



## AUTORES

Sandra García Cartagena

Yolanda Quiles Marcos

Departamento de Ciencias del Comportamiento  
y Salud  
Universidad Miguel Hernández (UMH)  
Elche, Alicante

*Anuario de Psicología*

N.º 55/1 | marzo 2025 | págs. 13-25

Enviado: 18 de febrero de 2024

Aceptado: 3 de diciembre de 2024

Publicado: ?? de 2025

DOI: 10.1344/ANPSIC2024.55.2

ISSN: 0066-5126 | © 2025 Universitat de Barce-  
lona

## Uso de las redes sociales y su relación con la insatisfacción con la imagen corporal, la ansiedad y conductas alimentarias de riesgo en jóvenes

Sandra García Cartagena,  
Yolanda Quiles Marcos

### Resumen

Actualmente existe una preocupación notable por la influencia que las redes sociales tienen en los jóvenes. Por ello, el objetivo de este estudio es analizar la relación entre conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal y ansiedad con el uso de las redes sociales. Se contó con una muestra de 144 participantes residentes en España, 53 hombres (36.8%) y 91 mujeres (63.2%), con una media de edad de 23 años (DT = 3.15). Para el estudio se emplearon los cuestionarios Eating Attitudes Test (EAT-26), Body Shape Questionnaire (BSQ), State-Trait Anxiety Inventory (STAI), Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS) y dos encuestas *ad hoc* para los datos sociodemográficos e información sobre el tipo de redes sociales usadas, su frecuencia y el tipo de contenidos. Con todo ello, los resultados obtenidos muestran una mayor frecuencia de uso de WhatsApp, Instagram, TikTok y YouTube por parte de los jóvenes. Los análisis de relación mostraron que las conductas alimentarias de riesgo, la preocupación por la imagen corporal, la ansiedad estado y la adicción a las redes sociales se relacionaban de manera positiva y significativa en las chicas; sin embargo, en los chicos no sucedía lo mismo. Además, tanto los chicos como las chicas con mayor preocupación por la imagen corporal informaban que se sentían mal frente a aquellas cuentas en las que se mostraban cuerpos «perfectos», y que tendían a comparar su cuerpo con el de otras personas. Por todo ello, es importante considerar la relación de las redes sociales en la aparición de la insatisfacción con la imagen corporal, síntomas propios de los trastornos alimentarios y ansiedad en los jóvenes.

### Palabras clave

Redes sociales, trastornos de conducta alimentaria, insatisfacción corporal, ansiedad, jóvenes.

## Ús de les xarxes socials i la seva relació amb la insatisfacció amb la imatge corporal, l'ansietat i les conductes alimentàries de risc en joves

### Resum

Actualment hi ha una preocupació notable per la influència de les xarxes socials en els joves. L'objectiu d'aquest estudi és analitzar la relació entre les conductes alimentàries de risc, la insatisfacció corporal i l'ansietat amb l'ús de les xarxes socials. L'estudi va comptar amb una mostra de 144 participants residents a Espanya, 53 homes (36,8%) i 91 dones (63,2%), d'una edat mitjana de 23 anys ( $DT = 3,15$ ). Es van utilitzar els qüestionaris Eating Attitudes Test (EAT-26), Body Shape Questionnaire (BSQ), State-Trait Anxiety Inventory (STAI), Test d'Addicció a les Xarxes Socials (TARS) i dues enquestes *ad hoc* per obtenir dades sociodemogràfiques i informació sobre el tipus de xarxes socials utilitzades, la seva freqüència i el tipus de continguts consumits. Els resultats obtinguts indiquen que WhatsApp, Instagram, TikTok i YouTube són les xarxes socials més utilitzades pels joves. Les anàlisis de relació van mostrar que les conductes alimentàries de risc, la preocupació per la imatge corporal, l'ansietat estat i l'addicció a les xarxes socials es relacionaven de manera positiva i significativa en les noies; no obstant això, en els nois no es va observar la mateixa relació. A més, tant nois com noies més preocupats per la seva imatge corporal van informar que se sentien malament quan veien comptes que mostraven cossos «perfectes», i que tendien a comparar el seu cos amb el d'altres persones. Per tot això, és important considerar la influència de les xarxes socials en l'aparició de la insatisfacció amb la imatge corporal, els símptomes propis dels trastorns alimentaris i l'ansietat en els joves.

### Paraules clau

Xarxes socials, trastorns de la conducta alimentària, insatisfacció corporal, ansietat, joves.

## Use of social networks and its relationship with dissatisfaction with body image, anxiety and risky eating behaviors in young people

### Abstract

Currently there is a notable concern about the influence that social media has on young people. Therefore, the objective of this study is to analyze the relationship between risky eating behaviors, body dissatisfaction, and anxiety with the use of social media. A sample of 144 participants residing in Spain was included, with 53 being males (36.8%) and 91 being females (63.2%), with a mean age of 23 years ( $SD=3.15$ ). The study employed the Eating Attitudes Test (EAT-26), Body Shape Questionnaire (BSQ), State-Trait Anxiety Inventory (STAI), Social Media Addiction Test (TARS), and two ad-hoc questionnaires for sociodemographic data and information about the type of social media platforms used, frequency, and types of content. The results obtained show a higher frequency of use among young people for WhatsApp, Instagram, TikTok and YouTube. Relationship analyses showed that risky eating behaviors, body image concerns, state anxiety and social media addiction were positively and significantly related in girls, but not in boys. Additionally, both boys and girls who were more concerned about their body image reported feeling bad when exposed to accounts showcasing "perfect" bodies and tended to compare their own bodies to those of others. Therefore, it is important to consider the relationship between social media and the emergence of body image dissatisfaction, symptoms related to eating disorders, and anxiety in young people.

### Keywords

Social networks, eating disorders, body dissatisfaction, anxiety, young people.

## INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son una de las herramientas más empleadas tanto para el entretenimiento como a nivel profesional o académico (Romero et al., 2012; Alsuraihi et al., 2016; Carpenter, & Harvey, 2020). Además, se han convertido en una influencia clara en la forma en que las personas se comunican y establecen relaciones (Harvey et al., 2020), y son un instrumento imprescindible en lo social y en lo cotidiano (Bernal, & Angulo, 2013).

Es cierto que el uso de las redes sociales permite la creación e intercambio de contenido (Cravero, & Alzas, 2012) y que genera nuevas formas de relación social y creación de relaciones interpersonales más complejas pero también más enriquecedoras (Traver, & Fernández, 2011). Sin embargo, al igual que las redes sociales ofrecen

ventajas, también presentan inconvenientes, ya que se ha observado que si no se hace correctamente el control del tiempo de uso, puede afectar a actividades de la vida diaria del individuo, como la alimentación o el sueño (Acerro, Talman, Vergara, Moreno, & Jiménez 2005). Asimismo, el anonimato que ofrecen las redes sociales permite al usuario decidir qué información comparte sobre él mismo u otros, e incluso crear cuentas falsas que supongan un peligro para otras personas (Ackermann, 2009). Y no solo eso, sino que también ejercen una acción directa sobre nuestro cerebro, llegando a aumentar la producción de dopamina, un neurotransmisor que se produce en estados de placer y que podría explicar los casos de adicción o dependencia emocional a las redes sociales (Rodríguez, 2017).

Tras la COVID-19, las redes sociales se han visto aún más reforzadas, tal y como pone de manifiesto el estu-

dio de Redes Sociales de 2022 realizado por IAB Spain (2022). En primer lugar, ha constatado que el 85% de las personas de entre 12 y 70 años usa las redes sociales y destina al día alrededor de una hora. En el caso de la población joven de entre 18 y 24 años, su uso es de un 93%. Por otro lado, entre las cinco redes sociales más utilizadas, Instagram sigue creciendo si se compara con el año 2021, al pasar de un 64 a un 66% y captar seguidores principalmente entre las mujeres y los jóvenes. Sin embargo, TikTok es la red con mayor crecimiento por tercer año consecutivo en comparación con el resto de redes sociales, puesto que presenta un incremento del 25 al 30% de uso este año y un crecimiento de más del 250% de visualizaciones con respecto a 2020. Además, se observa que uno de cada dos usuarios sigue a un *influencer*, siendo estos usuarios principalmente mujeres con un rango de edad de 12 a 16 y de 18 a 24 años, y también se ha constatado un aumento de la credibilidad hacia estas cuentas.

Poniendo el foco en los rangos de edad en los que se presenta un mayor porcentaje de uso, se sabe que entre la etapa de la adolescencia y la juventud, las relaciones grupales adquieren una mayor importancia y las redes sociales dan la oportunidad de crear esos vínculos con un tipo y forma de interacción diferentes (Vidales, 2011). Por ello, las redes sociales son un canal de comunicación novedoso y alternativo que los jóvenes controlan y utilizan para construir su identidad social (Bernal, & Angulo, 2013). Asimismo, en cuanto al tiempo de uso, tal y como afirma Friero Padín et al. (2021), se ha observado que los adolescentes presentan más problemas de conducta relacionados con la alimentación cuanto más tiempo dedican a las redes sociales. Por otro lado, el tiempo de uso de las redes sociales también está vinculado con la insatisfacción con la imagen corporal.

Tal y como se hace patente en una revisión teórica realizada por Ruiz, Oberst, & Carbonell-Sánchez (2013), los autores Valkenburg, Schouten, & Peter (2006) mostraron que recibir un *feedback* positivo a través de las redes sociales contribuía a un autoconcepto positivo y al bienestar social, mientras que un *feedback* negativo lo disminuía. Además, Harman, Hansen, Cochran, & Lindsey (2005) observaron que los adolescentes que falsificaban más información enviada a través de Internet tenían más carencias en habilidades sociales, un autoconcepto negativo y niveles de ansiedad más elevados. El uso incorrecto de las redes sociales puede originar conflictos y relaciones emocionales difíciles, ya que se trata de una etapa en la que el joven busca adquirir un estatus dentro de su grupo de iguales (Horrocks, 2012), y no solo alcanza una madurez física, sino que también experimenta una serie de cambios con respecto a su imagen corporal, al modo en el que se percibe y a los sentimientos asociados a esa percepción (Pacheco, 2014). Se trata de una etapa en la que la apariencia física adquiere un papel muy importante, y los jóvenes están muy influenciados por el contenido de los medios y las redes sociales y, por esa misma razón, son

una población con un 80% de probabilidad de riesgo de desarrollar un TCA, en especial las mujeres (Pulido Cantero, & Sánchez Cataño, 2021). Se ha observado que las jóvenes se comparan con lo que ven a través de las redes sociales y, a partir de ahí, tienen sentimientos de querer adelgazar, hasta el punto de que pueden seguir prácticas que pueden desencadenar en un trastorno de la conducta alimentaria (Cavazos-Rehg et al., 2020). Asimismo, una investigación reciente muestra cómo las redes sociales afectan no solo a las percepciones del aspecto físico de los jóvenes en España, sino también a la importancia que tiene la figura de los *influencers*, ya que se convierten en una fuente de consejos e ideas sobre alimentación, nutrición y ejercicio para mantenerse saludable y lograr unos cuerpos ideales (Feijoo et al., 2023).

Con respecto a lo anterior, existen numerosos estudios que demuestran la relación existente entre el uso de las redes sociales y la presencia de problemas relacionados con la salud, como las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal y la ansiedad. Así, por ejemplo, en la investigación de Saunders, & Eaton (2018), se encontró una vinculación significativa y positiva entre el uso de las redes sociales y la presencia de síntomas propios del trastorno de la conducta alimentaria (TCA). Además, advirtieron que los usuarios de Instagram y Snapchat tenían una peor experiencia con estas plataformas y mostraban una mayor propensión a la vigilancia corporal y a la comparación ascendente. Asimismo, en una revisión sistemática realizada por Puertas (2020), se encontró que Instagram está fuertemente asociado con la imagen corporal, las actitudes hacia la ingesta de alimentos y algunos trastornos emocionales, y el uso prolongado de esta red social aumentaba el riesgo de desarrollar TCA, así como de presentar una baja autoestima, ansiedad y depresión.

En cuanto a la red social TikTok, se conoce que el 85% de los suscriptores a esta plataforma tiene entre 13 y 24 años (Avilés, & Peralta, 2020). Una investigación realizada por Tuğtekin, & Dursun (2020) encontró que existe una correlación positiva entre Logro de Identidad y la Identidad Virtual de los adolescentes, ya que no solo utilizan estas plataformas como un entorno alternativo al mundo real, sino que también hacen uso de ellas como un entorno de aprendizaje eficaz. Sin embargo, con TikTok se puede desarrollar una débil capacidad para distinguir qué aprendizajes son correctos y cuáles no, ya que dicha plataforma cuenta con un algoritmo de recomendación virtual que selecciona la información que se le presenta a cada individuo, siendo diferente para cada uno de ellos (Todorovich, 2021). Con ello, el proceso de toma de decisión sobre realizar o no una acción se ve afectado por estos aprendizajes y el individuo tiene una menor autonomía en la capacidad de elección (Reeve, 2010). Asimismo, según Panicker, & Sachdev (2014), el uso del medio social es contraproducente para los jóvenes, ya que trae consigo consecuencias en el estado mental y de ánimo, como los estados de ansiedad, depresión y estrés que, a

su vez, influyen en las relaciones y en la búsqueda de su identidad.

Por todo ello, resulta necesario el estudio del uso de las redes sociales y su posible relación con otras variables como las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal y la ansiedad, además de diferencias en función del género, con el fin de elaborar cómo abordar una intervención y herramientas de detección y prevención más eficaces.

Por este motivo, el presente estudio tiene como objetivo analizar la relación que existe entre el uso de las redes sociales y las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal y la ansiedad en jóvenes adultos.

En consecuencia, se espera encontrar que: h1) las mujeres presentan mayor relación entre conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, ansiedad y el uso de las redes sociales; h2) el uso de las redes sociales se relaciona en positivo con las conductas alimentarias de riesgo y la insatisfacción corporal.

## MÉTODO

### Participantes

En primer lugar, para el reclutamiento de los participantes se llevó a cabo un muestreo no probabilístico discrecional, también denominado muestreo intencional, opinativo o por selección de experto. En este caso, fue el equipo investigador quien determinó la muestra según su propio criterio, intentando siempre obtener una muestra lo más representativa posible. Los criterios de inclusión que se siguieron fueron los siguientes: tener una edad de entre 18 y 27 años, ser hombre o mujer y haber cumplimentado de manera adecuada los cuestionarios y el consentimiento informado. Teniendo en cuenta lo anterior, finalmente pudieron ser seleccionados 144 participantes residentes en España que cumplían con los criterios anteriores, de los cuales 53 eran hombres (36.8%) y 91, mujeres (63.2%), con una media de edad de 23 años ( $DT = 3.15$ ).

Respecto al nivel de estudios, un 30.6% tenía estudios de grado/licenciatura, un 26.4% de máster y un 25% estaba cursando o su nivel de estudios más alto superado era el bachillerato. Un 4.9% tenía un grado medio de formación profesional, un 11.1% un grado superior de formación profesional y un 2.1% el doctorado.

### Instrumentos

En cuanto a los instrumentos empleados para el estudio, en primer lugar, se elaboró un cuestionario sociodemográfico para recabar la edad, el género y el nivel de estudios de los participantes.

Para evaluar la presencia de conductas alimentarias de riesgo, se utilizó Eating Attitudes Test (EAT-26) (Garner, & Garfinkel, 1979) en la versión española de Gandarillas, Zorrilla, & Sepúlveda (2002), donde los autores consideran que una puntuación de corte del instrumento

superior a 20 se trata de una puntuación reveladora de la presencia de trastornos de la alimentación patológicos. Con este instrumento se evaluaron las actitudes y comportamientos asociados al TCA. Está constituido por 26 ítems con una escala de respuesta tipo Likert de 6 puntos. La puntuación total se obtiene con la suma de las puntuaciones de cada ítem.

Para la variable insatisfacción corporal, se empleó el Body Shape Questionnaire (BSQ), diseñado por Cooper, Taylor, Cooper, & Fairburn (1987), con la adaptación a población española de Raich et al. (1996). Está constituido por 34 ítems, y la puntuación total va desde los 34 a los 204 puntos. El punto de corte es 105 y una puntuación superior a 105 se considera se considera insatisfacción corporal. Evalúa 5 factores, que son: preocupación por el peso en relación con la ingesta (ítems 6, 23, 17, 21, 2, 14, 19; puntuación máxima de 42), preocupación por los aspectos antiestéticos de la obesidad (ítems 28, 30, 5, 16; puntuación máxima de 24), insatisfacción y preocupación corporal general (ítems 7, 18, 13; puntuación máxima de 18), insatisfacción corporal respecto a la parte inferior del cuerpo (ítems 3 y 10; puntuación máxima de 12) y empleo del vómito o laxantes para reducir la insatisfacción corporal (ítems 26 y 32; puntuación máxima de 12). Se responde con una escala de tipo Likert de seis puntos (1 = Nunca; 2 = Raramente; 3 = A veces; 4 = A menudo; 5 = Muy a menudo; 6 = Siempre).

Posteriormente, para la sintomatología ansiosa, se utilizó el State-Trait Anxiety Inventory (STAI) (Spielberger, Gorsuch, & Lushene, 1994), con la adaptación a la población española de Buela-Casal, Guillén-Riquelme, & Seisdedos (2011), donde se distinguen dos subescalas de ansiedad: estado (STAI-E) y rasgo (STAI-R). Cada una de ellas cuenta con 20 ítems con una escala de respuesta tipo Likert de cuatro puntos, desde 0 (Nada / Casi nunca) a 3 (Mucho / Casi siempre). A mayor puntuación, mayor es la ansiedad estado o ansiedad rasgo, que en los varones se sitúa en 29 (A/E) y 26 (A/R), unos niveles muy altos de ansiedad, y en las mujeres en 32 (A/E) y 33 (A/R).

Para evaluar el uso de las redes sociales de los participantes, se empleó el Test de Adicción a las Redes Sociales (TARS) (Basteiro et al., 2013). Consta de 36 ítems de respuesta dicotómica (verdadero/falso), que evalúan el grado de adicción a las redes sociales, donde puntuaciones superiores a 13 pueden indicar la presencia de una posible adicción.

Por último, se elaboró una encuesta *ad hoc* para ampliar la información recopilada sobre el uso de las redes sociales. Dicho cuestionario comprende 5 apartados. En primer lugar, se registra cuáles son las redes sociales usadas y la frecuencia del tiempo de uso que se hace de cada una de ellas. Posteriormente, se recoge para qué usan los participantes estas plataformas. Asimismo, se recopila el contenido que los propios participantes comparten en sus redes sociales y el contenido que visitan, junto a la

frecuencia en ambos casos. Por último, la encuesta plantea una serie de afirmaciones relacionadas con el empleo de las redes sociales y las posibles emociones, cambios de conducta o relación que tienen los participantes con su figura como consecuencia de su uso.

## Procedimiento

Tras la aprobación del Comité de Ética de la Universidad Miguel Hernández (Elche), se desarrolló un formulario con el consentimiento informado al inicio del documento, junto con la descripción de los objetivos del estudio y, una vez los participantes daban su consentimiento, pasaban a responder a los diferentes instrumentos de evaluación con la aplicación Google Forms. El formulario se difundió a través de las redes sociales, concretamente Instagram y LinkedIn. Además, se pidió a los participantes que divulgaran el enlace de acceso al estudio para así lograr un mayor alcance. La información se recopiló desde octubre de 2022 hasta abril de 2023.

## Análisis de los datos

El análisis de los datos se realizó con IBM SPSS Statistics. En primer lugar, se llevó a cabo un análisis descriptivo de las variables del estudio, expresando en términos de frecuencias y porcentajes la encuesta elaborada *ad hoc* de redes sociales. Para los análisis de diferencias, se utilizó la *t-Student* como prueba paramétrica para dos muestras independientes. Además, para el tamaño del efecto, se empleó la clasificación de Cohen (1988), considerando que un valor  $d = 0.20$  es bajo,  $d = 0.50$  es medio y  $d = 0.80$  es alto. Por último, para los análisis de relación, se usó el análisis de correlación de *Pearson*, teniendo en cuenta a Hernández-Lalinde et al. (2018) para su interpretación, teniendo presente que este valor oscila entre  $-1$  y  $+1$ . Un valor inferior a  $0$  indica una correlación negativa, es decir, las dos variables están relacionadas en sentido inverso. Cuánto más se acerca a  $-1$ , mayor es la fuerza de esa relación. Por el contrario, un valor superior a  $0$  indica que existe una correlación positiva. En este caso, las variables estarían asociadas en sentido directo y, cuanto

más cerca de  $+1$ , más alta es la relación. Por último, una correlación de  $0$  o cercana a este valor indica que no hay relación lineal entre las dos variables. Además, en cuanto a la magnitud de las relaciones, se tiene en cuenta lo siguiente: entre  $0$  y  $0.10$ , la correlación es inexistente; entre  $0.10$  y  $0.29$ , la correlación es débil; entre  $0.30$  y  $0.50$ , la correlación es moderada; y entre  $0.50$  y  $1.00$ , la correlación es fuerte.

## RESULTADOS

En primer lugar, se presentan los resultados descriptivos de las variables estudiadas, mostrando las puntuaciones medias, las desviaciones típicas y las puntuaciones mínimas y máximas obtenidas (Tabla 1).

Como se puede observar en la tabla de descriptivos, las puntuaciones medias no superan el punto de corte de ninguna de nuestras variables. Asimismo, en cuanto a los resultados obtenidos con respecto a la encuesta *ad hoc* sobre redes sociales, se observa un mayor tiempo de uso de WhatsApp, con un 94.5% de los participantes que informaron que lo usaban «frecuentemente» y «muy frecuentemente»; Instagram, con un 90.3%; YouTube, con un 58.3% y TikTok, con un 44.4%.

Cuando se les preguntó por el motivo por el que utilizaban las redes sociales, un 92.4% contestó que para «comunicarse», un 63.9% para «Ver fotos de la gente», un 20.9% para «Subir fotos donde aparece mi cuerpo» y un 11.8% para «Comparar mi cuerpo con el de otras personas».

En cuanto al contenido que suelen visitar en las redes sociales, se observa que el 52.1% de los participantes visita cuentas o perfiles relacionados con «Alimentación saludable» y un 44.5% sigue y visita contenido de «Influencers». Asimismo, el 66.6% afirma que «Antes de subir una nueva publicación, revisas que su figura y su rostro se vean bien en la foto/vídeo» y, en cuanto a pedir opinión a otros, un 38.9% de los participantes indicó que «En caso de que su opinión sea negativa con respecto a la foto/vídeo, influye en que suba o no la publicación». También se

Tabla 1. Descriptivos de las variables de estudio

	M(DT)	Puntuación		Punto de corte	
		Mín.	Máx.	Mujer	Hombre
Conductas alimentarias de riesgo	9.71 (8.39)	0	46	> 20	> 20
Preocupación por la imagen corporal	73.11 (38.13)	34	196	> 105	> 105
Ansiedad Estado	14.57 (12.03)	1	46	32	29
Ansiedad Rasgo	22.86 (11.66)	3	54	33	26
Adicción a las redes sociales	11.47 (6.00)	0	27	> 13	> 13

Nota. DT = desviación típica; M = media; Mín. = mínimo; Máx. = máximo; Conductas alimentarias de riesgo = EAT-26; Preocupación por la imagen corporal = BSQ; Ansiedad Estado y Ansiedad Rasgo = STAI; Adicción a las redes sociales = TARS; IC = Insatisfacción Corporal.

observa que un 29.8% de los encuestados afirma que ha iniciado algún tipo de ejercicio físico y un 30.5% que ha cambiado sus hábitos por otros más saludables después de ver recomendaciones de las cuentas que siguen.

## Análisis de relación

Los análisis de relación se realizaron en función del género. En cuanto a las chicas, mostraron una correlación entre diversas variables (Tabla 2). En lo que respecta a la edad, se observa una relación negativa baja con la variable *adicción a las redes sociales* (TARS) ( $r = -.23, p < .05$ ).

En cuanto a las *conductas alimentarias de riesgo* (EAT-26), se observó una relación positiva, fuerte y estadísticamente significativa con las variables *preocupación por la imagen corporal* (BSQ) ( $r = .74, p < .01$ ) y sus cinco factores, además de con la *ansiedad estado* (STAI) ( $r = .48, p < .01$ ) y *ansiedad rasgo* (STAI) ( $r = .53, p < .01$ ). Asimismo, en cuanto a la variable *preocupación por la imagen corporal* (BSQ), presentó una relación positiva, fuerte o moderada y estadísticamente significativa con todas las variables, excepto con la *edad*.

En cuanto a los cinco factores del BSQ, los factores *preocupación por el peso en conexión con la ingesta* y *preocupación por aspectos antiestéticos de la obesidad* mostraron

una relación positiva, débil/moderada y estadísticamente significativa con la *adicción a las redes sociales* (TARS) ( $r = .32, p < .01$ ;  $r = .28, p < .01$ , respectivamente). Asimismo, en los cinco factores se observa una relación estadísticamente significativa y fuerte con *conductas alimentarias de riesgo* (EAT-26), *preocupación por la imagen corporal* (BSQ), *ansiedad estado* (STAI) y *ansiedad rasgo* (STAI).

Por lo que respecta a *ansiedad estado* (STAI) y *ansiedad rasgo* (STAI), ambas obtuvieron una relación positiva, moderada y estadísticamente significativa con la *adicción a las redes sociales* (TARS) ( $r = .43, p < .01$ ;  $r = .40, p < .01$ ).

En cuanto a los resultados obtenidos en chicos sobre la relación existente entre las conductas alimentarias de riesgo, la preocupación por la imagen y la ansiedad estado con la encuesta *ad hoc* de redes sociales, los análisis mostraron una correlación entre diversas variables. Respecto a *conductas alimentarias de riesgo* (EAT-26), se observa una relación positiva, moderada/fuerte y estadísticamente significativa con el uso de las redes sociales para «comparar su cuerpo con el de otras personas» ( $r = .63, p < .01$ ), visitar contenido sobre «rutinas de ejercicios para perder peso» ( $r = .34, p < .01$ ), «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $r = .46, p < .01$ ), «sigues cuentas

Tabla 2. Análisis de relación entre las variables en las chicas

	Conductas alimentarias de riesgo	Preocupación por la imagen corporal	Preocupación por el peso en conexión con la ingesta	Preocupación por aspectos antiestéticos de la obesidad	Insatisfacción y preocupación corporal general	IC con respecto a la parte inferior del cuerpo	Empleo de vómitos o laxantes para reducir la IC	A/E	A/R	Adicción a las redes sociales
Edad	-.09	-.08	-.01	-.11	-.12	-.08	.10	.01	-.15	-.23*
Conductas alimentarias de riesgo		.74**	.72**	.66**	.77**	.53**	.57**	.48**	.53**	.18
Preocupación por la imagen corporal			.96**	.87**	.90**	.81**	.50**	.56**	.56**	.31**
Preocupación por el peso en conexión con la ingesta				.79**	.84**	.76**	.46**	.51**	.50**	.32**
Preocupación por aspectos antiestéticos de la obesidad					.77**	.73**	.43**	.52**	.51**	.25*
Insatisfacción y preocupación corporal general						.73**	.60**	.51**	.55**	.28**
IC con respecto a la parte inferior del cuerpo							.36**	.36**	.32**	.26*
Empleo de vómitos o laxantes para reducir la IC								.26*	.25*	.09
A/E									.83**	.43**
A/R										.40**

Nota. \*\* = La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral); \* = La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral); Conductas alimentarias de riesgo = EAT-26; Preocupación por la imagen corporal = BSQ; Ansiedad Estado y Ansiedad Rasgo = STAI; Adicción a las redes sociales = TARS; IC = Insatisfacción Corporal.

relacionadas con el ejercicio físico, para hacer rutinas de ejercicios y poder adelgazar» ( $r = .45, p < .01$ ), «has empezado a hacer algún tipo de ejercicio físico, deporte o rutinas de ejercicios después de ver recomendaciones en las cuentas que sigues (Instagram, youtube,...)» ( $r = .37, p < .01$ ), «si recibes estos comentarios, te sientes peor con tu cuerpo» ( $r = .37, p < .01$ ), «en caso de que su opinión sea negativa con respecto a la foto/vídeo, influye en que subas o no la publicación» ( $r = .35, p < .01$ ), «sigues cuentas relacionadas con comida saludable, para cambiar tus hábitos de alimentación y poder adelgazar» ( $r = .48, p < .01$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, youtube,...)» ( $r = .46, p < .01$ ).

En lo que respecta a *preocupación por la imagen corporal* (BSQ), se observa una relación positiva, moderada/fuerte y estadísticamente significativa con el uso de las redes sociales para «comparar su cuerpo con el de otras personas» ( $r = .68, p < .01$ ), visitar contenido sobre «rutinas de ejercicios para perder peso» ( $r = .38, p < .01$ ), «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $r = .59, p < .01$ ), «sigues cuentas relacionadas con el ejercicio físico, para hacer rutinas de ejercicios y poder adelgazar» ( $r = .46, p < .01$ ), «has empezado a hacer algún tipo de ejercicio físico, de-

porte o rutinas de ejercicios, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, youtube,...)» ( $r = .43, p < .01$ ), «si recibes estos comentarios, te sientes peor con tu cuerpo» ( $r = .42, p < .01$ ), «sigues a cuentas relacionadas con comida saludable, para cambiar tus hábitos de alimentación y poder adelgazar» ( $r = .57, p < .01$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, youtube,...)» ( $r = .53, p < .01$ ).

Por último, en cuanto a la *ansiedad estado* (STAI), se observa una relación positiva, moderada/fuerte y estadísticamente significativa con el uso de las redes sociales para «comparar su cuerpo con el de otras personas» ( $r = .44, p < .01$ ), visitar contenido sobre «rutinas de ejercicios para perder peso» ( $r = .32, p < .01$ ), «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $r = .42, p < .01$ ), «sigues cuentas relacionadas con el ejercicio físico, para hacer rutinas de ejercicios y poder adelgazar» ( $r = .41, p < .01$ ), «has empezado a hacer algún tipo de ejercicio físico, deporte o rutinas de ejercicios, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, youtube,...)» ( $r = .32, p < .01$ ), «sigues cuentas relacionadas con comida saludable, para cambiar tus hábitos de alimentación y poder adelgazar» ( $r = .42, p < .01$ ) y «has cambiado hábit-

Tabla 3. Análisis de relación entre las variables en los chicos

	Conductas alimentarias de riesgo	Preocupación por la imagen corporal	Preocupación por el peso en conexión con la ingesta	Preocupación por aspectos antiestéticos de la obesidad	Insatisfacción y preocupación corporal general	IC con respecto a la parte inferior del cuerpo	Empleo de vómitos o laxantes para reducir la IC	A/E	A/R	Adicción a las redes sociales
Edad	-.10	.05	.13	-.04	.04	-.08	-.07	.19	.14	-.12
Conductas alimentarias de riesgo		.44**	.42**	.41**	.40**	.42**	.34*	.02	.18	.10
Preocupación por la imagen corporal			.95**	.90**	.88**	.80**	.43**	.41**	.48**	.08
Preocupación por el peso en conexión con la ingesta				.83**	.80**	.72**	.29*	.35**	.48**	.07
Preocupación por aspectos antiestéticos de la obesidad					.78**	.75**	.47**	.33*	.40**	.07
Insatisfacción y preocupación corporal general						.71**	.58**	.41**	.44**	.05
IC con respecto a la parte inferior del cuerpo							.39**	.26	.26	.03
Empleo de vómitos o laxantes para reducir la IC								.20	.11	-.11
A/E									.75**	.21
A/R										.22

Nota. \*\* = La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral); \* = La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral); Conductas alimentarias de riesgo = EAT-26; Preocupación por la imagen corporal = BSQ; Ansiedad Estado y Ansiedad Rasgo = STAI; Adicción a las redes sociales = TARS; IC = Insatisfacción Corporal.

tos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, youtube,...)» ( $r = .40, p < .01$ ).

En cuanto a los chicos, los análisis de relación mostraron correlación entre diversas variables (Tabla 3). En primer lugar, en las *conductas alimentarias de riesgo* (EAT-26), se observó una relación positiva, moderada/fuerte y estadísticamente significativa con la variable *preocupación por la imagen corporal* (BSQ) ( $r = .44, p < .01$ ), sus cinco factores, *preocupación por el peso en conexión con la ingesta* ( $r = .42, p < .01$ ), *preocupación por aspectos antiestéticos de la obesidad* ( $r = .41, p < .01$ ), *insatisfacción y preocupación corporal general* ( $r = .40, p < .01$ ), *insatisfacción corporal con respecto a la parte inferior del cuerpo* ( $r = .42, p < .01$ ), y una relación baja con *empleo de vómitos o laxantes para reducir la insatisfacción corporal* ( $r = .34, p < .05$ ).

Asimismo, en cuanto a la variable *preocupación por la imagen corporal* (BSQ), se observó una relación positiva, moderada y estadísticamente significativa con las variables *conductas alimentarias de riesgo* ( $r = .44, p < .01$ ), sus cinco factores, *ansiedad estado* (STAI) ( $r = .41, p < .01$ ) y *ansiedad rasgo* (STAI) ( $r = .48, p < .01$ ).

En cuanto a los cinco factores, todos mostraron una relación positiva, moderada/fuerte y estadísticamente significativa con la *preocupación por la imagen corporal* (BSQ). Sin embargo, solo en cuatro de ellos se observó una relación estadísticamente significativa y moderada con *conductas alimentarias de riesgo* (EAT-26), y ninguno de ellos mostró relación con *adicción a las redes sociales* (TARS).

Por lo que respecta a los resultados obtenidos en chicos sobre la relación existente entre conductas alimentarias de riesgo, la preocupación por la imagen y la ansiedad estado con las variables de la encuesta *ad hoc* de redes sociales, los análisis mostraron correlaciones significativas entre diversas variables. En cuanto a las *conductas alimentarias de riesgo* (EAT-26), se observa una relación positiva, moderada y estadísticamente significativa con el uso de las redes sociales en «comparar su cuerpo con el de otras personas» ( $r = .39, p < .01$ ). Además, presentó una relación positiva, moderada y estadísticamente significativa con el uso de «Snapchat» ( $r = .32, p < .05$ ), «Subir fotos donde aparece mi cuerpo (selfi, en un espejo...)» ( $r = .31, p < .05$ ), «Te fijas en otras cuentas antes de subir una publicación» ( $r = .34, p < .05$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, youtube...)» ( $r = .33, p < .05$ ).

En cuanto a la *preocupación por la imagen corporal* (BSQ), se observó una relación positiva, moderada/fuerte y estadísticamente significativa con «comparar su cuerpo con el de otras personas» ( $r = .48, p < .01$ ), «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $r = .56, p < .01$ ), «si recibes estos comentarios, te sientes peor con tu cuerpo» ( $r = .49, p < .01$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de

las cuentas que sigues (Instagram, youtube...)» ( $r = .41, p < .01$ ). Y, por último, la *ansiedad estado* (STAI) mostró una relación positiva, moderada y estadísticamente significativa con «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $r = .45, p < .01$ ).

## Análisis de diferencias

En cuanto al género y las variables principales del estudio, los análisis realizados entre el grupo de chicas y chicos mostraron diferencias significativas en las puntuaciones del tercer factor de BSQ ( $t = .00, p < .05$ ) y en las puntuaciones obtenidas en *ansiedad rasgo* (STAI) ( $t = .00, p < .05$ ), siendo mayor la puntuación en las chicas (chicos:  $M = 3.72, DT = 2.34$ ;  $M = 2.64, DT = 1.59$ ; chicas:  $M = 5.04, DT = 2.99$ ,  $M = 21.52, DT = 9.80$ ; respectivamente). El valor del tamaño del efecto fue elevado ( $d = 2.4$ ).

Por lo que respecta al género y las variables de la encuesta *ad hoc* de redes sociales, en cuanto al uso de YouTube y TikTok, se encontraron diferencias en función del género; así, los chicos eran los que usaban con más frecuencia YouTube ( $t = .00, p < .05$ ) y las chicas TikTok ( $t = .04, p < .05$ ) (chicos:  $M = 2.11, DT = .77, M = .96, DT = 1.26$ ; chicas:  $M = 1.49, DT = .84$ ;  $M = 1.38, DT = 1.28$ ; respectivamente). El valor del tamaño del efecto fue elevado ( $d = -.75$ ).

Respecto a los contenidos que les gusta visitar, se encontraron diferencias en función del género en *Influencers*, siendo las chicas las que las visitaban con más frecuencia este tipo de contenidos ( $t = .00, p < .05$ ) (chicos:  $M = .91, DT = .88$ ; chicas:  $M = 1.57, DT = 1.08$ ). El valor del tamaño del efecto era elevado ( $d = .65$ ). Asimismo, en cuanto a las afirmaciones relacionadas con el uso de las redes sociales de la encuesta *ad hoc*, se hallaron diferencias en función del género en «utilizas filtros y efectos para tapar o disimular zonas de tu cuerpo que no te gustan» ( $t = .00, p < .05$ ) y «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto», siendo las chicas en ambos casos las que se ven reflejadas con más frecuencia en estas afirmaciones ( $t = .00, p < .05$ ) (chicos:  $M = .36, DT = .62, M = .42, DT = .74$ ; chicas:  $M = .75, DT = .82, M = .80, DT = .88$ , respectivamente). El valor del tamaño del efecto era elevado en ambos casos ( $d = .51$ ;  $d = .50$ ; respectivamente).

En cuanto a las diferencias en mujeres en función de si tienen riesgo o no de desarrollar un TCA y el uso de las redes sociales a partir de la encuesta *ad hoc*, se encontraron diferencias significativas en el uso de TikTok ( $d = -.82$ ;  $t = .01, p < .05$ ), siendo las mujeres de riesgo las que lo visitan con más frecuencia (No riesgo:  $M = 1.27, DT = 1.29$ ; Riesgo:  $M = 2.30, DT = .67$ ). Con respecto a para qué usan las redes sociales, los análisis mostraron diferencias significativas en «comparar mi cuerpo con el de otras personas» ( $d = -1.60$ ;  $t = .00, p < .05$ ) con más frecuencia en mujeres de riesgo (No riesgo:  $M = .30, DT = .58$ ; Riesgo:  $M = 1.30, DT = .94$ ).

Asimismo, en cuanto a las afirmaciones relacionadas con el uso de las redes sociales de la encuesta *ad hoc*, se encontraron diferencias significativas en «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $d = -1.21$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) (No riesgo:  $M = .69$ ,  $DT = .83$ ; Riesgo:  $M = 1.70$ ,  $DT = .82$ ), «sigues a cuentas relacionadas con el ejercicio físico, para hacer rutinas de ejercicios y poder adelgazar» ( $d = -.83$ ;  $t = .01$ ,  $p < .05$ ) (No riesgo:  $M = .77$ ,  $DT = .84$ ; Riesgo:  $M = 1.50$ ,  $DT = 1.17$ ), «has empezado a hacer algún tipo de ejercicio físico, deporte o rutinas de ejercicios, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, YouTube...)» ( $d = -.91$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) (No riesgo:  $M = .88$ ,  $DT = .87$ ; Riesgo:  $M = 1.70$ ,  $DT = 1.16$ ), «si recibes estos comentarios, te sientes peor con tu cuerpo» ( $d = -1.49$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) (No riesgo:  $M = .22$ ,  $DT = .63$ ; Riesgo:  $M = 1.30$ ,  $DT = 1.25$ ), «sigues cuentas relacionadas con comida saludable, para cambiar tus hábitos de alimentación y poder adelgazar» ( $d = -1.30$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) (No riesgo:  $M = .69$ ,  $DT = .90$ ; Riesgo:  $M = 1.90$ ,  $DT = 1.10$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, YouTube...)» ( $d = -1.38$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) (No riesgo:  $M = .86$ ,  $DT = .87$ ; Riesgo:  $M = 2.10$ ,  $DT = .99$ ). En todas ellas, las mujeres de riesgo son las que se ven reflejadas con más frecuencia en estas afirmaciones.

En cuanto a las diferencias en mujeres en función de si existe o no preocupación respecto a la imagen corporal y el uso de las redes sociales a partir de la encuesta *ad hoc*, se encontraron diferencias significativas en el uso de las redes sociales para «comparar mi cuerpo con el de otras personas» ( $d = -2.19$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) y en afirmaciones como «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $d = -1.69$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ), «has empezado a hacer algún tipo de ejercicio físico, deporte o rutinas de ejercicios, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, YouTube...)» ( $d = -1.04$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, YouTube...)» ( $d = -1.16$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ). Las chicas preocupadas por su imagen corporal obtuvieron una mayor puntuación en estos ítems.

En cuanto a las diferencias en hombres en función de si tienen riesgo o no de desarrollar un TCA y el uso de las redes sociales a partir de la encuesta *ad hoc*, los análisis mostraron diferencias significativas en el uso de Snapchat ( $d = -1.32$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ), siendo los hombres de riesgo los que visitan con más frecuencia la plataforma (No riesgo:  $M = .02$ ,  $DT = .14$ ; Riesgo:  $M = .40$ ,  $DT = .89$ ). En relación a para qué usan las redes sociales, los análisis mostraron diferencias significativas en «comparar mi cuerpo con el de otras personas» ( $d = -1.63$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) y en «utilizas filtros y efectos para tapar o disimular zonas de tu cuerpo que no te gustan» ( $d = -1.19$ ;  $t = .01$ ,

$p < .05$ ). En todos ellos, destacaban los hombres de riesgo (No riesgo:  $M = .21$ ,  $DT = .54$ ;  $M = .29$ ,  $DT = .54$ ; Riesgo:  $M = 1.20$ ,  $DT = 1.09$ ;  $M = 1$ ,  $DT = 1$ , respectivamente).

En lo que respecta a las diferencias en hombres en función de si existe o no preocupación por la imagen corporal y el uso de las redes sociales a partir de la encuesta *ad hoc*, se encontraron diferencias significativas en la utilización de las redes sociales para «comparar mi cuerpo con el de otras personas» ( $d = -1.73$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) y afirmaciones como «te sientes mal con tu cuerpo cuando ves fotos de otras cuentas que muestran un cuerpo perfecto» ( $d = -1.77$ ;  $t = .00$ ,  $p < .05$ ) y «has cambiado hábitos y alimentos por otros más saludables, después de ver recomendaciones de las cuentas que sigues (Instagram, YouTube...)» ( $d = -.77$ ;  $t = .04$ ,  $p < .05$ ), siendo los chicos con preocupación por su imagen corporal los que obtuvieron las mayores puntuaciones en estos ítems.

## DISCUSIÓN

El objetivo de este estudio es analizar la relación que existe entre el uso de las redes sociales y las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal y la ansiedad en jóvenes, teniendo en cuenta el género.

Respecto al uso de las redes sociales, los resultados de este estudio han puesto de manifiesto que los jóvenes usan con mucha frecuencia plataformas como WhatsApp, Instagram, TikTok y YouTube, para comunicarse, actualizar información sobre sus amigos y compartir información personal. Estos hallazgos son consistentes con los de la bibliografía, que muestra que el 98% de los jóvenes de entre 18 y 24 años usa las redes sociales (Gao et al., 2020). Los jóvenes de este estudio emplean las redes sociales principalmente para compartir información sobre ellos mismos, ya sea de lugares que han visitado o imágenes donde aparecen ellos, y las utilizan para visitar contenidos sobre *influencers*, hábitos de vida saludables o para compararse con otras personas.

En cuanto a las relaciones encontradas en las variables evaluadas en función del género, los resultados revelaron que las conductas alimentarias de riesgo (EAT-26), la preocupación por la imagen corporal (BSQ), la ansiedad estado (A/E) y la adicción a las redes sociales (TARS) se relacionaban de manera positiva y significativa en el caso de las mujeres. Estos hallazgos son similares a la bibliografía existente, que muestra que las jóvenes que pasan más tiempo en las redes sociales se preocupan más por su imagen corporal y presentan más conductas alimentarias de riesgo (Fardouly et al., 2015). Y es que, tal y como pone de manifiesto nuestro estudio, las mujeres que presentaban riesgo de TCA o preocupación por la imagen corporal comparaban su cuerpo con el de otras cuentas y se sentían mal frente a cuentas que mostraban cuerpos «perfectos», hasta el punto de cambiar sus rutinas o hábitos de alimentación. Este resultado es relevante, porque

como señala la bibliografía, los jóvenes que pasan más tiempo usando las redes sociales y publican más contenido personal tienden a preocuparse más por su imagen en línea y se sienten más presionados por encajar y ser aceptados; asimismo, los datos sugieren que la exposición a un contenido idealizado en estas plataformas puede afectarles negativamente en su identidad y autoestima, lo que puede repercutir en su satisfacción corporal y conductas alimentarias (Manago et al., 2017).

En cuanto a los hombres, los resultados no mostraron relaciones entre el uso de las redes sociales y las conductas alimentarias de riesgo ni con la preocupación por la imagen corporal. Este resultado es similar al mostrado por Mitchison et al. (2017), que en su estudio concluyó que aunque tanto hombres como mujeres pueden verse afectados por el uso desmesurado de las redes sociales en cuanto a su imagen corporal y las conductas alimentarias de riesgo, las mujeres tienen una mayor tendencia que los hombres a percibir mayor preocupación por la imagen corporal y a presentar con más frecuencia conductas alimentarias de riesgo, y, además, son más propensas que los hombres a utilizar las redes sociales como medio para compararse con otros en términos de apariencia y peso.

Los análisis de relación, tanto en hombres como en mujeres, revelaron una relación positiva entre la preocupación por la imagen corporal y el uso de las redes sociales para comparar sus cuerpos con el de otras cuentas, además de informar que se han sentido mal frente a publicaciones de cuentas que muestran cuerpos «perfectos». Estos resultados son similares a los mencionados en recientes revisiones, como Lozano et al. (2022) y Dane y Bhatia (2023), donde existe acuerdo en que la relación entre la preocupación por la imagen corporal, los trastornos alimentarios y el uso de las redes sociales es significativa pero compleja, ya que «las redes sociales promueven cánones de belleza basados en la delgadez, permiten la comparación entre iguales incrementando la preocupación por el peso, y crean espacios que fomentan los trastornos de la conducta alimentaria».

Además, con respecto al uso de Snapchat, se observó una relación significativa en hombres entre las conductas alimentarias de riesgo y la preocupación de la imagen corporal y el uso de esta plataforma. Aunque fue en las mujeres en las que se hizo patente una correlación positiva y significativa entre informar que habían cambiado sus hábitos tanto de ejercicio como de alimentación para perder peso, y las variables conductas alimentarias de riesgo, preocupación por la imagen corporal y ansiedad estado. Estos resultados son similares a los obtenidos por Holland y Tiggemann (2017) y Al-Menayes y Al-Qadfan (2019), en los que también fueron las mujeres las que informaban de cambios en su dieta y ejercicio para perder peso.

Respecto a los resultados obtenidos sobre las diferencias con respeto al género, no se mostraron diferencias significativas en las conductas alimentarias de riesgo, la

insatisfacción corporal, la ansiedad y el uso de las redes sociales entre hombres y mujeres. Dichos resultados son distintos a los que muestra la bibliografía, donde se observa que las mujeres presentan mayores puntuaciones en estas variables respecto a los hombres (Feingold y Mazzezza, 1998; Striegel-Moore et al., 2009). Quizá este resultado se deba a la representatividad de la muestra, tanto de hombres como de mujeres.

Los resultados de este estudio mostraron que las chicas usaban TikTok con más asiduidad que los chicos y frecuentaban contenidos de *influencers*, además de hacer uso de filtros para ocultar partes de su cuerpo, y se sentían mal frente a cuentas que mostraban cuerpos perfectos. Tal y como se observa en otros estudios, existe una relación entre el uso de TikTok y los contenidos relacionados con *influencers fitness* en las chicas que presentan una mayor preocupación por la imagen corporal y las conductas alimentarias de riesgo (Tamura et al., 2021). Alperstein et al. (2021) examinó la relación entre el uso de TikTok y la imagen corporal en adolescentes japoneses. Los resultados mostraron que las chicas tenían una preocupación significativamente mayor por la imagen corporal que los chicos, y que el uso de TikTok se asociaba a una mayor insatisfacción corporal y frecuencia de conductas alimentarias de riesgo en ellas.

En cuanto a las diferencias encontradas entre mujeres con o sin riesgo de TCA con respecto al uso de las redes sociales, los resultados mostraron que las mujeres con riesgo de desarrollar un TCA usaban con mayor frecuencia TikTok, comparaban su cuerpo con el de otras cuentas, comunicaban sentimientos negativos hacia cuentas que muestran un cuerpo perfecto y afirmaban que habían cambiado sus hábitos alimentarios y deportivos. Del mismo modo, en lo que respecta a las diferencias entre mujeres con o sin preocupación por la imagen corporal y el uso de redes sociales, los resultados indican una mayor comparación y sentimientos negativos frente a cuentas que muestran cuerpos perfectos en las mujeres con mayor preocupación por su imagen corporal. Estos resultados son congruentes con la bibliografía, que señala que el uso de las redes sociales puede aumentar la presión social para lograr una imagen corporal «perfecta» y desencadenar la comparación social con los demás, y sugiere que la exposición a imágenes de cuerpos idealizados y a dietas restrictivas en las redes sociales puede incrementar el riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en mujeres jóvenes (Perloff, 2014).

En lo que respecta a los hombres, se encontraron diferencias entre los hombres con mayor o menor riesgo de TCA con respecto a la frecuencia de uso de Snapchat, siendo los hombres con riesgo los que usaban más esta plataforma, además de informar de un mayor uso de las redes sociales para comparar su cuerpo con el de otras personas y utilizar filtros y efectos para disimular zonas de su cuerpo que no les gustan. Estos hallazgos son similares a los resultados obtenidos en el estudio de Holland y Tig-

gemann (2017), donde examinaron el impacto de Snapchat en la imagen corporal en hombres jóvenes. Dichos resultados mostraron que los que usaban Snapchat con mayor frecuencia tenían una mayor preocupación por su apariencia física y una mayor insatisfacción corporal.

Asimismo, en los hombres con preocupación por la imagen corporal, se observó que hacían un mayor uso de las redes sociales para comparar su cuerpo con el de otras personas, que se sentían mal con su cuerpo al ver fotos de cuentas que mostraban un cuerpo «perfecto» y que adoptaban hábitos y una alimentación más saludables después de ver recomendaciones en las redes sociales. Estos resultados son congruentes con la bibliografía, que señala que existe una mayor tendencia a participar en comportamientos de control alimentario y mostrar insatisfacción corporal en los hombres que siguen cuentas de *fitness* o dietas (Fardouly et al., 2015).

Tal y como muestran los resultados de este estudio, es importante considerar la relación de las redes sociales con la insatisfacción con la imagen corporal, la ansiedad y los síntomas propios del trastorno alimentario, sobre todo en las mujeres jóvenes.

Sin embargo, existen limitaciones en este estudio que es importante tener en cuenta. En lo que respecta a los instrumentos empleados para conocer el uso de las redes sociales, los contenidos que visitan y la información que comparten, al tratarse de una encuesta elaborada *ad hoc*, no se han constatado sus propiedades psicométricas. Para futuras investigaciones, sería necesario contar con instrumentos validados y con unas adecuadas propiedades psicométricas.

Otra limitación es el tamaño muestral, así como el diferente tamaño muestral entre el grupo de hombres y de mujeres, que puede haber influido en los resultados obtenidos. Para futuros estudios sería necesario contar con muestras representativas de hombres y mujeres.

A pesar de las limitaciones, este estudio ha aportado información sobre la relación que existe entre el uso de las redes sociales y las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal y la ansiedad en jóvenes, considerando las diferencias en función del género. Y ha analizado en detalle y aportado información novedosa respecto la relación de estas variables en función del género con aspectos concretos del uso de las redes sociales, como son los motivos por los que usan las redes sociales, los contenidos que comparten y aquellos que visitan con mayor frecuencia.

## Referencias

- Ackermann, M., Hyman, K., Ludwig, B., & Wilhelm, K. (2009). Helloworld: An open source, distributed and secure social network. *W3C Workshop on the Future of Social Networking*. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=ff20647006a503a20a5215a4cf9fd-2cfe1f943c6>.
- Al-Menayes, J.J., & Al-Qadfan, E.A. (2019). The impact of social media on body dissatisfaction, eating disorder and mood among university students. *International Journal of Adolescence and Youth*, 24(3), 325-333. <https://doi.org/10.1080/02673843.2018.1555518>.
- Alperstein, N.M., Martínez-Martin, N., & Fardouly, J. (2021). Social media influencers and body dissatisfaction and eating disorders in adolescents: A systematic review. *Adolescent Psychiatry*, 11(1), 30-45. <https://doi.org/10.2174/2210676608666210125123655>.
- Alsuraihi, A.K., Almaqati, A.S., Abughanim, S.A., & Jastani-ah, N.A. (2016). Use of social media in education among medical students in Saudi Arabia. *Korean Journal of Medical Education*, 28(4), 343-354. <https://doi.org/10.3946%2Fkjm.2016.40>.
- Avilés Tapia, K.B., & Peralta Chiriguay, E.E. (2020). *Análisis comunicacional de la Red Social «TIK TOK» y su influencia en la construcción de Identidad cultural en adolescentes de 13 a 17 años en el cantón Daule*. Guayaquil-Ecuador: Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/52955>.
- Basteiro, Robles, Juarros, & Pedrosa (2013). Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida. *Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia*, 3(1).
- Bernal-Bravo, C., & Angulo-Rasco, J.F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20(40), 25-30. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-02>.
- Buela-Casal, G., Guillén-Riquelme, A., & Seisdedos, N. (2011). *STAI: Cuestionario de Ansiedad Estado-Rasgo. Adaptación española* (8.ª ed.). Madrid: TEA Ediciones.
- Carpenter, J.P., & Harvey, S. (2020). Perceived benefits and challenges of physical educators' use of social media for professional development and learning. *Journal of Teaching in Physical Education*, 39(4), 434-444. <https://doi.org/10.1123/jtpe.2020-0002>.
- Castrillón, D., Luna, I., Avendaño, G., & Pérez-Acosta, A. (2007). Validación del Body Shape Questionnaire (cuestionario de la figura corporal) BSQ para la población colombiana. *Acta Colombiana de Psicología*, 10(1), 15-23.
- Cavazos-Rehg, P.A., Fitzsimmons Craft, E.E., Krauss, M.J., Anako, N., Xu, C., Kasson, E., Costello, S.J., & Wilfley, D.E. (2020). Examining the self-reported advantages and disadvantages of socially networking about body image and eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 53(6), 852-863. <https://doi.org/10.1002/eat.23282>.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioural sciences* (2.ª ed.). Hillsdale, MI: Lawrence Erlbaum.
- Cooper, P.J., Taylor, M.J., Cooper, Z., & Fairbum, C.G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485-494. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4%3C485::AID-EAT2260060405%3E3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4%3C485::AID-EAT2260060405%3E3.0.CO;2-O).
- Cravero Igarza, S., & Alza, M.E. (2012). Comunicación de destinos en tiempos de social media marketing. *Notas en Turismo y Economía*, 5, 7-27. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/31269>.
- Dane, A., & Bhatia, K. (2023). The social media diet: A scoping review to investigate the association between social media, body image and eating disorders amongst young people. *PLOS Global Public Health*, 3(3). <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0001091>.

- Fardouly, J., Diedrichs, P.C., Vartanian, L.R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *BodyImage*, 13, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>.
- Feijoo, B., Zozaya Durazo, L.D., Cambronero Saiz, B., Mayagoitia, A., González, J.M., Sádaba, C., Núñez-Gómez, P., & Miguel, B. (2023) *Digital Fit: la influencia de las redes sociales en la alimentación y en el aspecto físico de los menores*. Madrid: Fundación Mapfre.
- Feingold, A., & Mazzella, R. (1998). Gender Differences in Body Image Are Increasing. *Psychological Science*, 9(3), 190-195. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00036>.
- 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.
- Fernández, J., González, I., Contreras, O., & Cuevas, R. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 47(1), 25-33. [https://doi.org/10.1016/S0120-0534\(15\)30003-0](https://doi.org/10.1016/S0120-0534(15)30003-0).
- Friero Padín, P., González-Rodríguez, R., Verde-Diego, C., & Vázquez-Pérez, R. (2021). Social media and eating disorder psychopathology: a systematic review. *Cyberpsychology*, 15(3), 1-21. <https://doi.org/10.5817/CP2021-3-6>.
- Gandarillas, A., Zorrilla, B., Muñoz, P., Sepúlveda, A. R., Galan, I., & Leon, C. (2002). Validez del Eating Attitudes test (EAT-26) para cribado de trastornos del comportamiento alimentario. *Gaceta Sanitaria*, 1, 40-42.
- Gandarillas A., Zorrilla B., Sepúlveda A., & Muñoz P. (2003). Trastornos del comportamiento alimentario: Prevalencia de casos clínicos en mujeres adolescentes de la Comunidad de Madrid. *Documentos Técnicos de Salud Pública*, 7 (85).
- Gao, J., Zheng, P., Jiao, Y., Hu, Y., Liu, H., & Tao, R. (2020). Usage and Effects of Social Media Among Young People in the United States. *Journal of medical internet research*, 22(6), e17102. <https://doi.org/10.2196/17102>.
- Guadarrama, R., Carrillo, S., Márquez, O., Hernández, J., & Veytia, M. (2014). Insatisfacción corporal e ideación suicida en adolescentes estudiantes del Estado de México. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 5(2), 98-106. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2014.2.304>.
- Gutiérrez-Maldonado, J., Ferrer-García, M., Pla-Sanjuanelo, J., Andreu-Gracia, A., Fernández-Aranda, F., & Vilalta-Abella, F. (2021). The influence of exposure to idealized images on Instagram on body dissatisfaction and eating behavior in young women. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(2), 91-97.
- Harman, J., Hansen, C., Cochran, M., & Lindsey, C. (2005). Liar liar: Internet faking but not frequency of use affects social skills, self-esteem, social anxiety, and aggression. *Cyber Psychology & Behaviour*, 1, 1-6. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.1>.
- Harvey, S., Carpenter, J.P., & Hyndman, B. (2020). Introduction to social media for Professional Development and Learning in Physical Education and Sport Pedagogy. *Journal of Teaching in Physical Education*, 39(4), 425-433. <https://doi.org/10.1123/jtpe.2020-0004>.
- Hernández-Lalinde, J., Franklin, J., Peñaloza, M.E., & Rodríguez, J.E. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *AVFT - Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 37(5), 587-595.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2017). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *BodyImage*, 23, 148-156. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>.
- Horrocks, J.E. (2012). *Psicología de la adolescencia*. México: Trillas.
- IAB Spain (2022). *Estudio de Redes Sociales*. Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/>.
- Jorquera, M., Botella-Garneria, C., Guillen, V., Marco, H., Baños, R.M., Botella, C., & Perpiñá, C. (2006). *El «Test de Actitudes hacia la Comida-26»: Validación en una muestra española*. Recuperado de <http://psiqu.com/1-3261>.
- Lozano-Muñoz, N., Borralló-Riego, Á., & Guerra-Martín, M.D. (2022) Influencia de las redes sociales sobre la anorexia y la bulimia en las adolescentes: una revisión sistemática. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 45(2). <https://doi.org/10.23938/ASSN.1009>.
- Mabe, A.G., Forney, K.J., & Keel, P.K. (2014). Do you 'like' my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 516-523. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>.
- Manago, A.M., Graham, M.B., Greenfield, P.M., & Salimkhan, G. (2017). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-74.
- Mitchison, D., Mond, J., Slewa-Younan, S., & Hay, P. (2017). Sex differences in health-related quality of life impairment associated with eating disorder features: A general population study. *International Journal of Eating Disorders*, 50(8), 906-916.
- Monje, J.B., Fernández, A.R., Basterretxea, J.J., y Pedrosa, I. (2013). Adicción a las redes sociales: creación y validación de un instrumento de medida. *Revista de Investigación y Divulgación en Psicología y Logopedia*, 3(1), 2-8.
- Pacheco Amigó, B.M. (2014). Agresividad escolar e ideas suicidas en escuelas secundarias. *Revista Educación y Humanismo*, 16(27), 27-38. Recuperado de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/educacion/article/view/2332>.
- Panicker, J., & Sachdev, R. (2014). Relations among loneliness, depression, anxiety, stress and Problematic internet use. *International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 2(9), 1-10.
- Perloff, R.M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377.
- Puertas, D.G. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista española de comunicación en salud*, 11(2), 244-254. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>.
- Pulido Cantero, S., & Sánchez Cataño, L.S. (2021). *Revisión teórica: factores de riesgo en el uso de las redes sociales y su asociación con los trastornos de conducta alimentaria*. Trabajo de Grado, Universidad CES, Medellín.
- Raich, R., Mora, M., Soler, A., Ávila, C., Clos, I., & Zapater, L. (1996). Adaptación de un instrumento de evaluación de la insatisfacción corporal. *Revista Clínica y Salud*, 1(7), 51-66.

- Reeve, J. (2010). *Motivación y emoción* (5.ªed.). México DF: Mac Graw-Hill.
- Renau, V., Oberst, U., & Carbonell, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online. *Anuario de Psicología*, 43(2), 159-170. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97029454002>.
- Rodríguez-García, Y.M. (2017). Reconceptualización de la educación en la era digital: educomunicación, redes de aprendizaje y cerebro. Factores claves en los actuales escenarios de construcción de conocimiento. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (42), 85-118. <https://doi.org/10.15198/seeci.2017.42.85-118>.
- Romero, Y.S., Fernández, A.A., Meneses, E.L., Almenara, J.C., & Gómez, J.I.A. (2012). *Las tecnologías de la información en contextos educativos: nuevos escenarios de aprendizaje*. Santiago de Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Ruiz, V.R., Oberst, U., & Carbonell-Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de psicología*, 43(2), 159-170.
- Saunders, J.F., & Eaton, A.A. (2018). Snaps, selfies, and shares: How three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(6), 343-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>.
- Spielberger, C.D., Gorsuch, R.L., & Lushene, R.E. (1994). *Manual STAI, Cuestionario de Ansiedad Estado Rasgo*. Madrid: TEA Ediciones.
- Striegel-Moore, R., Rosselli, F., Perrin, N., DeBar, L., Wilson, G.T., May, A. & Kraemer, H. (2009). Gender differences in the prevalence of eating disorders symptoms. *International Journal of Eating Disorders*, 42, 471-474.
- Tamura, H., Maeda, Y., Kashiwakura, M., Kato, Y., & Murakami, H. (2021). Association between TikTok use and body dissatisfaction and eating behavior in Japanese adolescents. *BMC Public Health*, 21(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10384-4>
- Todorovich, E. (2021). La pandemia de las Redes sociales. *RADI, Empresas y Servicios de Ingeniería*, 9(17). Recuperado de <https://confedi.org.ar/wp-content/uploads/2021/05/Articulo8-RADI17.pdf>.
- Tuğtekin, E.B., & Dursun, Ö.Ö. (2020). Examining virtual identity profiles of social network users with respect to certain variables. *Pegeem Journal of Education and Instruction*, 10(2), 427-464. <https://doi.org/10.14527/pegegog.2020.015>.
- Valkenburg, P., Schouten, A., & Peter, J. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescent's well-being and social self esteem. *Cyber Psychology & Behavior*, 5, 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>.
- Vázquez, R., Galán, J., López, X., & Álvarez, G. (2011). Validez del Body Shape Questionnaire (BSQ) en Mujeres Mexicanas. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 2, 42-52.
- Vidales Gonzáles, C. (2011). El relativismo teórico en comunicación. Entre la comunicación como principio explicativo y la comunicación como disciplina práctica. *Comunicación y sociedad*, 16, 11-45. Recuperado de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2011000200002&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2011000200002&script=sci_arttext).