

**Impacto de las Redes Sociales en la Imagen Corporal y Conducta Alimentaria: Un Estudio
en Estudiantes de Comunicación Social.**

Daniela Bedoya Hernández, Sara Sánchez Fernández, Sara Urrea Flórez y Juliana Hurtado Mesa

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño
Universidad Católica Luis Amigó

CSTG44 - Salud Mental Explorada Desde Los Cibermedios II

Santiago Rúa Correa

15 de noviembre 2024

Índice

I. Resumen:	4
II. Descripción del problema:	5
III. Pregunta de investigación:	5
IV. Objetivos General y Específicos:	6
4.1 Objetivo General:	6
4.2 Objetivos Específicos:	6
4.3 Metodología	6
V. Justificación:	7
VI. Antecedentes:	8
VII. Marco de referencia conceptual	11
7.1 Trastornos De Conducta Alimentarios (TCA)	11
7.2 Redes Sociales	11
7.3 Representaciones De La Imagen Corporal	12
7.4 Hábitos Alimentarios	12
7.5 Cuerpo Como Territorio	13
7.6 El Cuerpo Como Impulsor De Objetivos	13
VIII. Aspectos metodológicos	15
8.1 Tipo de Estudio:	15
8.2 Alcance:	15
8.3 Sujetos, Comunidades u Organizaciones De Estudio:	16
8.4 Técnica De Recolección De La Información:	16
8.6 Triangulación De Datos:	18
8.6.1. Objetivo:	18
8.6.2. Validación de Resultados:	18
8.6.3. Patrones De Influencia y Análisis Del Impacto:	18
8.6.4. Fuentes Diversas De Datos:	18
8.6.5. Contraste y Comparación De Los Hallazgos:	19
8.6.6. Experiencias Con Dietas y Productos: Impacto De Las Redes Sociales En La Salud Mental y Física.	22
8.6.7. Percepciones Sobre Información De Salud: Evaluación Crítica De Lo Que Es Válido.	23
8.6.8. Interpretación De Los Resultados Triangulados	26
8.6.9. Conclusiones De La Triangulación	27
8.7 Consideraciones Éticas:	28
IX. Resultado y discusión	29
9.1 Influencia De Las Redes Sociales En La Percepción Corporal De Las Estudiantes De Comunicación Social.	29
9.2 Presión De Las Estudiantes De Comunicación Social Por Cumplir Con Ciertos Estándares De Belleza En La Carrera.	30
9.3 Explorar Cómo Las Estudiantes De Comunicación Social Perciben Los Arquetipos De Belleza Femenina En Redes Sociales y Su Impacto En Su Comportamiento Alimentario y	

de Imagen Corporal.	31
X. Conclusiones	34

I. Resumen:

Este estudio explora la relación entre el uso de redes sociales y la aparición de trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó. La investigación analiza cómo los estándares de belleza y los contenidos sobre imagen corporal difundidos en plataformas digitales afectan la autopercepción, los hábitos alimentarios y la autoestima de las estudiantes.

Mediante una metodología mixta que incluye encuestas y entrevistas a expertas, se identifican factores clave como la presión social, la comparación con ideales de belleza y el consumo de información sobre salud en redes; los resultados destacan el impacto significativo de Instagram en la autoimagen de las estudiantes y sugieren la necesidad de intervenciones educativas para fomentar una percepción corporal saludable y crítica frente a los contenidos digitales, este estudio aporta al campo de la Educomunicación y abre camino a estrategias preventivas en salud mental y comunicación.

Palabras clave: Redes sociales, trastornos de conducta alimentaria (TCA), imagen corporal, comparación social, estándares de belleza.

II. Descripción del problema:

Esta investigación busca comprender mejor la relación entre las redes sociales y los TCA, profundizando en cómo estas primeras pueden contribuir a la preservación o aparición de dichos trastornos en las estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó.

Desde la Educomunicación se buscará comprender cómo estos medios digitales afectan la percepción de la imagen corporal, los hábitos alimenticios y la autoestima de las personas, contribuyendo al campo de la comunicación-educación y posibles futuras estrategias de intervención y prevención.

III. Pregunta de investigación:

¿Cómo influyen las representaciones de la imagen corporal y los hábitos alimentarios promulgados por las redes sociales, en el desarrollo de trastornos alimenticios en las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó?

IV. Objetivos General y Específicos:

4.1 Objetivo General:

Profundizar la relación existente entre las redes sociales y la presencia de síntomas de trastornos alimenticios en las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó.

4.2 Objetivos Específicos:

- Analizar cómo los contenidos de redes sociales sobre imagen corporal afectan la percepción que tienen las estudiantes de Comunicación Social sobre su propio cuerpo.
- Identificar la relación entre la presión por cumplir con ciertos estándares de belleza en la carrera y posibles indicios de trastornos alimenticios en las estudiantes.
- Explorar cómo las estudiantes de Comunicación Social perciben los arquetipos de belleza femenina en redes sociales y su impacto en su comportamiento alimentario y de imagen corporal.

4.3 Metodología

- Análisis de contenidos.
- Encuestas.
- Entrevistas a expertos.

V. Justificación:

“Las redes sociales se han convertido en un espacio donde la imagen corporal y la comparación social son omnipresentes.” (National Eating Disorders Association, 2023) creando una abertura entre lo superficial, la salud mental y el bienestar, lo que genera posibles factores que puedan desencadenar trastornos alimentarios (TCA), perpetuando idealizaciones corporales y comportamientos destructivos.

Los trastornos alimentarios (TCA) son un problema de salud pública con graves consecuencias físicas y psicológicas que afectan a millones de personas alrededor del mundo, especialmente a jóvenes entre los 15 y 29 años, debido a que justo en esta etapa se encuentran en pleno desarrollo y son mucho más vulnerables a ceder ante la presión de la imagen social por comparar a su "yo real" con un "yo ideal".

Este problema viene en aumento, como se evidencia en la investigación llevada a cabo por Carolina Rosario Tenezaca y Odalys Shantal Trujillo: Adicción a Redes sociales y Riesgo de Desarrollar Trastornos Alimenticios en Adolescentes, en donde se indica que el mayor impacto es generado por estas enfermedades.

VI. Antecedentes:

Un trabajo relacionado a nuestra investigación corresponde a Restrepo, J. E., & Quirama, T. C. (2018) quienes realizaron la propuesta sobre el “*Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria y uso de redes sociales en usuarias de gimnasios de la ciudad de Medellín, Colombia.*” Revista Colombiana de Psiquiatría, en este trabajo se manejó un estudio cuantitativo, descriptivo, correlacional y transversal en donde se encuestaron a 200 usuarias de gimnasios de la ciudad de Medellín, Colombia, sobre el uso de redes sociales y su sintomatología de trastornos de la conducta alimentaria. Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que propone un material con una relación significativa entre el uso de redes sociales, especialmente Instagram y el riesgo de padecer un trastorno de la conducta alimentaria. Los factores que más influencia tuvieron en el riesgo de desarrollar un trastorno de la conducta alimentaria fueron la comparación social, la internalización del ideal de belleza y la exposición a contenido pro-anorexia y pro-bulimia.

Así mismo, en la investigación realizada por Lozano-Muñoz¹, Á. Borrallo-Riego², M.D. Guerra-Martín “*Influencia de las redes sociales sobre la anorexia y la bulimia en las adolescentes: una revisión sistemática*” en la Universidad de Sevilla de España, se encarga de profundizar mediante una metodología mixta basada en revisiones sistemáticas y meta-análisis, la influencia y el protagonismo del uso de las redes sociales en adolescentes, la cual señala que las mujeres, especialmente aquellas en edades entre los 12 y 21 años, son el grupo más viable a ser afectado, con una proporción de 9 mujeres por cada hombre en la misma franja de edad, derivando así de que estos trastornos de conducta alimentaria sean considerados como la tercera causa de enfermedad crónica en adolescentes, evidenciando que, en la última década el uso de las redes sociales ha experimentado un notable crecimiento lo que ha llevado a una mayor exposición a las presiones sociales y culturales relacionadas con la imagen corporal y la alimentación. (2022)

La investigación "*Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales*" un estudio de la Universidad de Almería, España, se centró en analizar la relación entre el contenido generado en Instagram y la predicción de trastornos alimentarios, con el objetivo de examinar cómo los comentarios en las publicaciones de Instagram podrían estar asociados con la aparición de trastornos alimentarios en los jóvenes; para ello, se seleccionó una muestra de usuarios de Instagram, principalmente jóvenes entre 18 y 25 años y se aplicó una metodología de análisis de contenido de los comentarios en las publicaciones relacionadas con la alimentación y la imagen corporal. (García, 2020).

Otro trabajo relacionado a nuestra investigación corresponde al trabajo de grado de los estudiantes Aristizabal Zuluaga, Sindy J. Escobar Quiroz, Alejandra M. Mazo Rodas, Yenifer - Suarez Vásquez, Juan F. (2020) quienes realizaron como tema central "*Cuerpo como territorio y salud mental*". La presente investigación corresponde al método cualitativo, que Galeano (2004) entiende como la comprensión de las realidades subjetivas e intersubjetivas, mediante la recolección de información. (p.79)

El concepto de "el cuerpo como territorio" da a concebir la idea de que el cuerpo humano es un cosmos que genera diferentes significados culturales, sociales y políticos. Estos conceptos se dan gracias a diversas disciplinas del área de investigación como lo son la antropología que es el estudio de la realidad humana; la sociología, ciencia que trata la estructura y el funcionamiento de las sociedades humanas; y la psicología, una ciencia enfocada principalmente en el análisis y la comprensión desde la conducta humana. Estas áreas de la investigación ayudan a comprender más allá la complejidad y la interconexión que puede tener el cuerpo humano y su entorno, dando así

la posibilidad de analizar cómo las experiencias, las identidades, el aspecto físico y las expresiones corporales influyen en contextos amplios como el tema de poder y control.

Según la teoría desarrollada por Henri Lefebvre y Michel Foucault (1960-1970), que aborda temas como la espacialidad social, allí se propone que el cuerpo humano es un territorio en el que se desarrollan dinámicas de poder y control, a partir de estos estudios se ha podido deducir la comprensión del cuerpo como un espacio socialmente construido e influenciado.

El territorio, según Llanos- Hernández, L. (2010), define la interpretación y comprensión de las relaciones sociales asociadas con la dimensión espacial, va a contener las prácticas sociales y su entorno quienes sean las que influyeran y se conserven a través del tiempo.

El cuerpo empieza a ser considerado como un ente vivo cuya estructura y funciones le permiten diferenciarse de los demás según la filosofía de Roxana Rodríguez (2009), ya sea por su anatomía o el contexto donde se desarrolle volviéndose un objeto de raíces, empezando a venerar como un objeto estético dentro de las generaciones, siendo así concebido como una imagen propia de un territorio. (Milán, 2017)

VII. Marco de referencia conceptual

El presente marco conceptual tiene como objetivo principal abordar la temática de los trastornos de conducta alimentaria (TCA) en las estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó, en relación con las representaciones de la imagen corporal y los hábitos alimentarios promulgados por las redes sociales, para ello, se analizará la pregunta de investigación y los objetivos específicos del proyecto.

Uno de los primeros documentos que aborda el estudio de lo que hoy se reconoce como los trastornos alimenticios se remonta a 1874. En este año, la escuela de medicina de Oxford emitió un comunicado oficial que describía una enfermedad peculiar que afectaba principalmente a mujeres jóvenes, esta condición se caracterizaba por la emancipación y la pérdida de apetito y más tarde se identificaría como anorexia nerviosa. Arévalo et al. (2015)

Tomando como referencia el trabajo de Restrepo, J. E., & Quirama, T. C. (2018) y otros estudios relevantes; es importante señalar los siguientes conceptos clave.

7.1 Trastornos De Conducta Alimentarios (TCA)

Los TCA son un conjunto de trastornos mentales que se caracterizan por una alteración persistente de la conducta alimentaria y de la percepción de la imagen corporal. Los TCA más comunes son la anorexia nerviosa, la bulimia nerviosa y el trastorno por atracón, estos trastornos pueden tener graves consecuencias para la salud física y mental de las personas que los padecen.

7.2 Redes Sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a las personas conectarse entre sí, compartir información y crear contenido, algunas de las redes sociales más populares son

Facebook, Instagram, X y Tik Tok. Las redes sociales pueden tener un impacto positivo en la vida de las personas, pero también pueden ser utilizadas para difusiones informativas perjudiciales.

Entre las redes sociales mencionadas anteriormente se pueden identificar este tipo de trastornos alimenticios marcados en el impacto de la publicidad, la cual promueve ideales de belleza que generan una demanda por alcanzar una apariencia que se percibe como sinónimo de salud, bienestar físico, seguridad y felicidad; estas campañas utilizan modelos con cuerpos estereotipados que promueven la búsqueda de la perfección, concebida como un símbolo de poder y autoestima, perpetuando estándares de belleza basados en la delgadez, tallas y moda.

7.3 Representaciones De La Imagen Corporal

Las representaciones de la imagen corporal son las imágenes y mensajes que las personas reciben sobre cómo debería ser su cuerpo, estas representaciones pueden provenir de diferentes fuentes como los medios de comunicación, la familia, los amigos y las redes sociales. Las representaciones de la imagen corporal pueden ser realistas o irreales y pueden tener un impacto significativo en la autoestima y la salud mental de las personas.

7.4 Hábitos Alimentarios

Los hábitos alimentarios son los patrones de alimentación que las personas siguen, los cuales pueden ser saludables o no saludables y pueden tener un impacto significativo en la salud física y mental de las personas. Los factores que pueden influir en los hábitos alimentarios incluyen la cultura, la educación, la economía y el acceso a alimentos saludables.

Tomando la investigación de Suarez Vásquez, Juan F. (2020) quienes realizaron como tema central “Cuerpo como territorio y salud mental” podemos abordar algunos conceptos clave:

7.5 Cuerpo Como Territorio

Más allá de lo biológico, el cuerpo se concibe como un territorio, a causa de las múltiples representaciones que las personas adquieren acerca de éste y a su vez, está determinado por un discurso cultural y simbólico (Milán, 2017). Lo que nos quiere decir que todo el contexto de un ser humano influye significativamente en la construcción de la connotación que le podamos atribuir al cuerpo por medio de estándares impuestos (consciente e inconsciente) dentro del territorio o contexto en el que se encuentre la persona, además de la influencia del sistema neocapitalista, la globalización y la narco estética. (P.4)

7.6 El Cuerpo Como Impulsor De Objetivos

Mirtha L. (2017) resumió de manera acertada la importancia de la imagen personal en la sociedad actual al afirmar: "Como te ven, te tratan. Si te ven mal, te maltratan. Si te ven bien, te contratan". Esta frase evidencia cómo la apariencia física, aunque subjetiva y culturalmente determinada, puede influir significativamente en las oportunidades y el trato que recibimos.

7.7 El Cuerpo Como Promotor De Objetivos

Los cuerpos y en especial los de las mujeres son convertidos en objeto de transacción para el beneficio de la persona demandante. Son violentados por un sistema económico, centrado en el beneficio y no en el respeto y el intercambio” (Asociación internacional “EmPoderArte”, 2019, p. 388). Siendo entendido desde un bien o recurso que puede ser intercambiado, utilizado o valorado en diferentes contextos sociales, económicos y culturales. Esta idea nos sugiere que el cuerpo puede ser objeto de negocios, contratos y acuerdos, generando así un valor dentro de la sociedad. Partiendo de este enfoque, encontramos como las modificaciones se ven implicadas dentro de un sentimiento de saciedad en buscar la perfección para el mayor postor dentro de la

sociedad.

7.8 Cuerpo y El Juicio De Valor Desde Ideales De Belleza

Los juicios de valor pueden llegar a ser destructivos para la mente y el cuerpo de una persona, afectando su vida de manera irreversible. Según Maganto y Cruz (2000), "Los ideales de belleza reflejan las diversas características que las mujeres actuales deberían desempeñar en la sociedad, como el ser suficientes, trabajadoras, competentes, agradables a simple vista, entre otros" (p. 48). Una preocupación por el aspecto y la imagen corporal que está relacionado con alcanzar ese ideal impuesto desde diferentes contextos sociológicos como la apariencia de ser o conservarse joven y atractiva, pero lo que está detrás es un mercado de moda masiva y consumista que conlleva a que trastornos como la obesidad y la bulimia se vean como un logro para el éxito dentro de los estándares y el juicio de valor que se crea dentro de este. Maganto, C., & Cruz, S. (2000).

El marco conceptual del artículo "*Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática*" (García, 2020) se basa en conceptos clave relacionados con la influencia de esta red social en la alimentación y la salud emocional de los jóvenes.

7.9 Comparación Social y Riesgos Para la Salud Mental

Los jóvenes pueden experimentar trastornos emocionales y alimentarios debido a la comparación social entre usuarios de Instagram, especialmente en términos de aspecto físico. Además, la gran exposición que hay en redes sociales de imágenes y mensajes, hace que promuevan estándares de belleza poco realistas, donde se puede tener efectos perjudiciales en la salud mental.

VIII. Aspectos metodológicos

8.1 Tipo de Estudio:

Se llevará a cabo un estudio mixto donde tendremos algunos datos numéricos cuantitativos y análisis cualitativos buscando la comprensión de las experiencias y percepciones de las personas con posibles indicios de trastornos alimentarios, especialmente en lo que respecta a cómo las redes sociales influyen en la comparación personal.

8.2 Alcance:

Nuestro alcance será descriptivo, lo cual nos permitirá descubrir los posibles indicios de trastornos alimentarios generados por las redes sociales en las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, para así identificar, patrones, tendencias y características relevantes; se busca comprender cómo las imágenes idealizadas y las interacciones en línea pueden influir en la percepción corporal y la conducta alimentaria.

8.3 Sujetos, Comunidades u Organizaciones De Estudio:

Se investigarán a las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó (Medellín), entorno a su relación con los cybermedios y sus conductas alimentarias, buscando visibilizar la relación perjudicial que puede existir entre estos medios y los estándares de belleza propios de su gremio que incentiven posibles indicios o padecimientos de algún trastorno de la conducta alimentaria desarrollado por la idealización de las redes sociales. Este grupo es clave, ya que nos permitirá conocer la vulnerabilidad ante la presión social, la interacción y la influencia de los estándares de belleza para el futuro profesional.

8.4 Técnica De Recolección De La Información:

Para comenzar, llevaremos a cabo un cuestionario dirigido a un grupo amplio de participantes, con el fin de recolectar información inicial y realizar un primer filtro. Este paso se realizará en las aulas que brindan clases a estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó por medio de un happening (evento no planificado y espontáneo, donde los participantes interactúan con el espacio y los objetos de manera improvisada.) Hartigan, P. (Ed.). (2008). Realizado con una simulación de un inodoro a escala, en el cual podrán depositar la respuesta a la pregunta inicial “**¿Cuál sería la inseguridad física que quisiera tirar por el sanitario?**” Esto nos permitirá introducir la problemática en nuestra población de estudio de forma dinámica y poco invasiva, además de identificar y seleccionar cuidadosamente las participantes de la siguiente fase del estudio.

En la siguiente fase nos comunicaremos con cada una de las estudiantes que seleccionamos cuidadosamente y cuyas respuestas fueron indicativas de relaciones poco sanas con su autopercepción y las redes sociales. A ellas se les enviará un cuestionario con las siguientes preguntas:

- ¿Qué tanto utilizas las redes sociales para informarte sobre moda, belleza y alimentación?
De las siguientes redes, ¿cuáles utilizas más?
- ¿Con qué frecuencia comparas tu cuerpo con el de influencers o modelos en redes sociales?
- ¿Cuál de los siguientes estándares de belleza crees que son los más frecuentes para las comunicadoras?
- ¿Has sentido alguna vez que la carrera ejerce presión sobre ti para cumplir con ciertos estándares de belleza? Comparte tu opinión.

- ¿Cuál crees que es el público de tu carrera que ejerce más presión social?
- ¿Con qué frecuencia buscas dietas o productos para adelgazar/subir de peso en redes sociales? Por favor, explica tu experiencia.
- ¿Qué hace que consideres válida la información sobre peso y salud en redes sociales, y qué características buscas para que se ajuste a tus necesidades?

8.5 Análisis De Los Datos:

Una vez completado el trabajo de campo y recolectada toda la información necesaria para responder a la pregunta de investigación, procederemos con un análisis detallado y riguroso de los datos obtenidos. El proceso de análisis incluirá varias etapas clave:

Inicialmente, los datos serán organizados en matrices de análisis que nos permitirán visualizar las respuestas de las participantes de manera estructurada, estas matrices facilitarán la identificación de patrones, similitudes y diferencias entre las experiencias y perspectivas de las personas entrevistadas.

8.6 Triangulación De Datos:

Para asegurar la validez y confiabilidad de los resultados, aplicaremos la técnica de triangulación, esto implica la comparación y corroboración de la información obtenida a través de diferentes métodos (cuestionarios y entrevistas) y fuentes, lo que nos permitirá contrastar y validar los hallazgos desde múltiples perspectivas.

8.6.1. Objetivo:

El objetivo de esta triangulación es validar y profundizar en la comprensión sobre cómo las redes sociales influyen en la percepción de estándares de belleza y en la presión que sienten las estudiantes de comunicación social para cumplir con los estereotipos.

Para la triangulación de datos, se formuló la pregunta inicial a 177 de las 855 estudiantes mujeres de Comunicación de la Universidad Católica Luis Amigó, con el fin de identificar a aquellas que presentaron algún tipo de inseguridad relacionada con su peso; de estas, contactamos a 33 y 15 respondieron al cuestionario. Al triangular los datos, buscamos:

8.6.2. Validación de Resultados:

Al combinar respuestas cualitativas (opiniones y experiencias personales) y cuantitativas (frecuencia de comparaciones y uso de redes sociales), podemos verificar si las percepciones individuales están alineadas con patrones generales en el grupo encuestado.

8.6.3. Patrones De Influencia y Análisis Del Impacto:

La triangulación permite analizar cómo interactúan distintos elementos como la presión social, estándares de belleza percibidos y autopercepción, para comprender cómo contribuye al impacto en las estudiantes de comunicación social.

8.6.4. Fuentes Diversas De Datos:

Datos Cuantitativos:

- Frecuencia de uso de redes sociales: se observará con qué frecuencia las encuestadas recurren a redes sociales para buscar información sobre moda, belleza y alimentación, esto nos ayudará a entender cómo el uso constante de estas plataformas puede relacionarse con la aparición de síntomas de trastornos alimenticios.
- Comparaciones de cuerpo: se examinarán cuántos encuestados se comparan frecuentemente con influencers o modelos en redes sociales, este paso nos servirá para evaluar la influencia de la autoimagen en la salud mental.

- Estándares de belleza: se reunirán datos sobre los estándares de belleza que las encuestadas consideran más relevantes, se analizará cómo estos ideales influyen en la presión que experimentan.

Datos Cualitativos:

- Opiniones: se analizará las respuestas abiertas donde las encuestadas expresan sus experiencias y opiniones sobre la presión social relacionada con la belleza y la alimentación, esto nos proporcionará más contexto y profundidad.
- Experiencias con dietas y productos: las historias personales relacionadas con la búsqueda de dietas, productos para adelgazar o subir de peso pueden ayudar a revelar cómo las vivencias en redes sociales afectan en sus decisiones y bienestar físico y mental.
- Percepciones sobre información de salud: se examinará las respuestas sobre lo que consideran válido de la información sobre peso y salud en redes sociales, las diversas opiniones pueden reflejar el conocimiento y la crítica hacia la información disponible dentro de la red social Instagram.

8.6.5. Contraste y Comparación De Los Hallazgos:

Cuantitativo:

- Se analizó las respuestas con mayor frecuencia para entender patrones y hallazgos frente a la comparación belleza, moda y alimentación.

Uso de redes sociales	
Siempre	4
Frecuente	8

A veces	3
---------	---

Instagram es la red social más utilizada para buscar informarse sobre moda, belleza y alimentación; el uso frecuente de Instagram puede fomentar la comparación corporal, contribuyendo a la insatisfacción con la propia imagen y a la búsqueda de dietas.

Frecuencia buscas dietas	
Frecuentemente	6
Ocasional	4
Nunca	5

Seis de las personas encuestadas buscan dietas frecuentemente, lo que sugiere una conexión entre el uso de redes sociales y la presión por cumplir con ciertos estándares de belleza. Además, el 46.4 % de las encuestadas siente presión por parte de la industria de los medios de comunicación, que se presenta como la principal fuente de presión para las estudiantes de comunicación, resaltando la expectativa de tener piel sin imperfecciones y un cuerpo delgado. Estos hallazgos indican que el uso de redes sociales no solo fomenta la búsqueda de dietas, sino que también refuerza las presiones sociales relacionadas con los estándares de belleza impuestos por la industria, sin embargo 6 de las 15 personas encuestadas, afirman que la carrera no ejerce presión sobre ellas para cumplir con ciertos estándares de belleza.

Cualitativos:

A continuación, se realizará un análisis cualitativo de los datos obtenidos a partir de las respuestas de las encuestadas sobre la influencia de las redes sociales en la percepción del cuerpo,

la belleza, y los trastornos alimenticios, específicamente en el contexto de las estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Luis Amigó.

Las respuestas a la pregunta sobre la presión que ejercen las redes sociales y la carrera de comunicación social respecto a los estándares de belleza revelan varios puntos clave:

- **Presión Interna y Externa:** un patrón común es que muchas encuestadas reconocen que la presión para cumplir con ciertos estándares de belleza no proviene directamente de la carrera, sino más bien de la sociedad y de su propio juicio personal. Esto se refleja en respuestas como: “la presión parte de mí misma y querer encajar” o “yo misma me pongo esa presión”. Sin embargo, algunas mencionan que, aunque la carrera no ejerce presión directa, el campo audiovisual y la competencia entre estudiantes sí genera un entorno donde la apariencia física se vuelve un criterio importante, sobre todo para roles como presentadoras o frente a cámaras. Esto se ve reflejado en respuestas como: "A veces cuando se elige quién sale frente a cámara en productos audiovisuales, no necesariamente los docentes, a veces incluso entre los mismos estudiantes".
- **Estigmatización y Exclusión:** algunas encuestadas mencionan comentarios negativos relacionados con su cuerpo que han recibido a lo largo de su formación académica, lo que podría generar una sensación de exclusión o inseguridad. Ejemplo: “desde el primer momento que decidí estudiar comunicación recibí muchos comentarios con relación a que mi cuerpo no encajaba con los estándares de presentadora de televisión”.
- **Reflexión sobre la Autopercepción:** varias estudiantes mencionan que la presión no necesariamente viene del entorno académico o social, sino que la generan ellas mismas, principalmente debido a la comparación constante con los demás. Por ejemplo: “Me

empiezo a sentir esa necesidad de verme bien y se empieza a convertir en una obsesión que me ha llevado a compararme mucho con otras chicas”.

En general, se observa que las estudiantes se sienten presionadas por los estándares de belleza asociados al campo de la comunicación, especialmente en roles visuales como la televisión, pero reconocen que esta presión muchas veces proviene de su propia inseguridad o de la cultura social más amplia que valora la imagen física.

8.6.6. Experiencias Con Dietas y Productos: Impacto De Las Redes Sociales En La Salud Mental y Física.

El análisis de las respuestas sobre la búsqueda de dietas o productos para adelgazar/subir de peso en redes sociales refleja dos temas predominantes: la ansiedad por el cuerpo perfecto y la búsqueda de soluciones rápidas.

- Búsqueda constante de soluciones para adelgazar/subir de peso: la mayoría de encuestadas admiten buscar activamente en redes sociales información relacionada con dietas y productos para cambiar su cuerpo, aunque algunas lo hacen con un enfoque más consciente de no caer en engaños. Las respuestas como “Constantemente, aunque soy delgada quisiera un cuerpo perfecto” o “Frecuentemente, busco recomendaciones de cómo subir de peso” evidencian que las redes sociales alimentan una constante búsqueda de soluciones inmediatas para alcanzar el cuerpo ideal. Sin embargo, también se destaca la preocupación por la veracidad de la información, ya que varias estudiantes indican que intentan verificar lo que encuentran en redes sociales antes de seguir cualquier consejo.
- Consecuencias Psicológicas: algunas respuestas revelan que la presión por alcanzar estándares de belleza establecidos por las redes sociales ha tenido consecuencias psicológicas y emocionales. Ejemplo: “he tenido síntomas de anorexia” o “a veces

vomitaba”. Esto sugiere que el constante bombardeo de imágenes perfectas y promesas de cuerpos ideales en redes sociales puede llevar a trastornos alimenticios o a conductas de riesgo en jóvenes que buscan cumplir con los estándares estéticos.

- **Desconfianza en la información:** un porcentaje importante de las encuestadas muestra escepticismo respecto a la validez de la información sobre salud y dieta en redes sociales. Muchas prefieren recurrir a profesionales certificados (nutricionistas, médicos, entrenadores) en lugar de confiar en influencers o personas no especializadas. Esta tendencia se ve reflejada en respuestas como: “Busco que sea de doctores o personas con gran conocimiento en el campo” o “Intento verificar la información, que además esté avalada por un profesional de la medicina”.

Este patrón refleja cómo la presión por cumplir con las expectativas de belleza derivadas de las redes sociales puede llevar a la búsqueda de soluciones rápidas para adelgazar o modificar el cuerpo, pero también genera desconfianza y malestar, tanto físico como emocional.

8.6.7. Percepciones Sobre Información De Salud: Evaluación Crítica De Lo Que Es Válido.

La pregunta sobre qué consideran válida la información sobre peso y salud en redes sociales revela un enfoque crítico y selectivo hacia las fuentes de información:

- **Confianza en los expertos:** en general, las encuestadas muestran preferencia por la información que proviene de profesionales certificados, tales como nutricionistas, médicos o entrenadores personales. Esto se puede ver en respuestas como: “Considero válida la información sobre peso y salud en redes si proviene de profesionales certificados” o “Busco que sea de expertos, un nutricionista enfocado en la pérdida de peso”. Este patrón sugiere una conciencia de los riesgos de seguir consejos no verificados y una preferencia por fuentes que ofrezcan información equilibrada y basada en evidencia científica.

- Consideraciones sobre la validez de la información: la desconfianza hacia las dietas y productos milagrosos, como los que a menudo se promocionan en redes sociales, también es evidente. Las respuestas como “no sigo consejos a ciegas; investigó más sobre el tema” o “busco opiniones de expertos para asegurarme de que la información sea adecuada” destacan la dificultad de encontrar información confiable en un espacio lleno de promesas no realistas o peligrosas.
- Testimonios e identificación: también se observa que algunas estudiantes buscan en redes sociales testimonios personales, especialmente aquellos con los que se sienten identificadas. Este tipo de información tiene un peso importante para ellas, ya que no solo buscan soluciones, sino también una validación social de sus propias experiencias. Esto se refleja en respuestas como: “Cuando veo testimonios en los que se vea el cambio” o “Me gusta ver testimonios de personas con las que me sienta identificada”.

En general, aunque existe una crítica hacia la información en redes sociales, también se evidencia una búsqueda activa de contenidos que se alineen con sus necesidades personales, ya sea en términos de pérdida o ganancia de peso. Las estudiantes son conscientes de la necesidad de recurrir a fuentes confiables, aunque, al mismo tiempo, se sienten atraídas por testimonios que les ofrezcan una representación más realista de los resultados.

8.6.8. Interpretación De Los Resultados Triangulados

La información recopilada a través de la encuesta nos permite observar una relación compleja entre el uso de redes sociales, la presión social y los estándares de belleza que enfrentan los estudiantes de comunicación.

Similitudes:

- Uso de Instagram: una de las primeras cosas que se destaca es que Instagram se posiciona como la red social más utilizada por las encuestadas para informarse sobre moda, belleza y alimentación; de las 15 participantes 12 mencionan que la usan frecuentemente, esta tendencia se refleja en las respuestas de las participantes, quienes citan a Instagram como un espacio donde se comparan constantemente con influencers y modelos.
- Búsqueda de dietas: en relación con la búsqueda de dietas, 6 de las 15 encuestadas admiten que frecuentemente buscan información sobre cómo mejorar su apariencia y esto se alinea con sus testimonios que revelan un deseo activo de encontrar maneras de ajustarse a ciertos estándares de belleza impuestos.
- Presión de la industria de medios: el 46.4 %, más de la mitad de las participantes, señalaron que la presión social proviene de la industria de los medios de comunicación, esto se refuerza con las respuestas cualitativas, donde muchas encuestadas mencionan que su carrera, impone exigencias físicas que impactan su autoestima.

Diferencias:

- Diferentes percepciones sobre la presión social: a pesar de que muchas reconocen la presión que ejercen los medios, 6 de las 15 encuestadas aseguran que no sienten presión de la carrera para cumplir con estándares de belleza, este contraste sugiere que mientras algunas estudiantes se sienten abrumadas por estas expectativas, otras pueden no sentirlo

de la misma manera, esto podría estar relacionado con la forma en que cada una se percibe a sí misma o con el contexto particular en el que se encuentran, lo que abre la puerta a investigar más a fondo las razones detrás de estas diferencias individuales.

- **Credibilidad de la información en redes sociales:** cuando se pregunta sobre qué tipo de información consideran válida en las redes sociales, las respuestas varían, algunas mujeres prefieren datos respaldados por profesionales, mientras que otras parecen aceptar consejos de influencers que han cambiado su apariencia; esta mezcla de criterios pone en evidencia que la forma en que cada estudiante valida la información puede cambiar significativamente, lo que a su vez sugiere que algunas son más vulnerables a las tendencias que otras.

8.6.9. Conclusiones De La Triangulación

La triangulación de datos confirma que las redes sociales tienen un impacto significativo en los estándares de belleza que las estudiantes de Comunicación Social perciben, a través de las redes sociales las estudiantes se enfrentan a la presión de cumplir con un ideal estético que promueve la industria de los medios y la comparación constante con influencers y modelos.

A pesar de que gran parte de las estudiantes muestran un enfoque crítico hacia la información de salud en redes sociales, la búsqueda de soluciones rápidas sigue siendo una constante. Esto resalta la necesidad de promover una cultura más saludable y realista sobre el cuerpo y la belleza, tanto en las redes sociales como en el entorno académico.

Además, se observa que la presión sobre la apariencia física, aunque en parte impulsada por las redes sociales, tiene un componente psicológico fuerte, ya que muchas de las estudiantes la auto imponen. Esta dinámica puede tener implicaciones profundas en su bienestar emocional y

físico, lo que subraya la importancia de fomentar una educación crítica sobre el uso de las redes sociales y sus efectos en la salud mental.

8.7 Consideraciones Éticas:

Durante la recolección de datos de las entrevistas y cuestionarios, se mantendrá de forma anónima la información personal de los participantes mediante el código P0001-P0015. Para la entrevista de fuentes se firmará un contrato de uso de imagen.

8.8 Entregable

PáginaWeb:

<http://bit.ly/3YGyH18>

En el desarrollo de la página web tendremos secciones como:

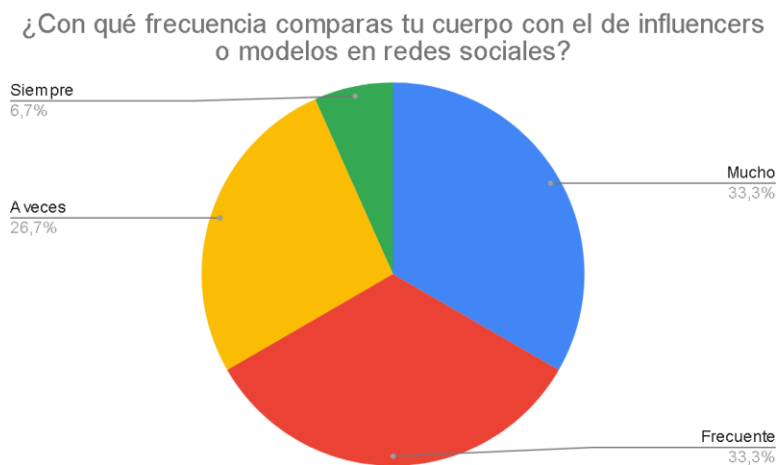
- Podcast con psicólogos, nutricionistas e instructores.
- Testimonio.
- Artículos.
- Voz Pop.
- Líneas de atención psicológica Universidad Católica Luis Amigo.

IX. Resultado y discusión

Los resultados obtenidos se organizan y responden de manera independiente a los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación. Estos objetivos se enfocaron en tres áreas clave:

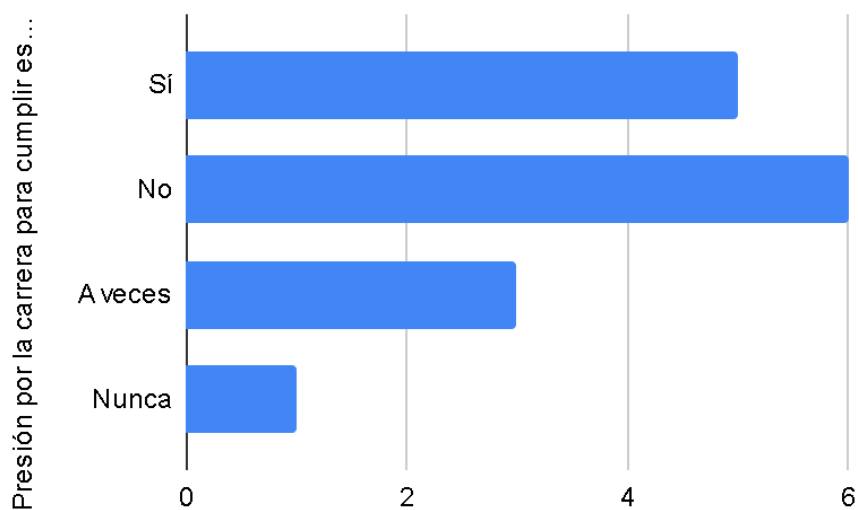
9.1 Influencia De Las Redes Sociales En La Percepción Corporal De Las Estudiantes De Comunicación Social.

Las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó tienden a comparar su cuerpo con el de influencers y modelos en redes sociales con bastante frecuencia, un total de 9 de las 13 respuestas indican que frecuentemente o mucho realizan este tipo de comparaciones, lo que refleja una exposición constante a los estándares de belleza promovidos en estas plataformas.



9.2 Presión De Las Estudiantes De Comunicación Social Por Cumplir Con Ciertos Estándares De Belleza En La Carrera.

De acuerdo a las respuestas que obtuvimos, se muestra que existe una presión significativa en algunas estudiantes de la carrera de Comunicación Social para cumplir con ciertos estándares de belleza, especialmente dentro de un campo tan visual como el de los medios de comunicación. Sin embargo, esta presión no es uniforme para todas las estudiantes, ya que algunas mencionan que la presión proviene más de su propia necesidad de encajar o de compararse con otras personas (principalmente en el contexto de los medios visuales), mientras que otras aseguran no sentir presión directa de la carrera.



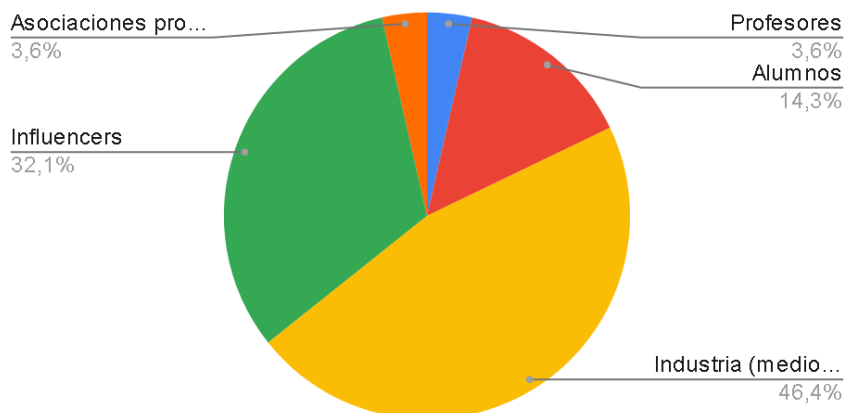
9.3 Explorar Cómo Las Estudiantes De Comunicación Social Perciben Los Arquetipos De Belleza Femenina En Redes Sociales y Su Impacto En Su Comportamiento Alimentario y de Imagen Corporal.

Las respuestas de las estudiantes revelan que la industria de los medios de comunicación y los influencers son vistos como los principales agentes que ejercen presión social sobre las estudiantes de Comunicación Social, especialmente en relación con los arquetipos de belleza femenina.

En general, un gran número de estudiantes menciona a los medios de comunicación como una fuente importante de presión. Este grupo hace referencia a la industria televisiva, cinematográfica, y digital, donde los arquetipos de belleza son estrictos y a menudo inaccesibles, lo que crea una presión constante para cumplir con estos estándares, de igual manera, los influencers en redes sociales son señalados como una fuente clave de presión. Estas figuras promueven de manera constante ciertos ideales de belleza que, aunque son muy populares, no siempre son representativos de la diversidad corporal real.

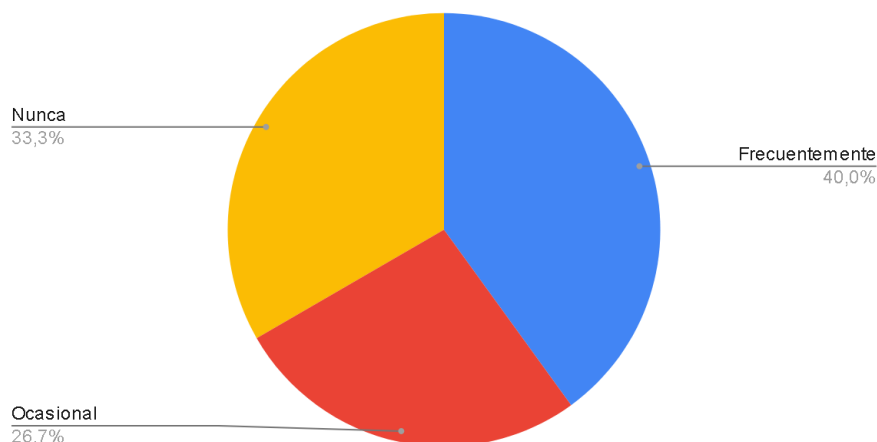
Finalmente, algunas respuestas también mencionan la presión interna del gremio académico, especialmente entre los alumnos y en algunos casos, docentes, sin embargo, la influencia más notable proviene de los medios de comunicación y las redes sociales.

¿Cuál crees que es el público de tu carrera que ejerce más presión social?



Por otro lado, el impacto alimentario y la imagen corporal se ven influenciados por la búsqueda de dietas, que revelan un número significativo de estudiantes de Comunicación Social que están activamente involucrado en la búsqueda de dietas o productos relacionados con el control del peso en redes sociales. Sin embargo, se observa que este comportamiento tiene diferentes manifestaciones y niveles de intensidad, lo que puede reflejar tanto una preocupación por la imagen corporal como un intento de cumplir con los estándares estéticos que predominan en los medios con el deseo de alcanzar un cuerpo "perfecto"

¿Con qué frecuencia comparas tu cuerpo con el de influencers o modelos en redes sociales?



El hallazgo que obtuvimos con estas respuestas, nos reveló la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción corporal en las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, obteniendo una similitud con uno de nuestros antecedentes, en la cual Restrepo, J. E., & Quirama, T. C. (2018). Nos muestra en su investigación, que el uso de Instagram y otras plataformas sociales está estrechamente vinculado con el riesgo de desarrollar trastornos de la conducta alimentaria (TCA), en particular a través de la comparación social.

XI. Conclusiones

La investigación realizada revela una relación significativa entre el uso de redes sociales y la percepción de la imagen corporal, así como en la presencia de síntomas de trastornos alimenticios en las estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, este vínculo se evidencia especialmente en la comparación constante de los cuerpos propios con los de influencers y modelos en plataformas como Instagram y TikTok, lo cual fomenta la insatisfacción corporal y la presión por alcanzar estándares de belleza poco realistas.

Nuestros hallazgos muestran que el 33 % de las encuestadas se compara frecuentemente con otras personas en redes sociales, y un 40 % recurre a dietas publicadas en estas plataformas en su búsqueda del "cuerpo perfecto". Estas respuestas ilustran la constante necesidad de cumplir con los estándares estéticos. Una encuestada comentó: *“Recibí muchos comentarios de que mi cuerpo no encajaba con los estándares de presentadora”*, reflejando cómo estos juicios pueden generar frustración, baja autoestima e incluso síntomas de depresión. La presión puede ser tan fuerte que algunas estudiantes reportan signos asociados con trastornos alimentarios debido a la comparación y la autocrítica constantes, lo que evidencia el profundo impacto de estas influencias en su bienestar.

El análisis de los objetivos específicos permitió identificar que las redes sociales impactan de manera considerable en la autoimagen de las estudiantes, influyendo negativamente en sus hábitos alimentarios y autoestima, además, el estudio mostró que, aunque la carrera de Comunicación Social no impone de manera explícita dichos estándares de belleza, algunas estudiantes perciben una presión implícita derivada de los entornos audiovisuales y de la competencia entre pares para ajustarse a ciertos estereotipos estéticos que prevalecen en el ámbito mediático.

Asimismo, se observó que, aunque las estudiantes son críticas respecto a la información sobre dietas y productos de belleza en redes sociales, muchas aún recurren a estas plataformas en busca de soluciones rápidas para modificar su apariencia física, esto evidencia una tensión entre el deseo de información validada por expertos y la atracción hacia contenido que promueve ideales estéticos superficiales.

Por otro lado, de acuerdo con los antecedentes encontramos que aunque se ha investigado la relación entre redes sociales y trastornos de conducta alimentaria en distintos grupos como adolescentes o usuarias de gimnasios, nuestra investigación se centra en un público específico que no ha sido explorado en profundidad como lo son las estudiantes de Comunicación Social. Este grupo está especialmente inmerso en presiones sociales relacionadas con los estándares de belleza, que son influenciadas por los alumnos, influencers, docentes y la industria (medios de comunicación).

En conclusión, la investigación destaca la necesidad de abordar de manera integral el impacto de las redes sociales en la autoimagen y la salud mental de las estudiantes de Comunicación Social. Los resultados reflejan cómo estas plataformas, con sus ideales de belleza poco realistas, no solo alimentan la auto comparación y la insatisfacción corporal, sino que también pueden llevar a comportamientos alimentarios poco saludables y a una disminución en la autoestima. Frente a estos hallazgos, es fundamental promover una educación mediática que fomente una percepción corporal positiva y una comprensión crítica de los contenidos en redes sociales. Además, se hace necesario que las instituciones académicas y la sociedad en general impulsen espacios de apoyo y recursos que permitan a las estudiantes enfrentar y resistir la presión de estos estándares estéticos, promoviendo un bienestar integral que trascienda los modelos impuestos por los medios.

Bibliografía

Rosario, T. R. o. S. T. G. C. (2022, 6 diciembre). *Adicción a Redes Sociales y Riesgo de Desarrollar Trastornos Alimenticios en Adolescentes. Unidad Educativa La Condamine. Pallatanga*, 2022. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10087>

Arévalo, R. V., Aguilar, X. L., Tellez-Girón, M. T. O., & Mancilla-Diaz, J. M. (2015). Eating disorders diagnostic: from the DSM-IV to DSM-5. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/Mexican Journal Of Eating Disorders*, 6(2), 108-120. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.10.003>

Restrepo, J. E., & Quirama, T. C. (2018). Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria y uso de redes sociales en usuarias de gimnasios de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 49(3), 162-169. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.003>

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

Maganto, C., & Cruz, S. (2000). La imagen corporal y los trastornos alimenticios: una cuestión de género. *Cuadernos de Psiquiatría y Psicoterapia del Niño y del Adolescente*, pag (48). [LA_IMAGEN_CORPORAL_Y_LOS_TRASTORNOS_ALIMENTICIOS_U.pdf](#)

Aristizabal Zuluaga, Sindy J. Escobar Quiroz, Alejandra M. Mazo Rodas, Yenifer Suarez Vásquez, Juan F. (2020). Cuerpo como territorio y salud mental. Repositorio Comillas-Universidad Católica Luis Amig, 1-114. [ME-CD-T150_M476_2020.docx](#) (ucatolicaluisamigo.edu.co)

García, P. (2020). *Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática.* <https://web-p-ebcohost->

com.luisamigo.proxybk.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=e9aeca1c-7f63-4c34-a858-d946428ed372%40redis

Lampe, C., & Stieger, S. (2016). A framework for understanding digital health interventions: The role of social media. *Journal of Medical Internet Research*, 18(2), e37. [invalid URL removed]

(**Note:** Added DOI if available)

Primack, B. S., Carroll, J. C., & Shumaker, R. E. (2010). Social media and health: Current evidence and implications for practice. *Journal of Medical Internet Research*, 12(1), e4. [invalid URL removed] (**Note:** Added DOI if available)

Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Roberts, D. C., & Hewitt, L. K. (1995). Measuring body-esteem in men: A multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(4), 745. [invalid URL removed] (**Note:** Added DOI if available)

American Psychiatric Association (APA). (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Arlington, VA: Author.

Tiggemann, M., & Slater, B. (2013). *Body image: A social psychological perspective*. Routledge.

Hartigan, P. (Ed.). (2008). *Encyclopedia of art history*. Macmillan Reference USA.

National Eating Disorders Association (NEDA). (n.d.). Eating disorders. Retrieved from <https://www.nationaleatingdisorders.org/>

U.S. Department of Agriculture & U.S. Department of Health and Human Services. (2020). *Dietary Guidelines for Americans, 2020-2025*. Retrieved from [https://www.dietaryguidelines.gov/sites/default/files/2020-12/Dietary Guidelines for Americans 2020-2025.pdf](https://www.dietaryguidelines.gov/sites/default/files/2020-12/Dietary_Guidelines_for_Americans_2020-2025.pdf) (**Note:** For websites with a government or organizational author, use the organization name as the author.)

World Health Organization. (2020). Healthy diet. Retrieved from <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet> (**Note:** For websites with an organizational author, use the organization name as the author.)