporal:* La evaluación de la conformidad con la imagen corporal previo a la cuarentena se realizó mediante 4 afirmaciones a las que los encuestados debieron asignar en una escala de Likert de 5 valores, la frecuencia en que presentaban esa actitud o pensamiento (nunca, rara vez, a veces, casi siempre, siempre). Se evaluó conformidad con el cuerpo, culpa al excederse con la comida, miedo a aumentar de peso y preocupación por el deseo de estar más delgado/a. Se consideró disconforme con la imagen corporal previa a todos aquellos que contestaron casi nunca o nunca a la afirmación "Consideraba que estaba conforme con mi cuerpo".

*Influencia del uso de redes sociales sobre la imagen corporal y la conformidad con el propio cuerpo:* Con el objetivo de evaluar estos parámetros se construyó un instrumento basado en la siguiente afirmación de opción múltiple: "En relación a la influencia de las redes sociales sobre su imagen corporal durante la cuarentena (puede marcar más de una opción), frente a la que se permitía seleccionar una o más de las siguientes opciones: Noto que incrementó mi preocupación por el cuerpo; Noto que incrementó mi deseo de hacer dieta destinada a bajar de peso; Me generó obsesión por el tamaño o la forma de mi cuerpo; Disminuyó mi preocupación por mi imagen corporal; No influyó sobre mi imagen corporal. A fin de evaluar la correcta interpretación de cada una de las opciones, previo a la realización de este estudio, se llevó adelante una prueba piloto en 50 voluntarios.

*Uso de las redes sociales durante el periodo de cuarentena:* Los encuestados debieron informar si modificaron en frecuencia el uso de redes sociales durante la cuarentena (no varió, la usé más que antes, disminuyó).

**Análisis estadístico:** Los datos se expresaron como media  $\pm$  desvío estándar, excepto especificación contraria. La descripción general de la muestra se analizó mediante estadística descriptiva. Para evaluar la asociación entre variables se utilizó la prueba de Chi-cuadrado, Test de Fisher o Regresión logística, según correspondiera. Para la evaluación del valor predictivo de los diferentes factores sobre la percepción de la influencia de las redes sociales sobre la imagen corporal y la conformidad con el propio cuerpo se recurrió a un modelo de regresión logística. Se consideró significativo un valor de  $p < 0,05$ . Los datos se analizaron con el programa SPSS para Windows (versión 17.0, SPSS Inc, Chicago, IL).

## RESULTADOS

### Características generales de la muestra

Un total de 2236 individuos, con una media de edad de  $38.88 \pm 15.20$  años y una media de IMC de  $25.55 \pm 5.36$  kg/m<sup>2</sup>, aceptó participar y formar parte del presente estudio. Las características generales de la

muestra se presentan en la Tabla 1.

### **Conformidad con el propio cuerpo**

En la tabla 2 se muestran las características basales de los participantes en relación con la conformidad con el propio cuerpo, relación con la comida y temores y preocupaciones vinculados al peso corporal. El 34% de los encuestados manifestó que nunca o rara vez se encontraba conforme con su cuerpo. La culpa al excederse con la comida fue un fenómeno frecuente, observándose que un 66% manifestó tener esta sensación en algún momento, incluyendo a un 39% que expresó sentirlo siempre o casi siempre. El 68,1% de los encuestados manifestó haber sentido miedo a aumentar de peso en algún momento (incluyendo 44,8% casi siempre o siempre), mientras que el 62,1% refirió sentirse preocupado/a por el deseo de estar más delgado/a (incluyendo 36,8% siempre o casi siempre).

### **Uso de redes sociales e imagen corporal**

Mientras que solo un 5,5% de los evaluados refirió haber disminuido el uso de redes sociales durante el período de ASPO, el 60,2% manifestó haberle destinado mayor tiempo diario. La Tabla 3 muestra la influencia reportada que tuvo el uso de redes sociales sobre la imagen corporal en los sujetos evaluados.

La Figura 1 muestra los resultados del análisis multivariado que exploró la asociación existente entre las diferentes características basales de los sujetos y la percepción de que las redes sociales influyeron negativamente sobre su imagen corporal durante la pandemia. Se observó una relación inversa entre la edad de los encuestados y la percepción de que el uso de redes sociales durante la pandemia incrementó su preocupación por el cuerpo, el deseo de hacer dieta destinada a bajar de peso y generó obsesión por el tamaño o la forma del cuerpo. También se observó una tendencia hacia una menor percepción de efectos negativos entre hombres con respecto a mujeres, aunque esta solo alcanzó significancia estadística en relación con la generación de la obsesión por el tamaño o la forma del cuerpo.

La disconformidad previa con el propio cuerpo fue el principal predictor, con un valor de beta exponencial de entre 2,3 y 3,6, según la variable analizada. A excepción de los efectos referidos de las redes sociales sobre el deseo de hacer dieta destinada a bajar de peso (que fue significativamente mayor entre los sujetos con sobrepeso y obesidad), los efectos sobre la preocupación por el propio cuerpo o la obsesión por el tamaño o la forma del cuerpo fueron consistentes entre las diferentes categorías de IMC.

## **DISCUSIÓN**

Según la muestra analizada, el 1/3 de los encuestados (34%) manifestó nunca o rara vez sentirse conforme con su cuerpo, con sensación de culpa al excederse con la comida, miedo a aumentar de peso, y preocupación por el deseo de estar delgado. Aquellas personas que presentaban disconformidad previa con su cuerpo tuvieron 80% más riesgo de sentir insatisfacción con su imagen corporal durante la pandemia.

La principal asociación se registró entre quienes aumentaron de peso, en esos casos el riesgo de haber incrementado la disconformidad fue 15,9 veces más alto respecto de quienes no incrementaron su peso.

Los datos obtenidos de insatisfacción corporal son concordantes con la prevalencia descrita en la literatura, con estimaciones de alrededor del 30% en mujeres (entre 20-40%) y 20% en hombres (entre 10-30%)<sup>20,21</sup>, con mayor prevalencia en mujeres<sup>22-26</sup>. Por otra parte, la sensación reportada de culpa al excederse con la comida (2/3 de la muestra) constituye un estado preocupante entre la población analizada, debido a que la percepción de culpa y vergüenza podría asociarse a depresión<sup>27</sup>.

Existe un vínculo entre el comportamiento alimentario y la disconformidad corporal, que está dado por el peso corporal real. De esta manera, cuando la insatisfacción no se asocia a un real exceso de peso, se infiere un trastorno de imagen corporal, en el que las personas sobredimensionan la percepción visual del cuerpo<sup>2</sup>. Por otra parte, aquellas personas que frecuentemente sienten insatisfacción corporal, miedo a engordar, culpa y deseo de estar más delgados presentan síntomas que sugerirían la necesidad de investigar la presencia de patología subclínica, como por ejemplo desórdenes alimentarios.

El riesgo de percibir que las redes sociales durante la cuarentena incrementaron la preocupación por el cuerpo fue 4,01 veces más alto entre quienes presentaban disconformidad previa con el cuerpo. Este efecto negativo de las redes sociales fue inversamente proporcional a la edad.

En nuestro trabajo no se evidenció una asociación con la categoría de IMC. Si bien estudios previos reportan asociación entre la insatisfacción de la imagen corporal y el peso<sup>28-30</sup>, con una relación lineal en ado-

lescentes mujeres<sup>31</sup>, otros autores han reportado altas tasas de insatisfacción corporal con baja prevalencia de sobrepeso y obesidad<sup>10</sup>. Un estudio longitudinal en adolescentes, con seguimiento a 10 años, mostró que la insatisfacción corporal crece junto con el incremento del IMC durante la transición entre la escolaridad media y la adultez temprana, con valores mayores en mujeres respecto de varones, volviéndose no significativa al estabilizarse el IMC<sup>32</sup>.

De forma similar, el riesgo de percibir que las redes sociales incrementaron el deseo de hacer dieta fue 4,14 veces mayor entre quienes presentaban disconformidad previa con el cuerpo. También se evidenció una relación inversamente proporcional con la edad.

El mayor efecto se observó con el riesgo de percibir un incremento en la obsesión por el tamaño y la forma del cuerpo, que fue 6,75 veces mayor entre quienes presentaban disconformidad previa con el cuerpo.

El grado en que las redes sociales contribuyen a la aparición de la insatisfacción con la imagen corporal y los comportamientos alimentarios patológicos ha sido objeto de estudio. La fuerza de la relación entre uso de redes sociales e imagen corporal está mediada por la edad, el tipo de uso de las redes sociales y el aspecto de la imagen corporal analizado. Existe una relación negativa con la edad, y la relación es mayor si el uso de la red social se focaliza en la comparación de la apariencia y cuando se evalúa la dimensión cognitiva de la imagen corporal<sup>33</sup>. En este último aspecto podría intervenir la internalización del ideal social de belleza. La exposición aguda a imágenes diseñadas en Instagram para promover hábitos de vida saludables (fitspiration) incrementa la insatisfacción corporal y disminuye la autoestima en mujeres jóvenes<sup>34</sup>. Mas aun, el uso diario mayor a dos horas de Instagram se asoció a insatisfacción corporal, baja autoestima y conducción hacia la delgadez en mujeres jóvenes<sup>35</sup>. El proceso de comparación social estaría implicado en los efectos negativos de la exposición a las redes sociales, más específicamente, la evaluación de la propia apariencia por comparación con los ideales culturales de belleza imperantes<sup>36</sup>.

La obsesión por el tamaño del peso y forma del cuerpo puede disparar cambios en el comportamiento alimentario como la búsqueda de dietas restrictivas y consiguientes sentimientos de culpa ante la incapacidad de su mantenimiento.

### **Limitaciones**

Por tratarse de un estudio exploratorio llevado adelante en un contexto particular como el del ASPO, el presente trabajo presenta algunas limitaciones que deben tenerse en cuenta antes de extrapolar sus resultados a la población general. Por un lado, es válido plantear que parte de las alteraciones del comportamiento alimentario identificadas en este trabajo puedan estar también relacionadas a las angustias, ansiedades y producciones sintomáticas fruto de la pandemia como experiencia inédita y traumática. A su vez, el hecho que se haya recurrido a un cuestionario en línea difundido a través de redes sociales como instrumento presenta limitaciones propias del método, en particular, posibles sesgos de selección que limitan la representatividad de la muestra.

## **CONCLUSIONES**

El incremento en el uso de las redes sociales en pandemia se vio reflejado en el grado de insatisfacción corporal en el grupo de mayor vulnerabilidad en la muestra estudiada. En este sentido, de confirmarse estos hallazgos en futuros estudios, resultaría fundamental desde una mirada preventiva la formulación de propuestas en el uso de redes que propicien contenidos que faciliten la adquisición de herramientas para mejorar la salud mental, corporal y contribuir a la aceptación de la diversidad corporal y autoestima.

### **Financiamiento**

Esta investigación no recibió financiamiento.

### **Conflictos de interés**

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

## **REFERENCIAS**

1. Kling J, Kwakkenbos L, Diedrichs PC, Rumsey N, Frisén A, Brandão MP, et al. Systematic review of body image measures. *Body image* 2019;30:170-211.

2. Zugerfeld R. *Acto bulímico, cuerpo y tercera tópic, 1° Edición*, Buenos Aires, Ricardo Vergara; 1992.
3. Thompson JK, Schaefer LM. Thomas F. Cash: A multidimensional innovator in the measurement of body image; Some lessons learned and some lessons for the future of the field. *Body Image* 2019;31:198-203.
4. Grogan S. *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children, 3° Edition*, New York, Routledge/Taylor & Francis Group; 2016.
5. Turk F, Waller G. Is self-compassion relevant to the pathology and treatment of eating and body image concerns? A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology Review* 2020;79:101856.
6. Jebeile H, Lister NB, Baur LA, Garnett SP, Paxton SJ. Eating disorder risk in adolescents with obesity. *Obesity Reviews* 2021;22(5):e13173.
7. Sharpe H, Patalay P, Choo TH, Wall M, Mason SM, Goldschmidt AB, et al. Bidirectional associations between body dissatisfaction and depressive symptoms from adolescence through early adulthood. *Dev Psychopathol* 2018;30(4):1447-58.
8. Johnson F, Wardle J. Dietary restraint, body dissatisfaction, and psychological distress: a prospective analysis. *J Abnorm Psychol* 2005;114(1):119-25.
9. El Ansari W, Dibba E, Labeeb S, Stock C. Body Image Concern and its Correlates among Male and Female Undergraduate Students at Assuit University in Egypt. *Glob J Health Sci* 2014;6(5):105-117.
10. Radwan H, Hasan HA, Ismat H, Hakim H, Khalid H, Al-Fityani L, et al. Body Mass Index Perception, Body Image Dissatisfaction and Their Relations with Weight-Related Behaviors among University Students. *Int J Environ Res Public Heal* 2019;16(9):1541.
11. Van Den Berg P, Thompson JK, Obremski-Brandon K, Coovert M. The Tripartite Influence model of body image and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. *J Psychosom Res* 2002;53(5):1007-20.
12. Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image* 2016;17:100-10.
13. Jlotsa B, Naccache B, Duval M, Rocher B, Grall-Bronnec M. People being Followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *Int. J. Environ. Res Public Health* 2021;18(6):2880.5.
15. Haferkamp N, Krämer NC. Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychol Behav Soc Netw* 2011;14(5):309-14.
16. Our World in Data. <https://ourworldindata.org/> Recuperado el 15 de Noviembre de 2021.
17. We are social. Digital 2022. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> Recuperado el 22 de Octubre de 2022.
18. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/> Recuperado el 15 de junio de 2022.
19. Kemp S. Digital 2019. <https://p.widencdn.net/kqy7ii/Digital2019-Report-en> Recuperado el 20 de febrero de 2022.
20. Levine, M, Murnen S. Everybody Knows That Mass Media are/are not [pick one] a Cause of Eating Disorders: A Critical Review of Evidence for a Causal Link Between Media, Negative Body Image, and Disordered Eating in Females. *Journal of Social and Clinical Psychology* 2009;28(1):9-42.
21. Frederick DA, Jafary AM, Gruys K, Daniels EA. Surveys and the epidemiology of body image dissatisfaction. *Encyclopedia of body image and human appearance* 2012:766-774.
22. He Jinbo, Sun S, Zickgraf HF, Lin Z, Fan X. Meta-analysis of gender differences in body appreciation. *Body image* 2020;33:90-100.
23. Von Soest T, Wichstrøm L. Gender differences in the development of dieting from adolescence to early adulthood: A longitudinal study. *J Res Adolesc* 2009;19(3):509-529.
24. Quittkat HL, Hartmann AS, Düsing R, Buhlmann U, Vocks S. Body Dissatisfaction, Importance of Appearance, and Body Appreciation in Men and Women Over the Lifespan. *Front Psychiatry* 2019;10:864.
25. Esnaola I, Rodríguez A, Goñi A. Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: gender and age differences. *Salud Ment.* 2010;33(1):21-29.
26. Tiggemann M. Body image across the adult life span: stability and change. *Body Image* 2004;1(1):29-41.
27. Blythin SPM, Nicholson HL, Macintyre VG, Dickson JM, Fox JRE, Taylor PJ. Experiences of shame and guilt in anorexia and bulimia nervosa: A systematic review. *Psychol Psychother* 2020;93(1):134-159.
28. Quick V, Eisenberg ME, Bucchianeri MM, Neumark-Sztainer D. Prospective Predictors of Body Dissatisfaction in Young Adults: 10-year Longitudinal Findings. *Emerg adulthood* 2013;1(4):271-282.
29. Alharballeh S, Dodeen H. Prevalence of body image dissatisfaction among youth in the United Arab Emirates: gender, age, and body mass index differences. *Current Psychology* 2021;42:1317-1326.
30. Levine, Michael & Murnen, Sarah. "Everybody Knows That Mass Media are/are not [pick one] a Cause of Eating Disorders": A Critical Review of Evidence for a Causal Link Between Media, Negative Body Image, and Disordered Eating in Females. *Journal of Social and Clinical Psychology* 2009;28(1),9-42.
31. Justino M, Enes CC, Bertoldi Nucci L. Self-perceived body image and body satisfaction of adolescents. *Rev. Bras. Saude Mater. Infant* 2020;20(3).
32. Bucchianeri MM, Arikian AJ, Hannan PJ, Eisenberg ME, Neumark-Sztainer D. Body dissatisfaction from adolescence to young adulthood: findings from a 10-year longitudinal study. *Body Image* 2013 Jan;10(1):1-7.
33. Saiphoo AN, Vahedi Z. A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Comput Human Behav* 2019;101:259-75.
34. Tiggemann M, Zaccardo M. "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image* 2015;15:61-7.
35. Vall-Roqué H, Andrés A, Saldaña C. The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Prog Neuropsychopharmacol Biol Psychiatry* 2021;110.
36. Tiggemann M. Digital modification and body image on social media: Disclaimer labels, captions, hashtags, and comments. *Body image* 2022;41:172-180.

**Tabla 1.** Características generales de la muestra

<b>Sexo</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Masculino	327	14,6
Femenino	1909	85,4
<b>Máximo nivel educativo</b>		
Primario Incompleto	4	0,2
Primario Completo	25	1,1
Secundario Completo	767	34,3
Terciario Completo	411	18,4
Universitario Completo o más	1029	46,0
<b>Categoría de Peso</b>		
Bajo peso	67	3,0
Normopeso	1165	52,1
Sobrepeso	654	29,2
Obesidad	350	15,7

Descripción de la muestra según sexo, máximo nivel educativo, ocupación y categoría de IMC. Se observa el N (número de individuos) y su correspondiente % (porcentaje del total de la muestra).

**Tabla 2.** Características basales de conformidad con el cuerpo e imagen corporal

<b>Conformidad con el cuerpo</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Nunca	424	19,0
Rara vez	336	15,0
A veces	661	29,6
Casi siempre	626	2,0
Siempre	189	8,5

---

<b>Culpable al excederse con la comida</b>		
Nunca	361	16,1
Rara vez	401	17,9
A veces	602	26,9
Casi siempre	401	17,9
Siempre	471	21,1

---

<b>Miedo a aumentar de peso</b>		
Nunca	329	14,7
Rara vez	384	17,2
A veces	522	23,3
Casi siempre	414	18,5
Siempre	587	26,3

---

<b>Preocupado el deseo de estar más delgado</b>		
Nunca	443	19,8
Rara vez	405	18,1
A veces	566	25,3
Casi siempre	387	17,3
Siempre	435	19,5

Los datos se expresan como N (número de individuos) y % (porcentaje del total de la muestra).

**Tabla 3.** Uso de redes e imagen corporal

Efecto sobre imagen corporal	N	%
Incrementó mi preocupación por el cuerpo	474	21,2
Incrementó mi deseo de hacer dieta destinada a bajar de peso	379	17,0
Me generó obsesión por el tamaño o la forma de mi cuerpo	174	7,8
Disminuyó mi preocupación por mi imagen corporal	92	4,1
No influyó sobre mi imagen corporal	1405	63,1

Los datos se expresan como N (número de individuos) y % (porcentaje del total de la muestra).

**Figura 1.** Análisis de regresión logística múltiple, basado en la edad, sexo, disconformidad previa con el propio cuerpo y categoría de IMC. El sexo se codificó como 0= mujer; 1= hombre. \* $p \leq 0,05$ ; \*\* $p \leq 0,01$ ; \*\*\*  $p \leq 0,001$ .

