



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2024,
Volumen 8, Número 1.

DOI de la Revista: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1

INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS EN LA INSATISFACCIÓN CORPORAL DE MUJERES UNIVERSITARIAS

**INFLUENCE OF AESTHETIC MODELS ON THE BODY
DISSATISFACTION OF UNIVERSITY WOMEN**

Jennyfer Hernández Aranda

Universidad Autónoma del Estado de México, México

Adriana Ivette Macias Martínez

Universidad Autónoma del Estado de México, México

Gabriela Kramer Bustos

Universidad Autónoma del Estado de México, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10238

Influencia de los Modelos Estéticos en la Insatisfacción Corporal de Mujeres Universitarias

Jennyfer Hernández Aranda¹

jenn.aranda.jh@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-4345-6932>

Universidad Autónoma del Estado de México
México

Adriana Ivette Macias Martínez

aimaciasm@uaemex.com

<https://orcid.org/0000-0003-3901-2810>

Universidad Autónoma del Estado de México
México

Gabriela Kramer Bustos

gkramerb@uaemex.com

<https://orcid.org/0009-0004-0486-492X>

Universidad Autónoma del Estado de México
México

RESUMEN

Cumplir los estándares de belleza caracterizados por una extrema delgadez se ha convertido en una problemática que se presenta con mayor frecuencia en mujeres adultas jóvenes que buscan lucir un cuerpo más delgado con el fin de ser socialmente aceptadas y consideradas como bellas. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue determinar la relación de los modelos estéticos en la insatisfacción corporal en mujeres universitarias. La muestra estuvo conformada por 101 mujeres entre 18 a 28 años estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), a quienes se les aplicó el Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal (CIMEC). Los resultados obtenidos mostraron que las mujeres con sobrepeso y obesidad tienen influencia de los modelos social y los modelos estéticos sociales ya que son quienes presentan mayor malestar corporal. Adicionalmente, se identificó que existen diferencias estadísticamente significativas en el tiempo del uso de redes sociales y malestar corporal ($t=7.5, p=.000$). Se concluyó que la figura representa un sinónimo de aceptación y valoración hacia a ellas mismas y con la sociedad.

Palabras clave: delgadez, estándares de belleza, medios de comunicación

¹ Autor principal

Correspondencia: jenn.aranda.jh@gmail.com

Influence of Aesthetic Models on the Body Dissatisfaction of University Women

ABSTRACT

Meet the beauty standards that are characterized by extreme thinness has become a problem that shows up more frequently in young-adult women that want to show off a slimmer body in order to be socially accepted and considered as beautiful. Therefore, the aim of this study was to determine the connection of the aesthetic models with the body dissatisfaction in university women. The sample was formed by 101 women between 18 and 28 years old, students at the Autonomous University of the State of Mexico (UAEM), to whom the Questionnaire of Sociocultural Influences on the Aesthetic Body Shape Model (CIMEC) was applied. The results showed that women with overweight and obesity have influence of the social models and the aesthetic social models as they are who have greater body discomfort. Additionally, it was identified that there are statistically significant differences over time in the use of social networks and body discomfort ($t=7.5$, $p=.000$). It was concluded that the shape represents a synonymous of acceptance and worth to themselves and with society.

Keywords: thinness, beauty standards, social/mass media

Artículo recibido 15 enero 2024

Aceptado para publicación: 18 febrero 2024



INTRODUCCION

El ideal social de belleza a menudo llamado ideal de delgadez, no son lo mismo, ya que primero considera y se relaciona con más aspectos, y a no solo ser delgado como lo indica el segundo. Los componentes del ideal social de belleza consideran el peso y la figura, lo cuales tienen un mayor efecto en las alteraciones de la Imagen Corporal (IC). El ideal de delgadez implica el grado en el que la persona se involucra cognitivamente y afectivamente con los patrones establecidos como socialmente atractivos, generando comportamientos que aproximen la propia imagen corporal a estos ideales al grado de incorporarse a un sistema personal de creencias provocando que el ideal de delgadez se convierta en un propósito personal constantes y de manera automática (Saffon & Saldarriaga, 2014).

Se puede decir que sin importar el contexto histórico del que se hable, cada época cuenta con estándares de belleza propios, siendo el tamaño, medida, forma y peso del cuerpo las principales características que se busca asemejar o igualar (Guadarrama-Guadarrama et al., 2018). Por un lado, con mayor frecuencia el cuerpo femenino se hace objeto de miradas públicas y opiniones sobre sus formas y tamaños, con la finalidad de compararlos con los modelos de cuerpo ideal impuestos por el sistema (González-Navarro, 2018). Por otro, las jóvenes universitarias sometidas a los cambios propios de la juventud y de la transición universitaria, son un grupo de población especialmente vulnerable (Soto et al., 2015) debido a que, en la dimensión psicológica, afecta diversos factores como la integración, autoestima e identidad (Saucedo-Molina et al., 2021). La prevalencia por la insatisfacción en este grupo poblacional es de 10% a 30%, siendo ellas quienes se encuentran mayormente preocupadas por la apariencia física (Izquierdo-Cárdenas et al., 2021).

Bajo este contexto, los cambios sociales y culturales han convertido a la apariencia física en una de las principales preocupaciones para las jóvenes, ya que los estándares de belleza están tan marcados que las mujeres no pueden evitar sentir presión por cumplir estos patrones (Salinas, 2015). Es por ello, que diversos estudios han demostrado que son las mujeres quienes principalmente presentan inconformidad con su cuerpo y representan una mayor estigmatización ante su apariencia. Tal como lo muestra González-Capcha (2022) en su estudio realizado a mujeres de diferentes edades y tallas corporales y en el que indico que el 58% de las participantes creían que el cuerpo de la mujer obesa está estigmatizado,

en comparación, a la extrema delgadez de la mujer, por lo que se concluye que un cuerpo delgado representa mayor aceptación por parte de las mujeres.

Dichos modelos representan como ideal una extremada delgadez en las mujeres, cuya propia percepción de imagen corporal va a condicionar la búsqueda de dicho ideal a través de diferentes conductas y comportamientos de riesgo que son transmitidos diariamente a través de los medios publicitarios y de comunicación (Soto et al., 2015). Y aunque este ideal delgado sea generado por la cultura y considerado estético, es solo una moda y no necesariamente saludable ni accesible (Blanco et al., 2016).

De hecho, se ha demostrado que actualmente las redes sociales tienen un efecto significativo ante la percepción de la imagen corporal, ya que desde hace diez años las redes sociales como Facebook e Instagram se encuentran presentes ante la población, siendo los adolescentes y jóvenes de entre 18 y 34 años quienes las consultan con mayor frecuencia (Parillo y Troncoso, 2019). Por otro lado, el 69% de las mujeres siente que la publicidad les influye en la relación con su cuerpo, es decir, la mayoría opina que los modelos publicitarios o las personas que aparecen son el canon de belleza que deben seguir (González-Capcha, 2022).

Por otro lado, uno de los factores socioculturales que influyen en el ideal de delgadez es la existencia de valores estéticos, donde la delgadez juega uno de los primeros ideales a alcanzar por toda mujer que desee tener éxito social, mayor aceptación y aparentar mayor feminidad, este ideal se genera no solo porque la delgadez se considera como atractiva, sino también por el rechazo que se ha generado hacia cuerpos normales o con sobrepeso (Pérez-Lugo et al., 2016).

En un estudio realizado a 113 mujeres jóvenes de Bella Vista de la ciudad de Panamá, se cuestionó cuáles eran los estándares de belleza ideales presentes en la sociedad, para ello se consideró que la estatura, volumen corporal, color de ojos, color de cabello y color de piel, pueden ser elementos principales a los cuales se puede atribuir un estándar de belleza. Para lo anterior, se solicitó a las jóvenes participantes identificar la imagen de figura corporal que desearían tener, para ello se mostró el cuadro que presenta la figura de nueve mujeres con diferente volumen corporal que incrementan progresivamente de tamaño (Salinas, 2015).

De este modo, el 45% de mujeres encuestadas consideraron que un cuerpo ideal correspondía a un Índice de Masa Corporal (IMC) de 19 considerado como bajo peso. Otro 21% indicó que la imagen que

representaba un IMC de 21 también era considerada como un peso normal. Sin embargo, el 89% de las mujeres considero que su cuerpo no representa al estándar de cuerpo ideal escogido individualmente, así mismo, el 76% de las jóvenes respondió no estar conforme con el aspecto de su cuerpo y un 55% de las mujeres desearon ser más delgadas. Por lo tanto, se pudo concluir que existía una frustración por parte de mujeres que sienten que su tipo de belleza no es representativa, de este modo, la dependencia a la belleza y delgadez se convierten en factores de riesgo para practicar actividades dañinas a la salud que tienen un fin únicamente estético (Salinas, 2015).

En ese sentido, las autoevaluaciones negativas pueden conducir a la Interiorización del Ideal Estético de la Delgadez (IIED) que consisten en manifestaciones conductuales de belleza establecidos por la sociedad que se ajusten al seguimiento de dichos ideales. Dentro de estas sobresalen las Conductas Alimentarias de Riesgo (CAR) que potencializan desarrollar un Trastorno de Conducta Alimentaria (TCA) como, atracones de comida en poco tiempo con sensación de pérdida de control, conductas purgativas (vómito, consumo de laxantes y diuréticos), y restrictivas (ayunos, dietas, ejercicio en exceso y consumo de fármacos para adelgazar) (Saucedo-Molina et al., 2021).

Tal es el caso señalado en la Universidad de Burgos, España, donde fueron encuestados 561 estudiantes de los cuales 321 eran mujeres. Las escalas aplicadas en este estudio median, por un lado, la obsesión por la delgadez donde el 17.6% de la muestra registró una puntuación por encima del nivel crítico, siendo el 13.4% perteneciente a las mujeres. Por otro lado, se evaluó la insatisfacción corporal, y cuyos resultados mostraron una alta presencia del rasgo (58.0%) siendo el 37.4% mujeres. Otros factores asociados son los indicadores conductuales, los cuales muestran que las mujeres suelen presentar con mayor frecuencia estas conductas, teniendo diferencias significativas al provocarse vomito, purgarse o utilizar laxantes. Por lo tanto, estos resultados muestran que la insatisfacción corporal y la preocupación por el peso son más prevalentes en mujeres que en varones y que estos deberán ser derivados por la presencia de obsesión por la delgadez y patrones de alimentación problemáticos (Escolar-Llamazares et al., 2017).

Ahora bien, ya se han mencionado los factores socioculturales que resultan relevantes al momento de hablar de TCA, pues estos, logran llevar a los individuos a experimentar distintas presiones respecto a la búsqueda de un determinado ideal corporal. Si bien, las mujeres jóvenes constantemente sufren un

enfrenamiento consigo mismas en la búsqueda de su identidad, durante este proceso suelen adoptarse comportamientos y prácticas poco sanas para la salud, convirtiendo a la mujer en un grupo vulnerable por el contacto que vive con los medios de comunicación, los cuales con frecuencia suelen promover un modelo corporal poco realista e incluso casi imposible de alcanzar. Uno de los elementos relevantes es el referido al rol de género y el cómo este es transmitido a través de los medios de comunicación, estereotipando un estilo de cuerpo ideal (Escandón-Nagel et al., 2020). De este modo, la publicidad juega un papel importante ante la influencia social, ya que a través de ella se muestran cuerpos cada vez más inalcanzables, por lo tanto, las mujeres, muestran mayor afectación por querer alcanzar estos tipos de cuerpos. Por lo que, la apariencia corporal toma gran sentido y relevancia, ya que suscita que el cuerpo se encuentre en continua revisión y transformación (Valenzuela y Melendez, 2018).

En ese sentido, en la Ciudad de Monterrey, México se encuestó a 206 mujeres de las cuales el 79% mencionó sentir insatisfacción corporal, el 62% refirió sentir preocupación por su peso y el 72% malestar corporal, condiciones que fueron fomentadas por la publicidad, modelos sociales y situaciones sociales, de este modo se concluye que las influencias sociales tienen un impacto significativo en la imagen corporal y que los mensajes verbales tienen un impacto en las mujeres (Venegas y González, 2020).

Por lo anterior, se puede identificar que la influencia del modelo estético corporal promovida por los medios de comunicación provoca en las mujeres una alteración de la percepción de su imagen corporal y por lo tanto insatisfacción corporal; es decir, al promoverse un modelo de extrema delgadez por los medios de comunicación que tienen un alto impacto e influencia en el comportamiento y gustos de la población femenina, da lugar a que ellas perciban que su imagen no es la ideal, pues no es similar a la que se da a entender como sinónimo de éxito. Así mismo la difusión de ideales estéticos femeninos implica transformaciones y adaptaciones a los cambios sociales, de este modo la relación que existe entre la belleza y la moda se entiende desde elementos como, tener por objeto común la mujer; la moda la belleza es determinante, por lo que resulta prioridad resaltar ideales de perfeccionamiento de la figura corporal y la belleza exige armonía, cualidad a la que contribuye la moda (Cobo y Acuna, 2019).

Sin embargo, se ha mostrado que la preocupación por el cuerpo no es algo particular de las personas jóvenes, mujeres, o que sufran un trastorno alimentario, como la anorexia o la bulimia, sino que cada

vez es mayor el número de personas, que muestran insatisfacción con su cuerpo (Fernández et al., 2019). De este modo se puede decir que los estándares de belleza promovidos de manera global por los medios de comunicación crean en la mente de las personas un ideal de belleza a alcanzar y cuando este ideal no es conseguido o alcanzado, se da lugar a los problemas de aceptación, lo que genera el desarrollo de trastornos de conducta alimentaria e incluso de salud mental, que claramente se convierten en un problema de salud mundial.

Si bien, el problema de la extrema delgadez como belleza lleva muchos años y han sido numerosos los estudios que han reflejado el descontento de las mujeres con su peso (González-Capcha, 2022), resulta importante realizar un estudio donde se identifique la percepción sobre la delgadez y el ideal femenino en mujeres universitarias, es por ello que el objetivo del presente estudio fue determinar la relación entre los modelos estéticos en la insatisfacción corporal por categoría de IMC en mujeres universitarias, de igual manera se valora la influencia que ejercen los medios de comunicación en la transmisión de los modelos estéticos.

METODOLOGIA

Se realizó un estudio cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo descriptivo y transversal. La muestra estuvo conformada por 101 mujeres estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de México con edades que oscilaban entre 18 a 28 años. El muestreo fue no probabilístico de forma intencional.

El instrumento utilizado fue el Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal (CIMEC) creado por Toro, Salamero y Martínez, el cual evalúa la influencia de los agentes y situaciones sociales en las que se promueve el modelo estético de delgadez, así como la influencia de los modelos estéticos corporales y las situaciones sociales sobre el modelo de delgadez. Está conformado por 40 preguntas directas que evalúan la ansiedad por la imagen corporal, la influencia de los modelos sociales y la influencia de las situaciones sociales, mismas que son divididas en cinco factores: 1) malestar por la imagen corporal, 2) influencia de la publicidad, 3) influencia de los mensajes no verbales, 4) influencia de los modelos sociales, 5) influencia de las situaciones sociales. Su puntuación máxima es de 80 y la mínima de 0, una mayor puntuación denota una mayor influencia de los modelos sociales. El instrumento tiene una confiabilidad del coeficiente del Alpha de Cronbach de 0.94 (Vázquez, et al.,

2000). Adicionalmente, se les pregunto acerca del tipo y tiempo que utilizaban las redes sociales y razones para usarlas.

Para el análisis estadístico se realizaron estadísticos descriptivos y análisis comparativo de los niveles de insatisfacción corporal de acuerdo con el Índice de Masa Corporal (IMC) con las variables de interés (bajo peso, normal, sobre peso y obesidad), adicionalmente se realizaron pruebas *T* para muestras relacionadas. Se utilizó el programa estadístico Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versión 21.0.

Se consideraron los principios de voluntariedad y confidencialidad de la información a través de la lectura y firma de un consentimiento informado en el que se especificó el objetivo y contenido del instrumento, beneficios, confidencialidad, riesgos y voluntariedad de participación.

RESULTADOS

Los resultados descriptivos muestran que la edad promedio de las participantes es de 20.87 (DE = 6.6), una estatura promedio de 1.54 (DE = .26) metros, un peso promedio de 44.49 (DE = 28.25) kilogramos y un IMC promedio de 17.88 (DE = 11.0) kilogramo/talla². Con respecto a la clasificación del IMC la mayoría de las participantes se categoriza en normal (43.8%) y solo el 1.6% presentaba obesidad.

En cuanto a las variables acerca del uso de redes sociales se encontró que las más usada era Facebook (50.8%), seguida de Tik Tok (27.6%) y solo el 5.7% indico no utilizar alguna red social. Con respecto al tiempo de uso el 53.7% las usa de dos a tres horas, 31.4% más de tres horas y 14.9% menos de una hora. Finalmente, acerca de las razones de uso el 71.6% las usa para ver y compartir memes, 11.6% para obtener información sobre ejercicios y dietas y 11.9% para compararse con otros cuerpos.

En relación, a la influencia de modelos estéticos sociales de acuerdo con las categorías del IMC se observó que las mujeres que tienen sobrepeso (85.7%) y obesidad (100%) son las que tienen mayor influencia (Tabla 1).

Tabla 1. Influencia de modelos estéticos sociales por categoría de IMC

Categoría de IMC	Con influencia de los modelos estéticos sociales	Sin influencia de los modelos estéticos sociales
	(%)	(%)
Bajo peso	21.1	78.9
Peso normal	50	50
Sobrepeso	87.5	12.5
Obesidad	100	0

Nota: IMC = Índice de Masa Corporal

De igual manera se analizó la influencia de los modelos sociales por categoría de IMC lo que mostró que el 75% de las participantes con sobrepeso y el 100% con obesidad tienen una mayor influencia (Tabla 2).

Tabla 2. Influencia de modelos sociales por categoría de IMC

Categoría de IMC	Con influencia de los modelos sociales	Sin influencia de los modelos sociales
	(%)	(%)
Bajo peso	5.3	94.7
Peso normal	21.4	78.6
Sobrepeso	75	25
Obesidad	100	0

Nota: IMC = Índice de Masa Corporal

Asimismo, se analizó la presencia de malestar corporal por categoría de IMC encontrando que el 56.2% de las participantes con sobrepeso y el 100% con obesidad lo presentan (Tabla 3).

Tabla 3. Malestar corporal por categoría de IMC

Categoría de IMC	Con malestar corporal	Sin malestar corporal
	(%)	(%)
Bajo peso	26.3	73.7
Peso normal	42.9	57.2
Sobrepeso	56.2	43.8
Obesidad	100	0

Nota: IMC = Índice de Masa Corporal

También se realizó el análisis de cada uno de los factores del CIMEC, lo que indicó que la población se encuentra mayormente preocupada por igualar su figura corporal a los modelos sociales de delgadez ($M = .77$, $DE = .49$), así como al interés que despiertan los cuerpos de los modelos publicitarios. Mientras que en el caso de la influencia que despierta la publicidad de productos adelgazantes ($M = .50$, $DE = .48$) no se identifica dispersión con respecto a la media (Tabla 4).

Tabla 4. Media y desviación estándar de los factores del CIMEC

	Factor 1. Malestar por la imagen corporal	Factor II. Influencia de la publicidad	Factor III. Influencia de los mensajes verbales	Factor IV. Influencia de los modelos sociales	Factor V. Influencia de las situaciones sociales
Media	.77	.50	.59	.72	.61
Desviación estándar	.49	.48	.58	.49	.47

Por último, para determinar si existe relación del tiempo del uso de redes sociales y el malestar corporal se realizó una prueba T para muestras relacionadas, lo que demostró que si existen diferencias estadísticamente significativas ($t = 7.5$, $p = .000$).

DISCUSION

A lo largo de esta investigación se identificó que diferentes autores abordan este tema desde edades más jóvenes (12-15 años) donde se resalta que esta problemática comienza a reflejarse en esta etapa debido a los cambios y adaptaciones que se dan durante la adolescencia. Sin embargo, la población universitaria también se encuentra afectada por esta problemática, y, aunque la investigación respecto a este grupo poblacional es menor algunos autores despiertan interés por identificar cuáles son las causas que generan la insatisfacción corporal y demostrar que independientemente de la edad que se tenga, la mujer siempre se encuentra en un grado de descontento con su cuerpo.

Con respecto a la comparación de los niveles de insatisfacción corporal de acuerdo con el IMC de las participantes. Se observó que, aquellas mujeres con IMC categorizado en sobrepeso (56.2%) y obesidad (100%) son las que tienen mayor influencia de los modelos estéticos sociales. Este resultado concuerda con el estudio de Salinas (2015) que reportó que las mujeres identificaban como un cuerpo ideal los que presentaban IMC menores a 21. Por lo que las mujeres que participaron en el estudio

indicaron deseos de ser más delgadas. De igual manera los resultados difieren con lo reportado por Escolar y colaboradores (2017), quienes también realizaron un estudio en población universitaria y donde el 37.4% mostraron insatisfacción corporal, siendo un porcentaje bajo de insatisfacción con respecto al reportado en el presente estudio.

Por otra parte, se analizaron las asociaciones del malestar corporal con el IMC. Los resultados encontrados en esta investigación indicaron que a mayor insatisfacción con el propio cuerpo fueron también quienes presentaban mayor IMC. Con base en la revisión de la literatura efectuada inicialmente se encontraron estudios con resultados similares en insatisfacción corporal e índice de masa corporal, como es el caso del estudio de Venegas y González (2020), antes mencionado.

Por otro lado, el análisis de cada factor del CIMEC, indicó que las universitarias se encuentran mayormente preocupada por igualar su figura corporal a los modelos sociales de delgadez, siendo el malestar corporal y la influencia de los modelos sociales los factores con mayor influencia, es decir que la población se ve afectada por la apariencia física y esta misma se ve modificada por el uso de los medios sociales, en este caso las redes sociales. Si bien en la presente investigación, el principal motivo para usarlas fue para ver y compartir memes, el 20% reportó que si la utilizaba para ver y conseguir información de dietas y ejercicios. Lo anterior concuerda con lo encontrado por Venegas y González (2020) que indicaron que la insatisfacción corporal se ve fomentada por la publicidad, modelos y situaciones sociales.

Es importante mencionar que esta investigación contó con ciertas limitaciones debido a que se consideró que es necesario realizar más preguntas para determinar si existe otro tipo de influencia en el desarrollo de la imagen corporal en las mujeres, es decir, si existen factores que determinan la imagen corporal y no solamente la influencia de los medios y el uso de las redes sociales. Si bien son dos factores determinantes en la imagen corporal creemos que existe más variables que determinan la imagen corporal de las mujeres.

CONCLUSIONES

Se ha mencionado que las jóvenes siguen un ideal de belleza en el que las expectativas respecto al peso y la figura representan un sinónimo de aceptación y valoración hacia a ellas mismas y con la sociedad, por lo tanto, el grado de insatisfacción hacia sus cuerpos va en aumento generando pensamientos que

no van de acuerdo a lo que ven en su cuerpo, debido a que se encuentran en búsqueda de igualar un estándar establecido por los medios sociales y de comunicación, y aunque la mayoría de las jóvenes se encuentran conscientes de que estos ideales de belleza pueden ser en cierto punto inalcanzables y que podrían aparentar un mejor nivel de vida y éxito como se le ha impuesto a la mujer en los últimos años, la búsqueda de un cuerpo delgado y estético transforma esta característica en un rasgo personal sobrevalorado.

En el caso de este estudio se pudo determinar que las mujeres con grado de sobrepeso y obesidad presentan mayor insatisfacción y malestar corporal, sin embargo, aquellas universitarias que tienen un peso establecido como normal de acuerdo a su estatura, también se encuentran en descontento con lo que representa su imagen. Por lo anterior, podemos decir que una mujer siempre está en búsqueda de un cuerpo ideal, sin importar si es “flaca o gorda” siempre existirá un punto en que no se sienta socialmente bella y aceptada. Considerando que estos estándares suelen ser pasajeros y que un día ser “flaca” es lo último de la moda y al siguiente “tener curvas” se ve estéticamente mejor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanco, L., Tristán, J., Mayorga-Vega, D. y Ornelas, M. (2016). Insatisfacción corporal en universitarios mexicanos deportistas y no deportistas. *Retos*, 30. 168-170.
<https://doi.org/10.47197/retos.v0i30.50216>
- Cobo, E. y Acuna, O. (2019). Belleza, moda y elegancia en Colombia vista a través de la revista Cromos, 1916- 1929. *Tzintzun. Revista de Estudios Históricos*, 70(julio-diciembre). 87-120.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/treh/n70/0188-2872-tzintzun-70-00087.pdf>
- Escandón-Nagel, N., Garrido-Rubilar, G., Hernández-Oyarce, F., y Muñoz-Pérez, C. (2021). Obsesión por la delgadez y la musculatura en mujeres, un estudio transcultural: Comparación entre Chile y España. *Revista Chilena de Nutrición*, 48(5), 669-677. <https://doi.org/10.4067/s0717-75182021000500669>
- Escolar-Llamazares, M., Martínez, M., González, M., Medina, M., Mercado, E. y Lara, F. (2017). Factores de riesgo de los trastornos alimentarios en estudiantes universitarios: Estimación de la vulnerabilidad por sexo y edad. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 8(2), 105-112. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2017.05.003>



- Fernández, M., Feu, S., Suárez, M., y Suárez, A. (2019). Satisfacción e índice de masa corporal y su influencia en el autoconcepto físico. *Revista Española de Salud Pública*. 93(14). e1-14. <https://scielo.isciii.es/pdf/resp/v93/1135-5727-resp-93-e201908058.pdf>
- González-Navarro, Y. (2018). *La Violencia Estética en el Cuerpo Femenino como Expresión de la Identidad de las Mujeres: Un Estudio desde las Representaciones Sociales construidas por un Grupo de Mujeres Madres del Cantón de Palmares, durante el Año 2017-2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica sede de Occidente]. <https://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/tfglic-sr/tfg-l-sr-2018-04.pdf>
- González-Capcha, A. (2022). *Los cuerpos curvy en redes sociales. Aceptación o estigma*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54897/TFG-N.%201948.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guadarrama-Guadarrama, R., Hernández-Navar, J. y Veytia-López, M. (2018). “Cómo me percibo y cómo me gustaría ser”: un estudio sobre la imagen corporal de los adolescentes mexicanos. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5(1). 37-43. <https://doi.org/10.21134/rpcna.2018.05.1.5>
- Izquierdo-Cárdenas, S., Caycho-Rodríguez, T., Barboza-Palomino, M. y Reyes-Bossio. (2021). Insatisfacción corporal en mujeres universitarias: nuevas evidencias psicométricas del Body Shape Questionnaire de 14 ítems (BSQ-14). *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 21(2). 112-126. <https://doi.org/10.6018/cpd.432521>
- Parillo, P., y Troncoso, M. (2019) *Influencia de la red social Instagram en la percepción de la imagen corporal en adolescentes*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica San Pablo]. <https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/60ef7d9e-be38-4b0e-a6a7-5d7596f8f261/content>
- Pérez-Lugo, A., Gabino-Campos, M. y Baile, J. (2016). Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza Mexicana. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(1). 40-45. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.02.001>

- Saffon, S. y Saldarriaga, L. (2014). La internalización de ideal de delgadez: factor de riesgo de alteraciones de la imagen corporal y los hábitos de alimentación, generado por la influencia de pares. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 6(1),75-90.
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v6n1/v6n1a06.pdf>
- Salinas, D. (2015). Estándares de belleza y cultura en la manifestación de anorexia en jóvenes del Corregimiento de Bellavista en Ciudad de Panamá. *Punto Cero*, 20(31). 35-54.
http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v20n31/v20n31_a05.pdf
- Saucedo-Molina, T., Martínez, L. y Bautista-Díaz, M. (2021). Riesgo para desarrollar interiorización del ideal estético de la delgadez en adolescentes mexicanas. *Interdisciplinaria*, 38(3), 155-168. <https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.3.9>
- Soto, M., Marín, B., Aguinaga, I., Guillén-Grima, F., Serrano, I., Canga, N., Hermoso de Mendoza, J. Stock, C., Kraemer, A. y Annan, J. (2015). Análisis de la percepción de la imagen corporal que tienen los estudiantes universitarios de Navarra. *Nutrición Hospitalaria*, 31(5). 2269-2275. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.31.5.7418>
- Valenzuela, M. y Melendez, J. (2018). Concepciones y valoraciones del cuerpo en jóvenes del Noroeste de México. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 9(1). 45-56.
<https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2018.1.456>
- Vázquez, R., Álvarez, G. y Mancilla, J. (2000). Consistencia interna y estructura factorial del Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC), en población mexicana. *Salud Mental*, 23(6). 18-24.
- Venegas, K. y González, M. (2020). Influencias sociales en un modelo de insatisfacción corporal, preocupación por el peso y malestar corporal en mujeres mexicanas. *Acta Colombiana de Psicología*, 23(1), 7-27. <https://doi.org/10.14718/acp.2020.23.1.2>