**Pinterest presenta su informe de neutralidad corporal**

* *El informe de neutralidad corporal de Pinterest muestra que las búsquedas que contienen "pérdida de peso" disminuyeron un 20% desde que se introdujo la prohibición de los anuncios de pérdida de peso*

**Santiago, Chile. Julio de 2022.-** Pinterest es el espacio al que las personas acuden en busca de inspiración para dar lugar a la vida que desean. Es el lugar en el que todos encuentran un sentido de pertenencia, más allá de la forma o el tamaño del cuerpo.

En Pinterest, nos esforzamos por crear una cultura orientada a impulsar la vida saludable y la imagen corporal saludable. Por eso, a partir de julio de 2021, [actualizamos nuestras políticas de anuncios](https://newsroom.pinterest.com/es/post/pinterest-adopta-una-nueva-politica-publicitaria-que-acepte-todos-los-cuerpos) para prohibir todos los anuncios con texto e imágenes sobre la pérdida de peso. Esto fue una expansión de nuestras políticas de anuncios que hace mucho prohibían la humillación del cuerpo y productos o afirmaciones peligrosas de pérdida de peso. La política ampliada hizo de Pinterest una de las primeras plataformas importantes en prohibir todos los anuncios de pérdida de peso.

Un año después de nuestra política de prohibición de los anuncios de pérdida de peso, revisamos los efectos y los cambios que provocaron estas conversaciones en Pinterest. **Nuestro análisis del comportamiento de los usuarios de Pinterest en torno a una vida sana y estilos de vida saludables reveló que las búsquedas globales que contienen el término de búsqueda "pérdida de peso" se redujeron un 20% en mayo de 2022 en comparación con julio de 2021 1.** En cambio, los usuarios visitan Pinterest para descubrir ideas que inspiran hábitos saludables, especialmente aquellas relacionadas con una dieta saludable. Las búsquedas de "**comidas rápidas y saludables**" fueron **65 veces** más altas y las de "**motivación para alimentos saludables**" aumentaron **13 veces** durante mediados de abril a mediados de mayo de 2022 en comparación con el año anterior **2**.

"Cuando implementamos nuestra prohibición de anuncios de pérdida de peso hace un año, nuestra esperanza era continuar construyendo nuestra plataforma como un espacio seguro y acogedor donde todos los Pinners se sientan libres para ser quienes son y abrazar su imagen corporal", dice Sarah Bromma, directora de políticas en Pinterest.

“Ahora, un año después, vemos una respuesta positiva de los usuarios, lo que demuestra el verdadero impacto que una política de este tipo puede tener en los comportamientos y percepciones en línea. Continuaremos apoyando y protegiendo a nuestros usuarios de información o contenido dañino que no se alinee con nuestra misión y valores”.

Para cumplir con nuestra misión, nos comprometemos no solo a ofrecer contenido inspirador, sino también a identificar y prevenir el contenido perjudicial, incluyendo humillación del cuerpo, información errónea y más. Hacer esto es importante para nosotros como empresa, para nuestros usuarios y para las marcas que alojamos. Alentamos a otros participantes de la industria a que hagan lo mismo y reconozcan, de una vez por todas, que no existe un talle único.

Dado que es un espacio para inspirarse y planificar los momentos de la vida, Pinterest siempre ha sido un lugar positivo, ya que casi 9 de cada 10 usuarios semanales dicen que Pinterest es un oasis en línea**3**. Las búsquedas de "frases positivas para la pantalla de bloqueo" aumentaron 3 veces, mientras que las de "reconocimiento emocional" aumentaron 22 veces. Los usuarios también buscan "frases de vergüenza corporal", que aumentó un 43%, para tener una mentalidad positiva al enfrentar humillación corporal y saber qué términos evitar**4**.

Nuestro objetivo es que las personas vengan a inspirarse para vivir una vida que les gusta, y los anuncios de pérdida de peso son una perturbación. **Pinterest cree en una internet más inspirada**, lo que significa crear intencionalmente soluciones de productos como [búsqueda compasiva](https://newsroom.pinterest.com/es/post/pinterest-amplia-la-busqueda-de-actividades-para-el-bienestar-emocional-a-once-paises-mas) y políticas como la [eliminación de los anuncios de pérdida de peso](https://newsroom.pinterest.com/es/post/pinterest-adopta-una-nueva-politica-publicitaria-que-acepte-todos-los-cuerpos) para asegurarnos de que trabajamos continuamente para mantener un entorno seguro y positivo para nuestros usuarios.

Las búsquedas sobre hábitos saludables y positividad corporal aumentan a medida que los usuarios replantean las conversaciones en torno a la confianza en uno mismo, la salud mental y el bienestar.

Consejos para mejorar la confianza en uno mismo**5:**

* Las búsquedas de "cómo cambiar la mentalidad" aumentaron más del 50%.
* Las búsquedas de "cómo adquirir más seguridad" aumentaron más del 32%.
* Las búsquedas de "afirmaciones sobre positividad personal" aumentaron 5 veces.
* Las búsquedas de "amor propio" aumentaron más de un 36%.
* Las búsquedas de "frases sobre la aceptación del cuerpo" aumentaron 3 veces.
* Las búsquedas de "positividad sobre el cuerpo" aumentaron 2 veces.

Ideas de arte y fotografía para aceptar la positividad corporal:

* Las búsquedas de "estética para fotografías con positividad corporal" aumentaron 7 veces.
* Las búsquedas de "arte con líneas de positividad corporal" aumentaron 5 veces.
* Las búsquedas de "pinturas de cuerpos inseguros" aumentaron 8 veces.

Exploración de imágenes que nos representen:

* Las búsquedas de "referencias de cuerpos con curvas" aumentaron 5 veces.
* Las búsquedas de "modelaje con curvas" aumentaron 3 veces.
* Las búsquedas de "tipo de cuerpo andrógino" aumentaron más de un 57%.

**Metodología**:

**1** *Datos de búsquedas internas de Pinterest, global, mayo de 2022 en comparación con julio de 2021.*

**2***Datos de búsquedas internas de Pinterest, global, 16 de abril de 2022 al 15 de mayo de 2022 en comparación con el período del 16 de abril de 2021 al 15 de mayo de 2021.*

**3** *Datos internos de Pinterest, global, enero de 2019 a julio de 2020.*

**4**  *Metodología: Global; 21 de febrero de 2022 al 20 de marzo de 2022 en comparación con el período del 21 de febrero de 2021 al 20 de marzo de 2021.*

**5** *Datos de búsquedas internas de Pinterest , global, 16 de abril de 2022 al 15 de mayo de 2022 en comparación con el período del 16 de abril de 2021 al 15 de mayo de 2021.*