

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



**La internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en
mujeres adolescentes de Lima**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL EN PSICOLOGÍA CON
MENCIÓN EN PSICOLOGÍA CLÍNICA**

AUTORA

Sandra Buse Montero

ASESORA

Silvana Melissa Romero Saletti

LIMA PERÚ

2019

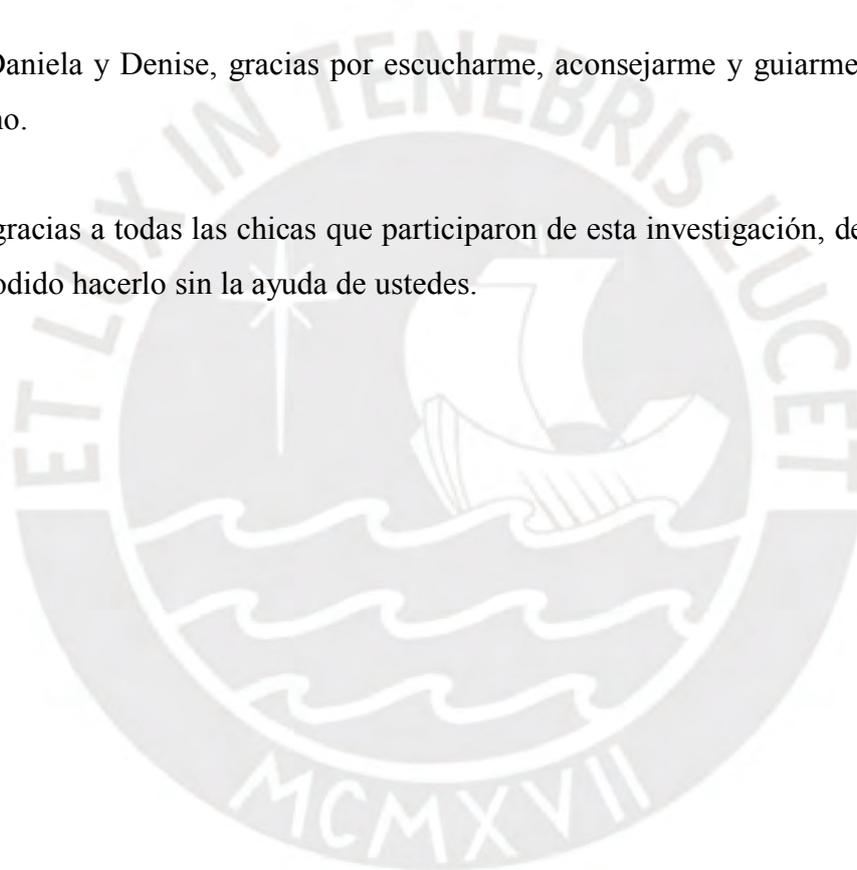
Agradecimientos

Quisiera comenzar agradeciendo a Silvana, mi asesora, por acompañarme durante todo el proceso de realización de la tesis, apoyándome y ayudándome siempre con la mejor actitud. Gracias por darme todos tus grandes aportes que hicieron que pueda terminar con éxito este proyecto de investigación.

A mi familia, gracias por siempre alentarme y celebrar los pequeños logros conmigo; por apoyarme en esta etapa y por siempre estar ahí en los momentos más importantes.

A Richard, Daniela y Denise, gracias por escucharme, aconsejarme y guiarme a lo largo de todo el camino.

Finalmente, gracias a todas las chicas que participaron de esta investigación, definitivamente no hubiese podido hacerlo sin la ayuda de ustedes.



Resumen

La internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en mujeres adolescentes de Lima

La presente investigación busca identificar si existe una relación entre la internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en 109 adolescentes mujeres entre 14 y 18 años de Lima, Perú. Con este propósito, se utilizó el *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire 4* (SATAQ-4) y el *Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS) con alumnas de tercero, cuarto y quinto de secundaria de un colegio solo de mujeres. Respecto a los resultados, se encontró que las áreas de la auto-cosificación, vigilancia y vergüenza corporal, correlacionaron de manera directa con todas las áreas del SATAQ-4. En cuanto a los objetivos específicos, se encontraron correlaciones significativas y directas entre la auto-cosificación, internalización de ideales de belleza y, los contenidos de redes sociales que fueron considerados por las adolescentes como los favoritos; además se obtuvieron diferencias significativas en las áreas de las pruebas en función a la publicación de *selfies* y/o fotos donde se expone el cuerpo, en redes sociales. Finalmente, se encontraron pocas evidencias estadísticas respecto a la relación entre la auto-cosificación y la frecuencia de uso de redes sociales. Se puede concluir que si existe una relación entre la internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación en mujeres adolescentes.

Palabras Clave: Ideales de belleza, auto-cosificación del cuerpo, redes sociales, adolescencia.

Abstract

The internalization of beauty ideals and self-objectification in adolescent girls from Lima

The aim of the present study is to identify whether there is a relationship between the internalization of beauty ideals and self-objectification in 109 adolescent girls from Lima, Peru. In order to develop the study, the *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire 4* (SATAQ-4) and the *Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS) were applied in a sample of secondary students of form three, four and five of an all-girls school. The results show direct correlations between the areas of self-objectification, body shame and body surveillance, and the areas of the SATAQ-4. On the other hand, regarding the specific objectives of the investigation, it was found that both questionnaires had positive correlations with the content of social media, who where selected by the participants as their favorites. Furthermore, there were significant differences found in self-objectification and internalization of beauty ideals between the girls who posted or not *selfies* and photos where their bodies were exposed on social media. Finally a small correlation was found concerning the relationship between self-objectification and social-media usage. As a conclusion, it can be stated that there appears to be an existent relationship between the internalization of beauty ideals and self-objectification in adolescent girls.

Key words: Beauty ideals, self-objectification, social media, adolescence.

Tabla de contenidos

Introducción	1
Método	11
Participantes	11
Medición	12
Procedimiento	15
Análisis de datos	15
Resultados	17
Discusión	21
Referencias	33
Apéndices	41
Apéndice A: Consentimiento informado para participantes	41
Apéndice B: Circular para padres	42
Apéndice C: Ficha de datos	43
Apéndice D: Análisis de confiabilidad	46
Apéndice E: Prueba de normalidad	48

Introducción

A lo largo de los años se ha puesto en evidencia el rol de los medios de comunicación, tales como redes sociales, televisión, internet, entre otros, en la exposición y estandarización de los ideales de belleza; los cuales han llevado a una construcción, muchas veces irreal, de la belleza (Poulisis, 2011; Saffon y Saldarriaga, 2014; Talbot, Gavin, van Steen y Morey, 2017). Además, nos encontramos en una época caracterizada por un creciente culto al cuerpo y a la imagen, sobre todo respecto al cuerpo femenino; una sociedad del espectáculo, definida por la belleza, la juventud y la delgadez (Guerrero, 2015).

Con respecto a esto, se evidencia que la base de la internalización de estos ideales se encuentra en presiones sociales para conformarse con paradigmas de atracción física, influencia de pares y representaciones de belleza (Perloff, 2014; Poulisis, 2011). Esto coloca un mayor énfasis en lo externo en lugar de lo interno, resultando, por ejemplo, en insatisfacción corporal y objetivación o cosificación del cuerpo (Fredrickson y Roberts, 1997; Makwana, Lee, Parkin y Farmer, 2018). Estos estereotipos de belleza, de delgadez extrema o el cuerpo de “modelo”, sumados a factores tanto familiares como personales, están generando mayores incidencias de Trastornos de la Conducta Alimenticia (TCA) (Palpán, Jiménez, Garay y Jimenez, 2007; Striegel-Moore, Silberstein, y Rodin, 1986), como la anorexia, bulimia, trastornos por atracón, entre otros. Incluso, se están generando nuevos cuadros sintomatológicos, los cuales si bien aún no han sido calificados propiamente como trastornos según manuales diagnósticos, no dejan de ser conductas preocupantes y distorsionadas frente a la comida (*alcohorexia, ortorexia nerviosa, vigorexia, diabulimia*, etc., para una explicación más detallada ver a Poulisis, 2011). Además, se ha comprobado que la edad de inicio de los TCA en general, es cada vez menor, encontrándose casos de niñas y niños menores a los 10 años (Katzman y Golden, 2009).

Siguiendo esta línea, a pesar de que lo mencionado anteriormente puede impactar a todas las personas expuestas a dichos ideales, esto resulta particularmente cierto en adolescentes. Esto debido a que, en primer lugar, los avances tecnológicos están generando desconexión con los estados físicos, como el dormir y comer, así como una sobre estimulación sensorial, la cual promueve una necesidad de gratificación inmediata y una intolerancia a la frustración (Ayuso y Parra, 2004; Balardini, 2002). De esta manera, se evidencia una disminución en la conciencia interoceptiva (Garner, Olmstead y Polivy, 1983; Herbert, Herbert y Pollatos, 2011); es decir, en la confianza para reconocer e identificar con

precisión las propias emociones y sensaciones de hambre y saciedad (Dio Bleichmar, 2000), siendo esta un indicador sintomatológico de TCA.

En segundo lugar, hoy en día la presión sociocultural para los y las adolescentes es cada vez mayor, donde a través de las relaciones interpersonales y la influencia de los medios de comunicación, se pone en evidencia el culto al cuerpo existente en la sociedad actual (Levine y Piran, 2004; Poulisis, 2011; Rosado, 2013). Así, se evidencia que, en tanto la delgadez carga un valor de belleza, triunfo, prestigio y aceptación total, se considera que la búsqueda de la perfección corporal es sinónimo de realización personal (Carrillo, 2005; Chasler, 2016).

La adolescencia es una etapa donde se realizan esfuerzos para entenderse a uno mismo, a través de la exploración de la identidad, de los rumbos de vida, así como de la propia imagen y esquema corporal (Salazar, 2008). Además, los y las adolescentes resultan ser más vulnerables al impacto del internet y redes sociales en tanto tienden de manera recurrente a la comparación con su grupo de pares (Alperstein, 2015; Carrillo, 2005; Makwana et al., 2018); sobre todo, respecto a la imagen corporal, la cual se va construyendo a nivel cognitivo a raíz de su valoración y componente social (Salazar, 2008). Lo mencionado, sumado a estructuras de personalidad más frágiles o de autoestima más bajas, actúan como una puerta de fácil acceso para los desórdenes alimenticios (Carrillo, 2005). Inclusive, se plantea que la aceptación y el aspecto físico son dos elementos esenciales en la adolescencia debido a su fuerte relación con la autoestima (Krauskopf, 2002 citado en Salazar, 2008).

Es bajo este contexto donde la influencia de los ideales de belleza en las personas, de manera más específica en los y las adolescentes, cobra suma importancia. De este modo, dichos ideales refieren a estándares culturales de aquello que es considerado bello, que en la actualidad se encuentra cargado de ideales de delgadez y tonificación, también denominado *fitness* (Tiggemann y Miller, 2010). Además, implica el grado en que un individuo incorpora el ideal sociocultural del “cuerpo perfecto” dentro de su propio ideal corporal (Dittmar, 2009).

A lo largo de los años, los cánones de belleza, tanto femenina como masculina, han ido cambiando (Poulisis, 2011). Por ejemplo, en la edad media se consideraba bello todo aquello que implicaba proporción, es decir, los cuerpos armoniosos, en tanto la hermosura estaba asociada a la religión, la iluminación y la creación; mientras que con el pasar de los años, esto fue cambiando, encontrándose épocas donde la gordura era sinónimo de salud, por lo que la delgadez era vista como una enfermedad (Cabrera, 2010; Saloma, 2000; Muñoz,

2014). Sin embargo, hoy lo bello se asocia a cuerpos andróginos donde coexiste la delgadez y la ambigüedad sexual (Poulisis, 2011); mientras que la gordura ha dejado de ser un símbolo de éxito para tomar una función de diferenciación social (Bañuelos, 2008). Ejemplos así abundan en la historia, pero lo que resulta indispensable mencionar es que la belleza es un concepto cambiante, de constante evolución e indudablemente subjetivo, que genera tal impacto en las personas, que sin importar la época, uno busca conformarse constantemente con dicho ideal de belleza (Striegel-Moore et al., 1986).

Asimismo, cabe mencionar la evolución de los últimos años con respecto a los ideales de belleza; donde el modelo de delgadez extrema está siendo suplantado por uno de tonicidad, mejor conocido como un modelo *fitness*. Este último, a diferencia del primero, que resalta la delgadez extrema, se enfoca en mantener un estilo de vida saludable por su efecto a nivel estético corporal (Talbot, et al., 2017). A pesar que originalmente se pensaba que esta era una opción con mejores efectos a nivel de salud, actualmente está siendo sumamente criticada debido a que estudios han demostrado que los efectos del ideal *fit*, pueden tener iguales repercusiones en la imagen corporal, autoestima, estado del ánimo, entre otros, que el ideal de delgadez (Benton y Karaszia, 2015; Chasler, 2016; Dignard, 2017). Todo ello en tanto ahora se plantea que las personas, además de tener la presión de encajar en los ideales de delgadez, deben también poseer músculos marcados y abdómenes tonificados (Gruber, 2007).

Estos ideales de belleza mencionados, se asocian a dos conceptos comúnmente conocidos en las redes sociales como *thinspiration* y *fitspiration* (Chasler, 2016). En ambos casos, el objetivo de los usuarios es compartir imágenes en una plataforma virtual para generar un impacto de inspiración en quienes las observan. En el caso de *thinspiration*, se busca orientar al observador hacia la delgadez, mientras que en *fitspiration*, hacia un cuerpo *fit*, musculoso y tonificado (Dignard, 2017; Talbot, et al., 2017; Zicavo, 2013). Este último componente ha sido identificado como una alternativa orientada a la salud, en contraste con *thinspiration*, en tanto alienta a su público a hacer ejercicio y comer sano (Tiggeman y Zaccardo, 2016). Sin embargo, los mismos autores denotan que tanto la delgadez como la tonificación son dos componentes comunes en las imágenes de este movimiento *fitness*, lo que cuestiona el grado de alternativa saludable del *fitspiration*.

Es importante mencionar que los ideales de belleza expuestos en los medios de comunicación hacen referencia a mujeres y hombres considerados ajenos a uno, siendo muchas veces percibidos como inalcanzables. Sin embargo, en las redes sociales, tales como *Facebook* e *Instagram*, las personas son capaces de exponerse en las plataformas virtuales

frente a todos, sean conocidos o no (Wagner, Aguirre y Sumner, 2016), permitiendo con mayor facilidad, una comparación entre pares y viendo los ideales de belleza como un objetivo más alcanzable, generando por ende, mayor disconformidad con la propia imagen corporal (Dignard, 2017; McLean, Paxton, Wertheim y Masters, 2015). Además, las jóvenes hoy en día saben que la mirada del otro se centra en sus cuerpos, por lo que se preparan para ser observadas (Zicavo, 2013). Suelen pensar que poseen una audiencia, dirigiéndose a esta como protagonistas (Sibilia, 2008), razón por la cual el grado de aceptación que uno tiene, se ve reflejado a través del número de *likes* y comentarios que reciben las fotos publicadas en las redes sociales (Guerrero, 2015). Así, se evidencia una fantasía constante y hasta colectiva en la sociedad, de que un cuerpo que se asemeja al ideal es la solución para todos los problemas (Zicavo, 2013).

Por otro lado, debido al auge en las tecnologías y programas de edición de fotos, cada vez se utilizan más aplicaciones como *photoshop* para la edición de los cuerpos, resultando en una enajenación del propio cuerpo así como en un aumento de la disconformidad con el mismo (Makwana et al., 2018; McLean et al., 2015); a manera de ejemplo, se denota que la edición y retoque de fotos se encuentra en el 99% de las revistas publicitarias (Poulisis, 2011). Además, en redes sociales como Instagram, donde el uso de los filtros para mejorar la calidad de las fotos es considerado la norma, se hace más evidente el aumento de la preocupación por la imagen corporal (Dignard, 2017; Tiggemann y Slater, 2013). Adicionalmente, Bañuelos (2008) agrega que debido a que en la actualidad vivimos como esclavos del cuerpo, la edición del mismo se está realizando en un plano más allá de las imágenes, a través de cirugías plásticas; plantea que se recurre a estas como mecanismo inmediato o remedio para no aceptar el cuerpo ordinario.

De esta manera, estudios respecto al tema en cuestión sugieren que incluso el simple acto de ver imágenes categorizadas como *fitspiration* en redes sociales como Instagram, puede llevar a conductas no saludables con respecto a la comida y el deporte, así como efectos a nivel de autoestima, imagen corporal y ánimo (Holland y Tiggemann, 2016; Tiggemann y Zaccardo, 2016). Además, a través de una comparación entre blogs de *fitspiration* y *thinspiration*, se ha encontrado que en ambos casos, los mensajes dirigidos a los observadores son los mismos: preocupación por la apariencia, ideales de delgadez, nutrición y conductas alimenticias desadaptativas (Boepple y Thompson, 2014).

Otros estudios plantean que la exposición, tanto a imágenes de cuerpos delgados, como tonificados y musculosos, aumentan los sentimientos negativos de las personas hacia sus propios cuerpos, generando insatisfacción por la propia imagen corporal (Dittmar,

Halliwell, y Stirling, 2009; Grabe, Ward, y Hyde, 2008; Harrison y Fredrickson, 2003; Santarossa, Coyne, Lisinsky y Woodruff, 2016; Tiggemann y Slater, 2017).

Por otra parte, otro concepto que se ha visto asociado de manera recurrente con la imagen corporal y su insatisfacción, así como con los ideales de belleza, sobre todo internalizados, es la noción de cosificación del cuerpo (Deane, 2017; Fitzsimmons-Craft, et al., 2012); además de encontrarse en estudios, asociaciones de este mismo con depresión, baja autoestima, disconformidad sexual, entre otros (Moya-Garófano, Megías, Rodríguez-Bailón, y Moya 2017).

De este modo, en la sociedad actual se muestra constantemente, cómo es que el valor de las personas está sujeto a su utilidad; en el caso de las mujeres, por ejemplo, en relación al valor sexual que estas representan, exhibido no solo en los medios de comunicación, redes sociales y publicidad, sino también en las interacciones del día a día (Calogero, 2012; Luengas y Velandia-Morales, 2012 citado en Moya-Garófano et al 2017). Fredrickson y Roberts (1997) plantearon la teoría de la cosificación (*objectification theory*), la cual refiere a “la experiencia de ser tratada como un cuerpo (o una colección de partes del cuerpo), valorado predominantemente para su uso (o consumo) por parte de otros” (p.174). Resulta importante agregar que a pesar que lo mencionado se ve sobre todo presente en el caso de mujeres, no excluye la posibilidad que los hombres, en menor medida, también puedan ser producto de cosificación sexual (Urdangarin, 2015).

Asimismo, se plantea que la constante exposición a ideales de belleza y delgadez, los cuales resaltan la característica de objeto sexual en las mujeres, podría estar llevando a una internalización de esta cosificación sexual, influyendo en la autopercepción de la persona (Calogero, 2012). De esta idea se deriva el concepto de auto-cosificación, también conocido como *self-objectification*, donde a causa de la constante mirada de la mujer como objeto, estas adoptan la perspectiva de observadoras externas a sí mismas, considerándose como un cuerpo al cual mirar (Moya-Garófano et al., 2017); es decir, la mirada internalizada del self como objeto. Adicionalmente, se ha demostrado que la auto-cosificación, así como el constante monitoreo de la propia imagen corporal, se relaciona directamente con actitudes distorsionadas del comer, las cuales son explicadas por una ansiedad subyacente a la imagen corporal y una vergüenza al propio cuerpo (Calogero, 2012).

Toda esta cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación, se ha visto relacionada con un aumento de la importancia otorgada a la belleza y apariencia física en la propia definición del autoconcepto y autovalía; generando de esta manera, mayores índices de vergüenza corporal (Szymanski, Moffitt y Carr, 2011). Este concepto viene

cargado de emociones negativas frente al propio cuerpo como resultado de la comparación con los estándares socioculturales (Fredrickson y Roberts 1997), los cuales fomentan que las mujeres deban corregir sus cuerpos para poder obtener apreciación, aceptación y éxito social (Losada, Leonardelli y Magliola, 2015). Además, teorías feministas afirman que debido a que la cultura promueve estándares de belleza femeninos que uno interioriza como propios, y que por lo tanto considera necesarios de alcanzar, las mujeres crecen aprendiendo que sus cuerpos son objetos para ser mirados (Moya-Garófano et al., 2017); todo ello genera sensaciones de insatisfacción e inseguridad cuando estos no pueden ser alcanzados debido a su grado de irrealidad.

Del mismo modo, resulta importante mencionar que de la auto-cosificación se desprende la noción de conciencia del cuerpo cosificado; la cual hace referencia no solo a la experiencia del cuerpo como objeto, sino también a los pensamientos que la acompañan. Inclusive, existen actualmente medidas de evaluación para dicho concepto, tales como el *Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS), elaborada en 1996 por McKinley y Hyde. De esta manera, cabe resaltar que del concepto de conciencia del cuerpo cosificado, se desprenden tres componentes importantes: la vigilancia corporal, la vergüenza corporal y las creencias de control de la apariencia (Moya-Garófano et al., 2017).

En cuanto al primero, este se basa en la idea de que debido a que las mujeres son vistas como objetos sexuales, esto las lleva a una constante auto-vigilancia de su cuerpo con el objetivo de cumplir con los cánones de belleza establecidos (Claudat, 2013); inclusive, se plantea como una manifestación cognitiva conductual de la cosificación en sí (Slater y Tiggeman, 2010). Es decir, la constante comparación con cuerpos socialmente deseables auto-cosifica a las mujeres, llevándolas a la auto-vigilancia (Urdangarin, 2015). Con respecto a la vergüenza corporal, esta se define como la percepción que uno tiene de creer que no puede alcanzar los ideales de belleza internalizados (Claudat, 2013; Moya-Garófano et al., 2017); mientras que las creencias de control de la apariencia, evalúan el grado en que las mujeres consideran que pueden controlar el aspecto de su cuerpo para que se ajuste a los modelos estéticos (Moya-Garófano et al., 2017).

Con respecto a esto último, destaca el hecho que tanto la vigilancia como la vergüenza corporal, se han visto relacionadas con la presencia de TCA, así como con el miedo a engordar y una menor autoestima corporal. Sin embargo, una mayor presencia de creencias de control del cuerpo se asocia con comportamientos dirigidos al control de la apariencia, tales como el uso de maquillaje y ropa para verse más delgada, así como con una mayor

práctica de ejercicio físico con el fin de controlar el peso (McKinley y Hyde, 1996; Moya-Garófano et al., 2017).

Resulta importante mencionar que Urdangarin (2015) plantea que dado que el atractivo físico es el mejor predictor de la autoestima en las mujeres, esta última queda sometida a elementos tan variables y externos como la apariencia; la cual se encuentra en algunos casos, ajenos al control. Así, se reitera que son las adolescentes mujeres, las que sufren un mayor impacto mediante la cosificación, que los varones.

Sobre la base de dicha teoría, se ha denotado que la auto-cosificación se relaciona con una disminución en el bienestar de las mujeres, una baja autoestima corporal, depresión, vergüenza corporal, disminución de sensaciones corporales internas como hambre, disfunción sexual, así como con el posible desarrollo de TCA (Moya-Garófano et al 2017; Szymanski, et al., 2011); todo ello en tanto lleva a un aumento de la ansiedad sobre la apariencia física y un temor a cómo será visto y evaluado el cuerpo por los otros (Fredrickson y Roberts, 1997). Además, estas sensaciones de insatisfacción están aumentando los deseos por modificar y esculpir el cuerpo, tanto virtualmente a través de redes sociales y programas de *photoshop*, como también en la vida real a través de las cirugías estéticas (Calogero, Pina, Park, y Rahemtulla, 2010; Moya-Garófano et al., 2017; Poulisis, 2011).

Estudios han demostrado que es a través de la vigilancia corporal que las mujeres perciben una discrepancia entre lo que observan de sí mismas y lo que les gustaría ser; es decir, entre su yo actual y su yo ideal, resultando en mayores niveles de insatisfacción con la imagen corporal (Fitzsimmons-Craft et al., 2012). Asimismo, la auto-cosificación, en particular el componente de vigilancia corporal, actúa como mediador entre la relación de los ideales de delgadez internalizados y la insatisfacción corporal de mujeres universitarias (Fitzsimmons-Craft et al., 2012; Myers y Crowther, 2007).

Por otro lado, las investigaciones relacionadas al tema en cuestión realizadas en Latinoamérica, incluyendo el Perú, son escasas, pero resulta ser un área de estudio de creciente interés. Así, se encuentran investigaciones centradas en el rol de la cosificación sexual en los medios de comunicación, tales como la televisión *reality*, publicidad, comerciales de televisión, etc. (Bueno, 2017; Sotelo y Domínguez, 2014; Zicavo, 2013), donde se plantea que la imagen de la mujer se reproduce en todos estos medios ya que, al estar cosificada, vende; demostrando de esta manera, la cultura machista (Sotelo y Domínguez, 2014). Sin embargo, Bueno (2017) exhibe que la cosificación del cuerpo no se limita únicamente a la conducta masculina, sino que implica una participación femenina, reflejando así, la conciencia de auto-cosificación.

Otros estudios han explorado el rol que juega la cosificación de la imagen femenina en la insatisfacción corporal de las mujeres y en el desarrollo de TCA (Araya, 2006; Losada et al., 2015; Suárez, 2017); determinando que en la actualidad, las mujeres adolescentes, al encontrarse en un sistema androcéntrico y sexista, donde la cosificación de la imagen femenina tiene un rol tan importante, este actúa como factor de riesgo para el desarrollo de TCA en el grupo mencionado (Araya, 2006). Además, Suárez (2017) denota que la cosificación del cuerpo parte de una idea patriarcal que afecta a la mujer, tanto física como mentalmente, en tanto le impone exigencias y límites sociales, contribuyendo a la dictadura del cuerpo.

Adicionalmente, Guerrero (2015) describe, desde un enfoque de género, la representación virtual de las mujeres en las redes sociales, de manera más específica, *Facebook*. De este modo, plantea que las mujeres, a diferencia de los hombres, se encuentran socialmente más exigidas a preocuparse por su apariencia física, para luego exhibirse; administrando su imagen corporal en las redes sociales, como si fuesen una marca.

A partir de todo lo mencionado, se considera que la realización del presente estudio es de suma importancia, ya que si bien se conocen los efectos negativos que tienen los ideales de belleza en la satisfacción corporal y desarrollo de TCA, así como el rol que juegan los medios de comunicación en la auto-cosificación del cuerpo de la mujer, son muy pocos, e inclusive nulos en el contexto peruano, las investigaciones enfocadas en estudiar la relación entre estas variables.

Resulta importante tomar en cuenta que, en el Perú, en el 2007, se encontró que el 4.5% de las mujeres adolescentes entre 11 y 18 años presentan una obsesión por la delgadez y el 1.5% insatisfacción corporal; mientras que, en el caso de los hombres, es el 2.2% y 0.7% respectivamente (Instituto Nacional de Salud Mental, 2012). Adicionalmente, en el 2017 se halló que la tendencia a desarrollar problemas alimentarios tiene una prevalencia más alta en las áreas urbanas del país en contraste con las rurales y que esta es mayor en Lima Metropolitana, encontrándose mayor prevalencia entre las mujeres (7.1%) que entre los hombres (4.9%) (Ministerio de Salud del Perú, 2017).

Además, considerando que en la actualidad el uso de las redes sociales, sobre todo en adolescentes, está aumentando de manera significativa y, los contenidos expuestos están recargados de ideales de belleza irreales (Poulisis, 2011; Saffon y Saldarriaga, 2014; Talbot et al., 2017), influyendo así en la propia autopercepción y autovaloración de la imagen corporal (Benton y Karazsia, 2015; Dignard, 2017), se hace más relevante estudiar estos constructos en la muestra de mujeres adolescentes.

Por lo tanto, a partir de lo expuesto, el objetivo de la presente investigación es identificar si existe una relación entre la internalización de los ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en adolescentes mujeres de Lima. De manera más específica, se buscará identificar si la auto-cosificación y la internalización de ideales de belleza son mayores en función a las preferencias en redes sociales, y finalmente, se investigará si existe una relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y las áreas de la auto-cosificación.

Para ello, se realizará una investigación cuantitativa que permita recoger información sobre la relación entre las variables mencionadas, mediante la aplicación de instrumentos en adolescentes mujeres de Lima Metropolitana en un único momento del tiempo.





Método

Participantes

La muestra estuvo conformada por 109 adolescentes mujeres de tercero, cuarto y quinto de secundaria de una escuela privada de Lima Metropolitana. Las edades de las participantes estuvieron comprendidas entre los 14 y 18 años ($M = 15.6$ años; $DS = 1.21$ años). En relación al grado de instrucción, se halló que 46.8% se encontraba en tercero de secundaria, 22.9% en cuarto y 30.3% en quinto.

Del mismo modo, en base a la talla y peso reportado por las participantes, se calculó el Índice de Masa Corporal (IMC), encontrando que el 69.7% de las participantes tiene un peso normal, 26.6% bajo peso, y 2.8% sobrepeso. Además, el 58.7% considera que su peso actual no es el ideal, y el 37.6% de la población se encuentra haciendo dieta actualmente, siendo el objetivo más común, para bajar de peso. Adicionalmente, el 84.4% realiza ejercicio físico, siendo la razón más frecuente, para estar más saludable; de estos, el 47.7% realiza educación física en el colegio, el 43.1% cardio, 24.8% de la muestra entrena para alguna selección, el 22.0% hace clases grupales intensas, como KO, HIT, steps, spinning, etc., el 21.1% pesas o máquinas, 6.4% participa de clases grupales como yoga y pilates, y el 25.7% realiza otro tipo de ejercicio físico.

Por otra parte, el 99.1% de la muestra posee un Smartphone y el 100% utiliza redes sociales, sobre todo Instagram (97.2%), Whatsapp (95.4%), Snapchat (76.1%) y Facebook (59.6%). Además, la mayor parte de las participantes se conecta a las redes sociales con una frecuencia promedio de 3.93 horas diarias. Asimismo, con respecto al contenido visitado en las redes sociales, el más frecuentado es viajes y paisajes, seguido de moda, belleza, deporte y comida saludable. Por último, en cuanto al uso de Instagram específicamente, las participantes reportaron tener un promedio de 575 seguidores de sus perfiles y colgar sobre todo fotos en grupo (61.5%), paisajes (43.1%), *selfies* (35.8) y fotos donde se expone el cuerpo (24.8%).

En todos los casos la participación fue libre, voluntaria y con lectura previa y firma de un consentimiento informado (Apéndice A). Dicho consentimiento explicitaba el anonimato de la información recolectada, así como la privacidad de los datos, tanto de las adolescentes, como del colegio. Cabe indicar que previo a ello, se envió una circular a los padres pidiéndoles que indiquen si otorgaban el permiso a las alumnas para participar (Apéndice B). Los datos sociodemográficos fueron recogidos a partir de una ficha de datos (Apéndice C).

Medición

Para la medición de la internalización de los ideales de belleza, se utilizó el *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire 4* (SATAQ-4, Schaefer, et al., 2014); un cuestionario con el objetivo de medir los factores socioculturales que contribuyen a la aceptación de los ideales de apariencia, tanto la internalización de los mismos como las presiones relacionadas con la apariencia.

La prueba consta de 22 ítems comprendidos en cinco áreas; dos sub-escalas que se refieren a la internalización de los ideales: internalización del ideal de delgadez, el cual implica el deseo de tener un cuerpo con poca grasa corporal (5 ítems), e internalización del ideal de muscularidad, el cual refiere al deseo de tener un cuerpo tonificado y atlético (5 ítems), y además, tres sub-escalas que refieren a las presiones con las que cuentan: presiones familiares (4 ítems), de los compañeros (4 ítems) y de los medios (4 ítems). Los ítems de la prueba tienen una opción de respuesta tipo Likert de 5 puntos (“Totalmente de desacuerdo”, “En Desacuerdo”, “Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo”, “De Acuerdo” y “Totalmente de Acuerdo”).

El cuestionario SATAQ-4, en su versión original, fue desarrollado en inglés por Schaefer y colaboradores (2014) con el fin de evaluar de manera más específica la internalización de los ideales de belleza en hombres y mujeres (ideales de delgadez y muscularidad) a diferencia de las versiones previas de las pruebas, las cuales tenían como objetivo la evaluación de los factores de riesgo socioculturales para la insatisfacción corporal y desórdenes alimenticios. En esta versión, tras la realización de un análisis factorial exploratorio, seguido de uno confirmatorio, con muestras de 425 y 434 mujeres de pregrado respectivamente, se identificó que la prueba estaba compuesta por cinco factores, los mencionados en líneas anteriores (CFI = .96, RMSEA = .06). Por otro lado, se obtuvieron altos indicadores de consistencia interna, con alfas de Cronbach oscilando entre .87 y .95 según las sub-escalas de la prueba, además de buenas evidencias de validez convergente con las siguientes pruebas: *Eating Disorder Examination–Questionnaire* (EDE-Q), *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire–Appearance Evaluation subscale* (MBSRQ-AE) y *el Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES).

La prueba ha sido validada y adaptada con éxito en distintos contextos y poblaciones, por ejemplo, España (Llorente et al., 2015), Perú (Zevallos, 2017; Coz, Flores, Guerrero, Luna y Majluf, 2015), Japón (Yamamiya et al., 2016), entre otros. En el caso de la adaptación al contexto peruano, se tomó como base la versión española y se realizaron modificaciones mínimas con respecto a la redacción de los ítems. Luego de ello, se procedió a la validación

de la prueba, con una muestra de 484 mujeres universitarias, con una edad media de 19.7 años ($DS = 2.23$). Se encontraron buenas evidencias de validez y confiabilidad, reportando una buena confiabilidad test-retest luego de una semana (.83), así como una alta consistencia interna, con un alfa de Cronbach de .90, con valores comprendidos entre .82 y .95 para las sub-escalas de la prueba. Así también, se hallaron adecuadas evidencias de validez convergente con el *Body Shape Questionnaire* (.70). Finalmente, el análisis factorial confirmatorio apoyó la estructura original de cinco factores tanto de la prueba en su versión original, con adecuados índices de ajuste ($CFI = .898$; $TLI = .882$; $RMSA = .087$) (Zevallos, 2017).

Asimismo, existe una versión de la prueba realizada en una universidad privada de Lima (Coz et al., 2015), que se basa en la versión Española. Obtuvo resultados satisfactorios tras ser aplicada a una muestra universitaria de 160 participantes. Tras un análisis factorial exploratorio, utilizando el método de factorización de ejes principales con rotación Promax, se encontraron cargas factoriales adecuadas, mayores a .40 para los cinco factores revelados. Además, se reportaron alfas de Cronbach entre .82 y .91 para las sub-escalas de la prueba, así como correlaciones ítem-test con valores mayores a .30 en todos los casos, siendo estos adecuados. Esta versión fue utilizada en la presente investigación. Se encontraron adecuadas evidencias de confiabilidad, con alfas de Cronbach de .91 para el puntaje total de la prueba y valores que oscilaron entre .80 y .91 para las sub-escalas de la misma (ver Apéndice D1).

Por otro lado, en cuanto a la medición de la auto-cosificación del cuerpo, se utilizó el *Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS, McKinley y Hyde, 1996); un cuestionario destinado a medir la conciencia del cuerpo cosificado de mujeres jóvenes. Esta prueba, en su versión original en inglés, está conformada por tres subescalas: *Body Surveillance* (Vigilancia Corporal), *Body Shame* (Vergüenza Corporal) y *Appearance Control Beliefs* (Creencias de Control de la Apariencia). La prueba consta de 24 ítems, 8 por área, con un formato de respuesta de tipo Likert de 7 puntos, el cual va desde “Totalmente de desacuerdo” hasta “Totalmente de Acuerdo”, cuenta con un punto medio (Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo), así como una opción adicional de “No Aplica”.

En la versión original de la prueba, McKinley y Hyde (1996) realizaron tres estudios con mujeres universitarias, donde se evaluaron las propiedades psicométricas del instrumento para finalmente contar con una prueba validada. En el primer estudio, se trabajó con 121 mujeres con edades comprendidas entre los 17 y 39 años ($M = 20.0$; $DS = 3.61$). Inicialmente se creó una prueba con 69 ítems, donde luego de un análisis factorial exploratorio, se seleccionaron los 24 ítems que ahora la componen de acuerdo a las tres sub-escalas. En el

segundo estudio, se realizó un análisis factorial confirmatorio con una muestra de 278 mujeres entre 17 y 22 años ($M = 18.41$; $DS = .72$), donde se validó la estructura de tres factores. Por último, en el tercer estudio, realizado con 103 mujeres entre los 18 y 21 años ($M = 18.75$; $DS = .74$), se hallaron adecuadas evidencias de validez por consistencia interna, con alfas de Cronbach comprendidos entre .68 y .89 según las sub-escalas. Además, se reportaron buenas confiabilidades test-retest luego de dos semanas (.79, .79 y .73 para vigilancia corporal, vergüenza corporal y creencias del control de la apariencia, respectivamente).

Adicionalmente, la prueba ha sido validada en diversos contextos, tales como España (Moya Garófano et al., 2017) e Italia (Dakanalis, Timko, Clerici, Riva y Carrà, 2015), siendo traducida y adaptada de acuerdo a la población de estudio. En el caso de la validación italiana, esta fue realizada con una muestra tanto clínica como no clínica de adolescentes, teniendo como objetivo llenar los espacios vacíos de investigación en relación a la prueba y, comprobar su validez. Se realizaron tres estudios, uno inicial con población de adolescentes, el segundo con población clínica y finalmente uno que integraba las variables previas. Con respecto a la adaptación en adolescentes, se utilizó una muestra de 1,259 adolescentes de ambos sexos, de entre 13 y 18 años ($M = 14.96$; $DS = 1.31$). A través de un análisis factorial exploratorio, seguido de uno confirmatorio, se encontraron tres factores que componen la prueba ($CFI = .969$; $RMSEA = .053$), los mismos de la versión original y, se hallaron buenas evidencias de validez por consistencia interna, con alfas de Cronbach oscilando entre .80 y .86 para las sub-áreas de la prueba.

En cuanto a la validación en el contexto español (Moya Garófano et al., 2017), se encontraron adecuadas propiedades psicométricas, incluso similares a la versión original en inglés. Para la adaptación de la prueba, se procedió en primer lugar, a la traducción de la misma a través de dos traductores independientes (traducción y “back translation”) y luego una puesta en común para afinar la precisión de los ítems. A través de dos estudios, con muestras de 218 y 201 alumnos de pregrado con edades comprendidas entre los 17 y 31, se encontró una alta consistencia interna, con alfas de Cronbach de .73 y .68 para la sub-escala de Vigilancia Corporal, .84 y .82 para Vergüenza Corporal y, .66 y .75 para Creencias de Control de la Apariencia, respectivamente. Así también, se reportaron buenos valores de correlación ítem-test corregidas, a excepción del ítem 4, el cual tuvo un valor de .16, pero en general se encontró variabilidad y discriminación en los ítems. Además, se hallaron adecuadas evidencias de validez convergente, con el *Self-monitoring Scale*, el *Enjoyment of Sexualization Scale* (ESS), el *Self-Objectification Questionnaire* (SOQ) y el *Interpersonal Sexual Objectification Scale* (ISOS). Finalmente, tras un análisis factorial exploratorio

seguido de uno confirmatorio, se encontraron solo tres factores comprendidos en la prueba (CFI = .98; RMSEA = .033; TLI = .974), lo cual se encuentra en concordancia con la propuesta original. Esta es la versión que se utilizó en la presente investigación.

Para fines del presente estudio, se realizaron correlaciones solo con las primeras dos áreas de OBCS, vigilancia y vergüenza corporal, debido a que la tercera área, creencias del control de la apariencia, no contaba con adecuadas evidencias de confiabilidad ni correlacionaba de manera significativa con ninguna las áreas del SATAQ-4. Es importante mencionar que se trabajó con una buena confiabilidad del área vergüenza corporal, con un alfa de Cronbach de .76, y en el caso de la vigilancia corporal de .60, habiendo neutralizado los ítems 7, 18 y 20 (ver Apéndice D2).

Procedimiento

En primer lugar, se realizó el contacto con el colegio para conseguir el permiso de aplicación. En este, se acordó que la realización sería durante la hora de recreo y con el consentimiento tanto de las alumnas como de los padres. Para ello, se envió una circular previamente a los padres (Apéndice B), con todos los detalles de la investigación, así como con el contacto de la evaluadora, con el objetivo de que los padres se encuentren debidamente informados previo a la aplicación.

Una vez obtenidos los permisos, se procedió a la coordinación de las fechas de aplicación, las cuales se dieron de manera grupal, por salones de clases, en setiembre del 2018. La resolución de los cuestionarios estuvo prevista para durar un máximo de 30 minutos.

Análisis de datos

Luego de la aplicación de las pruebas, toda la información obtenida fue ingresada a una base de datos en el programa SPSS, versión 24 para la realización de los análisis estadísticos. En primera instancia se obtuvieron las frecuencias y datos descriptivos para analizar el grupo de participantes, así como la confiabilidad por consistencia interna de todos los instrumentos, mediante el alfa de Cronbach, esperando alfas mayores a 0.7 según el criterio de George y Mallery (2003). En segundo lugar, se procedió a analizar la normalidad de las puntuaciones con el contraste de Kolmogorov y Smirnov, encontrándose que, para el caso del objetivo general, la mayoría de las distribuciones no se desviaban significativamente de la normalidad, procediendo a realizar correlaciones bivariadas entre los factores del OBCS y el SATAQ-4, mediante el estadístico r de Pearson. Posteriormente, y luego de realizar los

análisis de la normalidad para las puntuaciones, se buscó la correlación de Pearson entre los contenidos expuestos en las redes sociales y las diversas sub-áreas de las pruebas y, se realizaron contrastes no paramétricos de U-Mann Whitney para responder al primer objetivo específico. Finalmente, para identificar la relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y las áreas de la auto-cosificación, se realizaron correlaciones de Pearson entre cantidad de horas, frecuencia de uso, y las áreas de la auto-cosificación, así como contrastes no paramétricos a través de la prueba de Kruskal Wallis y U-Mann Whitney.



Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos, respondiendo a los objetivos planteados en la presente investigación. Para responder al objetivo general, primero se realizaron las pruebas de normalidad correspondientes, para luego proceder a correlacionar las sub-áreas de ambas pruebas. Como se observa en la tabla 1, el área de vigilancia corporal obtuvo correlaciones directas, tanto pequeñas, como medianas y altas, con todas las áreas de la prueba de internalización de ideales (SATAQ-4), mientras que el área de vergüenza corporal, obtuvo correlaciones directas, medianas y grandes.

Tabla 1

Correlaciones entre las áreas de la internalización de ideales y la auto-cosificación

	Ideal Atlético	Ideal Delgadez	Presiones Medios	Presiones Familia	Presiones Compañeros	Puntaje Total
Vigilancia Corporal	.32**	.62**	.65**	.23*	.38**	.61**
Vergüenza Corporal	.45**	.66**	.59**	.47**	.52**	.74**

* $p < .05$, ** $p < .01$

Por otro lado, en relación al primer objetivo específico, se buscó determinar si la auto-cosificación y la internalización de ideales de belleza eran mayores en función a las preferencias en redes sociales (ver tabla 2). Respecto a los perfiles visitados en redes sociales, con contenidos tanto de moda, como de belleza, se observan correlaciones directas, pequeñas y medianas con algunas áreas del SATAQ-4 y del OBCS; donde a mayor exposición a contenidos de moda en redes sociales, mayor la internalización de actitudes socioculturales, sobre todo del ideal de delgadez y presión de los medios, así como mayor vigilancia corporal. En cuanto a los perfiles con contenido de deporte en las redes sociales, se observaron correlaciones directas y medianas con la internalización del ideal atlético, mientras que directas y pequeñas con el ideal de delgadez y el puntaje total de la prueba SATAQ-4. Finalmente, en lo que se refiere al contenido de comida saludable en redes sociales, se obtuvieron correlaciones directas, medianas y altas con todas las sub áreas de ambas pruebas, a excepción de las presiones provenientes de la familia.

Tabla 2

Correlaciones entre los contenidos en redes sociales, las áreas de la internalización de ideales y la auto-cosificación

	SATAQ-4					OBCS		
	Ideal Atlético	Ideal Delgadez	Presiones Medios	Presiones Familia	Presiones Compañeros	Puntaje Total	Vigilancia Corporal	Vergüenza Corporal
Moda	.03	.25**	.31**	.06	.11	.22*	.39**	.08
Belleza	-.07	.24*	.37**	.07	.09	.20*	.38**	-.03
Deporte	.44**	.22*	.17	.03	.04	.25**	.05	.09
Comida Saludable	.44**	.62**	.62**	.16	.34**	.61**	.41**	.42**

* $p < .05$, ** $p < .01$

Además, se realizaron los análisis descriptivos y un contraste de U-Mann Whitney (ver tabla 3) para conocer si existían diferencias significativas entre las áreas de las pruebas en función a si *posteaban* o no *selfies* en las redes sociales. Así, se encontró que las adolescentes que *postean selfies*, en contraste con las que no, internalizan en mayor medida los ideales de delgadez y *fitness*, se ven más influenciados por las actitudes socioculturales, las presiones de los medios y los compañeros y, presentan mayor vigilancia y vergüenza corporal.

Tabla 3

Diferencia de medianas en los ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo según posteo de selfies

	No (n=63)	Si (n=39)	U	Z	p
	Mdn	Mdn			
Ideal Atlético	11	14	888.00	-2.35	.019
Ideal Delgadez	16	19	778.50	-3.11	.002
Presiones Medios	12	15	825.00	-2.79	.005
Presiones Familia	9	8	1213.50	-0.10	.917
Presiones Compañeros	7	9	909.50	-2.21	.027
Puntaje Total	56	65	843.00	-2.66	.008
Vigilancia Corporal	22	25	838.00	-2.69	.007
Vergüenza Corporal	26	31	905.00	-2.23	.026

Asimismo, se realizaron los mismos análisis descriptivos y contraste de U-Mann Whitney (ver tabla 4) para explorar si la auto-cosificación e internalización de ideales de belleza variaban en función a si las adolescentes *postean* o no, fotos en donde se expone su cuerpo. De este modo, encontrándose diferencias significativas a nivel de internalización del ideal atlético, del ideal de delgadez, y las presiones provenientes de los medios; siendo estos mayores en quienes publican el tipo de imágenes antes mencionadas.

Tabla 4

Diferencias de medianas en los ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo según posteo de fotos donde se expone el cuerpo

	No (n=75)	Si (n=27)	U	Z	p
	Mdn	Mdn			
Ideal Atlético	12	13	748.50	-2.01	.045
Ideal Delgadez	17	19	703.50	-2.35	.019
Presiones Medios	12	14	683.50	-2.50	.012
Presiones Familia	9	8	853.00	-1.21	.225
Presiones Compañeros	7	9	850.00	-1.24	.215
Puntaje Total	57	65	767.00	-1.86	.062
Vigilancia Corporal	22	25	822.50	-1.44	.149
Vergüenza Corporal	27	27	910.50	-0.77	.439

Finalmente, con respecto al segundo objetivo específico, se buscó comprobar si existía una relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y las áreas de la auto-cosificación. Para ello, se realizaron una serie de análisis estadísticos, correlaciones bivariadas y comparaciones de medias independientes a través de pruebas de U-Mann Whitney y Kruskal Wallis, donde solo se obtuvo una correlación pequeña y directa ($r = .22$; $p < .05$) entre la cantidad de horas diarias destinadas al uso de redes sociales y la vigilancia corporal.



Discusión

En la presente sección, se discuten los resultados obtenidos en la investigación, para lo cual se exponen las implicancias de los hallazgos en base a los objetivos de estudio propuestos. En primer lugar, se describe la relación encontrada entre la internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo, haciendo referencia por un lado, a los cinco factores que componen el instrumento de actitudes socioculturales hacia la apariencia, y por otro lado, la vigilancia y la vergüenza corporal. En segundo lugar, se discuten las diferencias en la auto-cosificación y la internalización de ideales de belleza en función a las preferencias en redes sociales. Finalmente se expone si existe una relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y las áreas de la auto-cosificación.

Con respecto al objetivo general, se encontró que la auto-cosificación de la mujer, en sus factores de vigilancia y vergüenza corporal, se halla directa y fuertemente relacionada con las actitudes socioculturales hacia la apariencia. Esto podría reflejar que la presión social por alcanzar dichos ideales de belleza, promovida por los diferentes contextos (familia, pares y medios de comunicación), podría estar contribuyendo a que se internalicen e instalen en los sistemas de creencias de las adolescentes, quienes harían todo lo necesario para alcanzarlos (Saffon y Saldarriaga, 2014). Así, los estudios indican que los esfuerzos por cumplir con los estándares socioculturales de belleza traerían consigo consecuencias negativas como el constante monitoreo del cuerpo, mayor insatisfacción y vergüenza corporal, y otras de índole más patológica, como son los TCA y de manera más específica, la bulimia y anorexia nerviosa (Boone, Soenens, y Braet, 2011; Saffon y Saldarriaga, 2014).

En esta misma línea, se obtuvieron correlaciones directas entre los factores de la auto-cosificación, vigilancia y vergüenza corporal, y la internalización de ideales de belleza, tanto el ideal atlético o *fit*, como el ideal de delgadez o *thin*, y este último, en mayor medida. Respecto a esta última relación, se observa que la auto-cosificación podría estar actuando como el producto resultante de la internalización del ideal de delgadez, de modo que al estar este instaurado en las creencias de la adolescente, recurre a conductas de auto-monitoreo y vigilancia del propio cuerpo con el objetivo de estar al alcance del modelo de belleza (Fitzsimmons-Craft, et al., 2012). Es así que, al ser la adolescente consciente de no estar a la altura del ideal, podría surgir un descontento con la propia imagen, resultando en vergüenza corporal.

Por otra parte, en cuanto a la relación entre la auto-cosificación y la internalización del ideal atlético, se obtuvieron correlaciones directas y medianas; indicando que mientras el

ideal de belleza de la persona se encuentre cargado de valoraciones en torno al cuerpo atlético, mayor será la auto-vigilancia, y en mayor medida, la vergüenza corporal. Esto podría reflejar que la auto-cosificación se encuentra presente en la medida en que la búsqueda de un cuerpo *fit* se encuentra motivado por un ideal de apariencia o belleza, más no por un genuino deseo de sentirse bien y estar más saludable (Chasler, 2016). Sobre todo, ya que la auto-cosificación implica que uno se considera como un cuerpo al cual mirar, enfocándose más en la imagen observable que en la función del mismo (Moya-Garófano et al., 2017).

Así también, se observa que las correlaciones enfocadas en el ideal de delgadez parecen ser más fuertes que las del ideal atlético con respecto a la auto-cosificación, por lo cual se podría hipotetizar que a pesar de que los ideales de belleza están cambiando con el tiempo, a través de un incremento de importancia al concepto *fitness*, aún predomina un interés por los cuerpos delgados. El ideal *thin* tiene como objetivo inspirar a las mujeres a adelgazar. Sin embargo, cuando este es internalizado, se relaciona en mayor medida con la vigilancia y vergüenza del propio cuerpo. Por otro lado, el ideal *fit*, busca que uno adopte hábitos más saludables de ejercicio y alimentación y se relaciona con conductas más adaptativas con respecto a la apariencia y la autopercepción del cuerpo (Dignard, 2017). No obstante, cabe resaltar que el ideal *fit* también correlaciona con la auto-cosificación, aunque en menor medida, ya que las imágenes y mensajes que transmite este ideal (*fitspiration*), igual muestran un cuerpo no solo tonificado, sino delgado, presionando a las adolescentes a cumplir con el requisito de delgadez como principal componente, previo a los músculos tonificados y/o abdómenes marcados (Chasler, 2016).

Resulta importante mencionar que, a nivel de la internalización de ideales de belleza, las correlaciones con la vergüenza corporal son mayores que las del factor de vigilancia corporal, denotando que la exposición y posterior internalización de ideales belleza se relacionan de manera más fuerte con la disconformidad con la propia imagen corporal que con la actitud de vigilancia. En la medida en que la adolescente internaliza un ideal de belleza, este se transforma en un propósito personal para alcanzar (Saffon y Saldarriaga, 2014) que desencadena conductas de todo tipo para buscar parecerse al ideal. Sin embargo, al percibir que no se alcanzan los estándares establecidos, se genera una mayor vergüenza corporal (Szymanski, et al., 2011). De este modo, se podría cuestionar y, en estudios futuros explorar, hasta qué punto la vigilancia corporal juega un rol moderador entre la internalización de los ideales de belleza y la vergüenza corporal. Además, al ser la vergüenza una emoción reconocida desde etapas tempranas de la vida, producida a partir de la evaluación de uno mismo en función a ideales culturales y/o internalizados (Claudat, 2013;

Fredrickson y Roberts 1997; Moya-Garófano et al., 2017), es más fácil de auto-identificar, reportar y por ende de medir.

Por otro lado, a partir de los análisis realizados, se encontraron correlaciones directas, medianas y altas entre las presiones socioculturales, de pares, familia y medios, y la auto-cosificación de mujeres adolescentes. En este sentido, los autores plantean que la internalización de los ideales de belleza es el resultado de la adopción de actitudes que son aprobadas por individuos o entidades significativas para uno, a través del reforzamiento social (Lieberman, Gauvin, Bukowski y White, 2001; Saffon y Saldarriaga, 2014). Por ello, al mostrar las supuestas expectativas de delgadez y *fitness* que tiene la sociedad respecto al cuerpo, peso y figura, a través de referentes significativos, las características físicas dejan de ser un atributo externo y pasan a ser un rasgo personal altamente valorado que representa el atractivo y el éxito (Losada et al., 2015; Riciardelli y McCabe, 2001, citado en Saffon y Saldarriaga, 2014) y genera un mayor impacto en la percepción que las adolescentes tienen sobre sus propios cuerpos, cuando creen no alcanzar el ideal.

De manera más específica, se observan correlaciones fuertes entre la presión obtenida por los medios de comunicación y la auto-cosificación. Respecto a esto, Tiggemann (2011) menciona que la familia, los pares y los medios son los influyentes más importantes en lo que refiere a la transmisión de ideales socioculturales; no obstante, resalta a los medios de comunicación como el referente más poderoso y persuasivo en la exposición de ideales de belleza. En este sentido, el mismo autor menciona que la exposición a revistas, programas de televisión, entre otros, con contenido de moda y belleza, se encuentra estrechamente relacionados con la internalización del ideal de delgadez, insatisfacción corporal y sintomatología de TCA, tanto en mujeres adolescentes, como adultas.

Cabe resaltar también, que en lo que concierne la presión de los medios, se obtuvieron correlaciones más fuertes con la vigilancia corporal en contraste con la vergüenza, a diferencia de las otras sub-áreas de la prueba. Ello podría relacionarse al hecho de que hoy en día las redes sociales, como *Instagram* o *Facebook*, son primordiales en los medios de comunicación, las cuales actúan como una plataforma virtual donde uno se expone frente a los otros, conocidos o no, y además permiten un mayor nivel de comparación, tanto con pares como con personas consideradas modelos a seguir (Wagner et al., 2016). Esto último permite percibir a los ideales de belleza como objetivos más alcanzables, dando lugar en mayor medida, a la comparación y a la vigilancia corporal.

Por otro lado, respecto a las presiones de los compañeros, se obtuvo una correlación alta con la vergüenza corporal y mediana con la vigilancia, contribuyendo a pensar que los

pares resultan ser referentes significativos a nivel del impacto de los ideales de belleza en la auto-cosificación del cuerpo. Ello refleja que las experiencias de los grupos de pares podrían estar moldeando los comportamientos y actitudes individuales sobre la imagen corporal, tanto de uno mismo, como de los otros, llegándose a establecer y generalizar, dentro del grupo de pares, los estándares de belleza aceptados y esperados por la sociedad (Saffon y Saldarriaga, 2014). De esta manera, el deseo de pertenecer a un grupo, tan característico de la adolescencia (Salazar, 2008), podría estar contribuyendo a que en un intento de ser aceptadas, las adolescentes recurran a conductas mal adaptativas con respecto a la imagen corporal y la alimentación.

Siguiendo esta línea, en cuanto a las presiones familiares sobre las actitudes socioculturales hacia la apariencia, se obtuvieron correlaciones pequeñas y medianas con la vigilancia y vergüenza corporal, respectivamente. Ello indica que a pesar de ser correlaciones más pequeñas en contraste con las presiones de los medios y de los pares, la familia sigue siendo un referente importante a nivel de relación con la auto-cosificación, y en mayor medida, con el subproceso de vergüenza corporal. En este sentido, se infiere que mientras más frecuentes sean los mensajes sobre el peso y la alimentación por parte de los padres, mayor será el impacto en la imagen corporal y en el deseo por estar delgadas (Calogero, Boroughs y Thompson, 2007). Además, diversos autores advierten que el uso de mensajes negativos hacia la imagen corporal, sean o no, intencionados, pueden sobre-enfatizar la importancia del peso y talla en las mujeres adolescentes; todo ello denotando que la percepción e interpretación de dicha comunicación negativa, es en realidad más importante que el mensaje en sí mismo, pudiendo conllevar a experimentar mayores niveles de culpa, insatisfacción y vergüenza sobre sus propios cuerpos (Curtis y Loomans, 2014; Hanna y Bond, 2006). De manera más específica, cabe resaltar que estos mensajes con respecto a la imagen corporal por parte de miembros de familia, incluyen comentarios críticos, mensajes que fomentan la realización de dietas restrictivas, así como bromas o comentarios sobre la apariencia de otros (Hardit y Hannum, 2012), los cuales incluso buscando ser positivos, pueden generar efectos negativos en la autopercepción (Curtis y Loomans, 2014).

De este modo, los autores afirman que la percepción de las hijas sobre la aprobación de su apariencia física por parte de sus familias con respecto a los ideales de belleza, resulta ser un factor importante para predecir la autoestima corporal, la cual se encuentra estrechamente relacionada a sintomatología de TCA (Calogero et al., 2007; Hanna y Bond, 2006; Kerbs, 2012).

Por otra parte, con respecto a los resultados obtenidos a partir del primer objetivo específico, se encuentra que, de manera general, las actitudes producto de la interiorización de influencias sociales e interpersonales sobre la imagen corporal, correlacionan de manera directa con los contenidos seleccionados por las adolescentes de la muestra como los más observados en redes sociales; correlaciones pequeñas con moda, belleza y deporte, y una correlación alta con contenido de comida saludable. Ello indica que la preferencia por ciertos contenidos en redes sociales, se encuentra relacionada con la internalización de los ideales de belleza, en particular el de delgadez, el cual es expuesto a partir de cualquiera de los contenidos investigados, moda, belleza, deporte y comida saludable, en tanto la imagen prototípica de la mujer en los medios es irrealmente delgada; influenciando así, la manera en la que las mujeres se sienten sobre sus propios cuerpos (Sands y Wardle, 2003). Además, los resultados obtenidos se encuentran estrechamente relacionados con lo planteado por otros autores, quienes refieren que la internalización de los ideales de belleza se encuentra directamente vinculado con casi todos los tipos de exposición mediática (Cohen, Newton-John y Slater, 2018; Vandebosch y Eggermont, 2012).

En cuanto al ideal de delgadez, en la línea de lo mencionado previamente, se encuentra que correlaciona de manera positiva y significativa con todos los contenidos de redes sociales y, denotando una relación más fuerte con la comida saludable. En este sentido, se aprecia el nivel de impacto del *thinspiration*, es decir, la tendencia actual en las redes sociales de orientar al observador hacia la delgadez. Del mismo modo, existen autores que plantean que la explotación de la imagen corporal de la mujer delgada en las redes sociales es una estrategia comercial de los diferentes sectores, tales como moda, alimentación y deporte (Aparicio-Martínez, Perea-Moreno, Martínez-Jiménez, Varo y Vaquero-Abellán, 2017; Madanat, Brown y Hawks, 2006), intentando llevar al consumidor, a través de la mujer, a la marca o producto. Sin embargo, ello conlleva a que se internalice el ideal de delgadez, sin darle mayor importancia al contenido y al objetivo de la publicación.

Por otro lado, a nivel de la internalización del ideal atlético o *fit*, los resultados son otros, en tanto solo se encontraron correlaciones medianas y directas con los contenidos de deporte y comida saludable. Ello se encuentra en la línea de la nueva tendencia de *fitspiration*, la cual consiste en orientar al observador a hacer ejercicio y comer sano a través de imágenes, videos o frases inspiradoras, que centran su atención en un cuerpo musculoso y tonificado (Chasler, 2016; Tiggeman y Zaccardo, 2016); lo cual se logra *posteando* y observando imágenes de comida sana y rutinas de entrenamiento (Torres, 2018).

Resulta importante mencionar que, a partir de los resultados, se observa que los medios de comunicación, en particular las redes sociales, aún exponen un ideal de belleza que se orienta más a la delgadez, que a la tonicidad y al modelo *fitness* (Chasler, 2016). De este modo, a pesar que las redes sociales, y en particular *Instagram*, exponen las tendencias en torno a los ideales de belleza, predomina el *thinspiration* sobre el *fitspiration*, en tanto se encuentra relacionado con más contenidos de redes sociales. Además, tomando en cuenta que la presente investigación estuvo enfocada en mujeres adolescentes, hay autores que plantean que las figuras atléticas pueden influir más en los hombres a diferencia de las mujeres, en las que aún prevalece el deseo por ser más delgadas (Aparicio-Martínez et al., 2017; Madanat et al., 2006).

En cuanto a las preferencias por ciertos contenidos en redes sociales en relación con las presiones de los medios, se observan correlaciones directas y medianas con la moda y belleza mientras que, a nivel de preferencia por contenido de comida saludable, se aprecian correlaciones medianas y altas con las presiones provenientes de los compañeros y de los medios, respectivamente. Esto podría indicar, que la internalización de los ideales de belleza es mayor, y proveniente de presión de los medios y compañeros, mientras más exposición tengan las adolescentes a contenidos de moda, belleza y comida saludable en las redes sociales. A raíz de ello, es importante resaltar que, debido a los algoritmos utilizados para programar las redes sociales, los contenidos o perfiles que uno observa habitualmente aparecen con mayor frecuencia en los *feeds*, es decir, en la página principal de la red social (Turner y Lefevre, 2017). De este modo, podemos cuestionarnos hasta qué punto la red social refuerza constantemente los contenidos observados que se encuentran alineados con los ideales de belleza internalizados. En esta línea, se ha observado que, con el crecimiento de las redes sociales, tales como *Instagram* y *Facebook*, también ha aumentado la comparación social en relación a los ideales de belleza, la cual ya no es exclusiva de celebridades y modelos, sino también de los grupos de pares (Scirrotto, 2016).

Asimismo, en lo que respecta a la auto-cosificación de las adolescentes, se observan correlaciones medianas y directas a nivel de vigilancia corporal con contenidos de moda, belleza y comida saludable, así como de este último con la vergüenza corporal. A nivel de vigilancia corporal, se plantea que las personas recurren a compararse con las imágenes a las que se ven más expuestas (Aziz, 2017), que como se ha mencionado anteriormente, reflejan usualmente cuerpos delgados sin importar el contenido objetivo de la publicidad (Aparicio-Martínez et al., 2017). En este sentido, en tanto las imágenes en redes sociales consisten de cuerpos delgados e idealizados, ello conlleva a asociar sentimientos negativos al comparar el

propio cuerpo con dichos estándares inalcanzables, influenciando así la propia autopercepción corporal (Aziz, 2017), es decir, pudiendo generar una mirada cosificada de uno mismo, así como mayor monitoreo y vergüenza con respecto a la apariencia (Vandenbosch y Eggermont, 2012).

Es importante hacer mención que la preferencia por contenidos de comida saludable resultó ser la variable con mayores y más fuertes correlaciones a nivel general, tanto en internalización de ideales de belleza, como en la auto-cosificación. Así, denotando que a pesar que el movimiento de comida saludable puede haber sido positivo en un inicio, incentivando a las personas a comer más frutas y verduras en lugar de alimentos procesados, diversos autores sostienen que puede también estar conllevando a conductas mal adaptativas respecto a la alimentación, así como TCA. En este sentido, se sostiene que en tanto las redes sociales permiten que uno seleccione qué cuentas seguir, fomenta también la continua exposición a los mismos contenidos, tendiendo así a adoptar conductas que tienen como fin alcanzar los ideales y comportamientos expuestos (Turner y Lefevre, 2017). Esto último conllevando nuevamente al cuestionamiento de si es que son las redes sociales las que generan la internalización y la auto-cosificación, o si por lo contrario, es que al estar ya internalizados los ideales de belleza, así como una auto-imagen cosificada, los contenidos de las redes sociales actúan como reforzadores de dichas creencias.

Siguiendo esta línea, en la presente investigación también se encontró que quienes cuelgan fotos donde se exhibe el cuerpo y/o *selfies*, presentan mayor internalización del ideal de delgadez, del ideal *fitness* y, presiones provenientes de los medios; es decir, quien tiene el ideal internalizado, siente la necesidad de *postear* más fotos. Esto se halla relacionado con lo planteado por Cohen y colaboradores (2018), quienes sostienen que el colgar imágenes en redes sociales puede ser percibido como un intento por las propias mujeres para tomar control sobre sus cuerpos. En esta línea, se encuentra que los usuarios en redes sociales tienden a colgar fotos con el objetivo de sentirse aceptados y aprobados, es decir, transmitir su propio self ideal y al mismo tiempo, satisfacer a su audiencia (Bell, Cassarly y Dubar, 2018; Vandenbosch y Eggermont, 2012); llevando a cuestionar si es que debido a una previa internalización de ideales, las adolescentes siente presión de no solo tener que alcanzarlos, sino demostrarlos a través de publicaciones.

Además, esta internalización de los ideales de delgadez y *fitness*, también se evidencia en las tendencias actuales de *thinspiration* y *fitspiration* en *Instagram*, en tanto se encuentran millones de perfiles y *hashtags*, caracterizados por fotos de comida sana, *selfies*, imágenes de los cuerpos con el objetivo de demostrar el resultado del ejercicio físico realizado, rutinas de

entrenamiento, entre otros (Torres, 2018), los cuales se encuentran alineados con los ideales socioculturales de belleza.

Por otra parte, se obtuvieron diferencias significativas a nivel de auto-cosificación, en función a *selfies posteados*, encontrándose que quienes cuelgan *selfies*, presentan mayores niveles de vigilancia y vergüenza corporal en contraste con quienes no los *postean*. Así, resulta importante mencionar que el colgar *selfies* es considerado una manera de exponerse en una plataforma virtual frente a los demás, y observarse desde una perspectiva ajena (Cohen et al., 2018), lo cual se encuentra estrechamente vinculado con la definición de la auto-cosificación, es decir, la imagen internalizada de self como objeto para uso o consumo de otros (McKinley y Hyde, 1996; Moya-Garófano et al., 2017). Además, es importante resaltar que la auto-cosificación puede ser percibida tanto como una causa, como consecuencia de postear contenidos auto-cosificados en las redes sociales, es decir, *selfies*. (Bell et al, 2018). Sin embargo, los mismos autores sostienen que recibir más *likes* en imágenes donde uno es auto-cosificado, sirve como un reforzador positivo y como indicador de haber generado satisfacción en el público, aumentando en consecuencia, la frecuencia con la que se publican las fotos; es decir, fomentando la auto-cosificación (Cohen et al., 2018).

Del mismo modo, los resultados reflejan que la vigilancia y la vergüenza corporal son mayores en quienes *postean selfies* en redes sociales, generando un cuestionamiento acerca de qué es lo que dicen los *selfies* de uno, qué implica que uno publique o no fotos. Se podría hipotetizar que las publicaciones de este tipo de imágenes de auto-retrato se hallan relacionadas con actitudes narcisistas (Barry, Doucette, Loflin, Rivera-Hudson y Herrington, 2017; Weiser, 2015), las cuales se refuerzan de manera constante a través de la retroalimentación recibida por redes sociales como *Instagram*, facilitando la autopercepción de uno como centro de atención (Reed, Bircek, Osborne, Viganò y Truzoli, 2018). Así, se podría pensar que la necesidad de las adolescentes por exponerse frente a una audiencia es tan poderosa, que trae consigo una mayor vigilancia y vergüenza corporal.

Por otro lado, en lo que respecta al segundo objetivo específico, la bibliografía actual sugiere que los y las adolescentes son las personas más propensas a ser usuarios adictos a redes sociales, accediendo múltiples veces al día a las diferentes plataformas, siendo, por ende, más influenciados a nivel de estilos de vida, auto-percepción, imagen corporal, entre otros (Aparicio-Martinez et al., 2017; Khan, Khalid, Khan y Jabeen, 2011). No obstante, en la presente investigación solo se encontró una pequeña correlación directa entre la cantidad de horas diarias destinadas al uso de redes sociales y uno de los componentes de la auto-cosificación, la vigilancia corporal, respaldando lo planteado por los diversos autores, pero

sin mayor evidencia estadísticamente significativa. Así, se observa que mientras mayor es el uso de redes sociales, las adolescentes incurren en más conductas de auto-monitoreo y/o comparación con las diversas imágenes expuestas en las redes sociales.

De manera general, cabe resaltar que los resultados obtenidos en la presente investigación hacen referencia a adolescentes mujeres entre 14 y 18 años de edad, de nivel socioeconómico medio-alto, lo que indica que dichos resultados se encuentran sujetos a las características de la muestra. No obstante, lo encontrado corrobora que las alteraciones en la imagen corporal y las conductas alimenticias desadaptativas se presentan a edades cada vez más tempranas (Katzman y Golden, 2009; Striegel-Moore et al., 1986). Además, refleja que desde los 14 años o menos, según advierten algunos autores (Sands y Wardle, 2003; Striegel-Moore et al., 1986), las mujeres son conscientes de los estándares de belleza impuestos por la sociedad, así como las implicancias de los mismos, denotando la existente presión de tener que cumplir con los ideales socioculturales.

En la misma línea, hay autores que plantean que las mujeres de nivel socio-económico medio-alto, son quienes se encuentran más influenciadas por los ideales de belleza, debido al gran acceso a las tendencias de belleza y moda (Wardle et al., 2004), haciendo notar que las altas correlaciones encontradas, también podrían estar asociadas al énfasis otorgado al peso y apariencia en la aludida clase social.

Por otra parte, lo encontrado en la presente investigación conlleva a cuestionar diversos aspectos; en primer lugar, la medición objetiva del tiempo de conexión a las diversas redes sociales. Se podría pensar que a pesar que muchos estudios plantean el mismo sistema de medición (Aziz, 2017; Dion, 2015; Scirrotto, 2016; Turner y Lefevre, 2017), este aún resulta ser poco preciso, en tanto se basa en la percepción que tiene cada individuo sobre la frecuencia de su uso de las redes sociales, aspecto difícil de cuantificar. A pesar que existen cada vez más instrumentos para medir la conexión a internet, son prácticamente nulos los que se centran específicamente en el uso de redes sociales y que se encuentran adaptados al contexto peruano. Ante ello, se recomendaría para futuras líneas de investigación, realizar adaptaciones o construir instrumentos que tengan como objetivo medir el uso de las redes sociales en adolescentes, ya que hoy en día es uno de los medios de comunicación que genera mayor impacto en dicha población.

En segundo lugar, los resultados llevan a pensar que podría existir un grado de deseabilidad social en el reporte de la frecuencia de uso de redes sociales, ya que en la actualidad el uso y consumo de medios de comunicación, tales como el internet y/o redes sociales, si bien está normalizado, también se encuentra sujeto a un temor a ser considerado

“adicto”. Es decir, hay un punto difícil de establecer, en el que el uso de internet pasa de ser saludable o normal, a ser problemático (Rial, Gómez, Braña y Varela, 2014). En este sentido, podría pensarse que las adolescentes, por deseabilidad social y por un temor a caer en una categoría de “anormalidad”, podrían no haber realizado un reporte preciso y verídico de su uso.

Esto último, lleva al tercer punto de cuestionamiento, resultando importante indagar hasta qué punto hoy en día los y las adolescentes tienen conciencia de la cantidad de tiempo diario destinado a las redes sociales. De esta manera, se podría pensar que los resultados obtenidos no reflejan la realidad del uso de redes por parte de las adolescentes, en tanto no existe una conciencia real de la misma.

Ahora bien, en cuanto a las limitaciones de la presente investigación, se encontraron dificultades a nivel de confiabilidad de la prueba para medir la auto-cosificación en mujeres, de manera específica con la sub-área de Creencias del Control de la Apariencia. Sin embargo, a pesar que se obtuvieron resultados similares a nivel de confiabilidad y correlaciones, en estudios como el de Chasler (2016), así como investigaciones que mayormente hacen uso de las sub-áreas de vergüenza y/o vigilancia corporal de manera independiente (Audrey, 2006; Sáez, 2016), resulta importante encontrar o generar instrumentos adaptados y más precisos para medir el concepto de manera íntegra.

Asimismo, se considera que el tamaño de la muestra pudo haber sido mayor y más representativa del contexto peruano, permitiendo obtener mayor heterogeneidad en la misma. Si bien cierta bibliografía apoya la selección de las características de la muestra del presente estudio (Wardle et al., 2004), y además se contó con un número adecuado y considerable de participantes, el ampliar la muestra, así como las características de la misma, podría generar mayor representatividad de la población, permitiendo aportar a la validez de la investigación.

Por otro lado, en lo que respecta a la evaluación del uso de redes sociales, como mencionado, se encontraron dificultades para medir de manera objetiva el tiempo y/o frecuencia de conexión a las redes sociales, así como el contenido al que las encuestadas se ven expuestas, observan y *postean*. De este modo, se recomienda realizar investigaciones de índole cualitativa, con el objetivo de ahondar en dichos aspectos, por ejemplo, pudiendo visualizar los contenidos que las adolescentes publican en redes como *Facebook* e *Instagram*, así como tener acceso a sus perfiles más visitados.

Finalmente, se recomienda para futuras líneas de investigación, realizar un estudio similar, pero con una muestra de hombres y mujeres, pudiendo comparar y cuestionar las variables de acuerdo al sexo de los participantes. Actualmente la bibliografía sostiene que a

pesar que la evidencia sobre el impacto en hombres es cada vez más fuerte, ésta aún sigue siendo mayor en mujeres (Mills, Shannon y Hogue, 2017; Saffon y Saldarriaga, 2014); sin embargo, sería interesante cuestionar, hasta qué punto la brecha a nivel de auto-cosificación e internalización de ideales de belleza de acuerdo al sexo, sigue existiendo. Además, se sugiere realizar una investigación con una muestra más representativa del contexto peruano; con un mayor número de participantes y que aborde diversos niveles socio-económicos y colegios, permitiendo así, la realización de contrastes y comparaciones, con el objetivo de cuestionar la vigencia de los argumentos respecto a este último punto.





Referencias

- Alperstein, N. (2015). Social comparison of idealized female images and the curation of self on Pinterest. *The Journal of Social Media in Society*, 4, 5-27.
- Aparicio-Martínez, P., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jimenez, M. P., Varo, I. S. V., y Vaquero-Abellán, M. (2017). Social networks' unnoticed influence on body image in Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1685-1692.
- Araya, D. (2006). *Análisis de la cosificación de la imagen femenina, en el contexto de una sociedad patriarcal: un factor que incide en las manifestaciones de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes*. (Tesis de Maestría en Estudio de Violencia Social y Familiar). Universidad Estatal a Distancia. San José, Costa Rica.
- Audrey, J. (2006). Effects of Sexually Objectifying Media on Self-Objectification and Body Surveillance in Undergraduates: Results of a 2-Year Panel Study. *Journal of Communication*, 56(2), 366-386.
- Ayuso, M. y Parra, A. (2004). Las tecnologías avanzadas de la información y la comunicación (TIC) el nuevo paradigma temporal. *Brasília*, 33(2), 76-82.
- Aziz, J. (2017). *Social Media and Body Issues in Young Adults: An Empirical Study on the influence of Instagram use on Body Image and Fatphobia in Catalan University Students*. (Tesis de Maestría). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.
- Balardini, S. (2002). *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*. Buenos Aires: CLACSO.
- Bañuelos, M. C. (2008). *La cosificación del cuerpo en la sociedad actual*. Trabajo presentado en el V Congreso de la Asociación Española de Ciencias y Deporte. León: España.
- Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., y Herrington, L. L. (2017). "Let me take a selfie": Associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 6(1), 48.
- Bell, B. T., Cassarly, J. A., y Dunbar, L. (2018). Selfie-objectification: Self-objectification and positive feedback ("likes") are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media. *Body image*, 26, 83-89.
- Benton, C., y Karazsia, B. T. (2015). The effect of thin and muscular images on women's body satisfaction. *Body Image*, 13, 22-27.
- Boepple, L., y Thompson, J. K. (2014). A content analysis of healthy living blogs: Evidence of content thematically consistent with dysfunctional eating attitudes and behaviors. *International Journal of Eating Disorders*, 47, 362-367.

- Boone, L., Soenens, B. y Braet, C. (2011). Perfectionism, body dissatisfaction, and bulimic symptoms: the intervening role of perceived pressure to be thin and thin ideal internalization. *Journal of Social and Clinical Psychology, 30*(10), 1043-1068.
- Bueno, A. (2017). *El imperativo de goce en la "televisión basura" del Perú contemporáneo*. (Tesis de Maestría en Estudios Culturales). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Cabrera, Y. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Revista Icono, 14*(8), 223–243.
- Calogero, R. (2012) Objectification theory, self-objectification, and body image. En Cash, T.(Ed). *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. (pp. 574 – 580). San Diego: Academic Press.
- Calogero, R., Boroughs, M. y Thompson, J. (2007). The impact of Western beauty ideals on the lives of women and men: A sociocultural perspective. En V. Swami y A. Furnham (Eds.), *Body Beautiful: Evolutionary and sociocultural perspectives* (pp. 259-298). Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Calogero, R. M., Pina, A., Park, L. E., y Rahemtulla, Z. (2010). Objectification theory predicts college women's attitudes toward cosmetic surgery. *Sex Roles, 63*, 32–41.
- Carrillo, M. (2005). Factores socioculturales en los TCA. No sólo moda, medios de comunicación y publicidad. *Trastornos de la Conducta Alimentaria 2*, 120 – 141.
- Chasler, J (2016). *Fitspiration: Empowering or Objectifying? The Effects of Fitspiration and Self-Objectification on Exercise Behavior* (Tesis de Doctorado en Psicología). Indiana University of Pennsylvania
- Claudat, K. (2013). *The Role of Body Surveillance, Body Shame, and Body Self-Consciousness during Sexual Activities in Women's Sexual Experience*. (Tesis Licenciatura en Psicología). University of Nevada, Las Vegas, Estados Unidos. Recuperado de: <https://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/1923>
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior, 79*, 68-74.
- Coz, A., Flores N., Guerrero, D., Luna, F. y Majluf, M. (2015). *Adaptación del Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4)*. (Trabajo Final para el curso Construcción de Pruebas). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Curtis C. y Loomans C. (2014). Friends, family, and their influence on body image dissatisfaction. *Women's Studies Journal, 28*(2), 39-56.

- Dakanalis, A., Timko, A. C., Clerici, M., Riva, G., y Carrà, G. (2017). Objectified body consciousness (OBC) in eating psychopathology: Construct validity, reliability, and measurement invariance of the 24-item OBC scale in clinical and nonclinical adolescent samples. *Assessment*, 24(2), 252-274.
- Deane, G. (2017). *'Is it Instagram-Worthy?' An Exploration of the Impact of Instagram on Body Image Perception Among Irish Women aged 18-24*. (Tesis de Bachiller en Comunicaciones). Dudalk Institute of Technology, Dundark, Irlanda.
- Dignard, N. (2017). *The Effects of Thinspiration and Fitspiration on Body Satisfaction and Appearance Self-Esteem Are Equivalent and Mediated by Appearance Comparisons*. (Tesis de Maestría). University of Windsor, Canada.
- Dio Bleichmar, E (2000) Anorexia/Bulimia. Un intento de ordenamiento desde el enfoque Modular-Transformacional. *Revista Aperturas*, 4.
- Dion, N. (2015). *The Effect of Instagram on Self-Esteem and Life Satisfaction*. (Tesis de Bachiller en Psicología). Salem State University, Estados Unidos.
- Dittmar, H. (2009). How do "Body Perfect" Ideals in the Media have a Negative Impact on Body Image and Behaviors? Factors and Processes Related to Self and Identity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 1-8.
- Dittmar, H., Halliwell, E., y Stirling, E. (2009). Understanding the impact of thin media models on women's body-focused affect: The roles of thin-ideal internalization and weight-related self-discrepancy activation in experimental exposure effects. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 43-72.
- Fitzsimmons-Craft, E., Harney, M, Koehler, L., Danzi, L., Riddell, M., y Bardone-Cone, A. (2012). Explaining the relation between thin ideal internalization and body dissatisfaction among college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Body image*, 9(1), 43-49.
- Fredrickson, B. L., y Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Garner, D., Omsted, M. y Polivy, J. (1983). Development and validation of a multidimensional inventory for anorexia nervosa and Bulimia. *Internationas Journal of Eating Disorders*, 2(2), 15-34.
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update* (4ª ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.

- Guerrero, N. (2015). La espectacularización del cuerpo femenino en Facebook. *Revista Contenido. Cultura y Ciencias Sociales*, 6, 47–58.
- Grabe, S., Ward, L. M., y Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.
- Gruber, A. J. (2007). A more muscular female body ideal. En J. K. Thompson y G. Cafri (Eds.), *The muscular ideal: Psychological, social, and medical perspectives* (pp. 217-234). Washington: American Psychological Association.
- Hanna, A. C. y Bond, M. J. (2006). Relationships between family conflict, perceived maternal verbal messages, and daughters' disturbed eating symptomatology. *Appetite*, 47, 205-211. doi:10.1016/j.appet.2006.02.013
- Hardit, S. K., y Hannum, J. W. (2012). Attachment, the tripartite influence model, and the development of body dissatisfaction. *Body Image*, 9, 469-475.
- Harrison, K., y Fredrickson, B. L. (2003). Women's sports media, self-objectification, and mental health in black and white adolescent females. *Journal of Communication*, 53(2), 216-232.
- Herbert, B. M., Herbert, C., y Pollatos, O. (2011). On the relationship between interoceptive awareness and alexithymia: is interoceptive awareness related to emotional awareness? *Journal of personality*, 79(5), 1149-1175
- Holland, G., y Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110.
- Instituto Nacional de Salud Mental (2012). Estudio Epidemiológico de Salud Mental en Niño y Adolescentes en Lima Metropolitana y Callao 2007. Informe General. *Anales de Salud Mental*, 28(1), 1-219. Recuperado de: <http://www.insm.gob.pe/investigacion/archivos/estudios/2007-ASM-EESM-NYA.pdf>
- Katzman, D. y Golden, N. (2009) Anorexia Nervosa and Bulimia Nervosa, Chapter 33. En Neinstein, L., Gordon, C. Katzman, D. Rosen, D., y Woods, E (eds.). *Handbook of Adolescent Health Care* (pp. 321-332). Philadelphia: Williams and Wilkins.
- Kerbs, A. (2012). *Effects of childhood family dynamics on body dissatisfaction in adulthood*. (Tesis de Maestría). Eastern Washington University, Washington, Estados Unidos.
- Khan, A. N., Khalid, S., Khan, H. I., y Jabeen, M. (2011). Impact of today's media on university student's body image in Pakistan: a conservative, developing country's perspective. *BMC Public Health*, 11(1), 379.

- Levine M. y Piran, N. (2004) The role of body image in the prevention of eating disorders. *Body image*, 1(1), 57-70.
- Lieberman, M., Gauvin, L., Bukowskic, W.M., y White, D.R. (2001). Interpersonal influence and disordered eating behaviors in adolescent girls: The role of peer modeling, social reinforcement, and body-related teasing. *Eating Behaviors*, 2(3), 215-236.
- Llorente, E., Warren, C. S., Gleaves, D. H., Perez de Eulate, L., y Rakhkovskaya, L. M. (2015). Translation and Validation of a Spanish Version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4). *International Journal of Eating Disorders*, 48(2), 170-175.
- Losada, A., Leonardelli, E. y Magliola, M. (2015). Influencia sociocultural y los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 18(1), 380–416.
- Madanat, H. N., Brown, R. B., y Hawks, S. R. (2007). The impact of body mass index and Western advertising and media on eating style, body image and nutrition transition among Jordanian women. *Public Health Nutrition*, 10(10), 1039-1046.
- Makwana, M., Lee, Y., Perkin, S., y Farmer, L. (2018). Selfie-Esteem: The Relationship Between Body Dissatisfaction and Social Media in Adolescent and Young Women. *The inquisitive mind*, 1(35).
- McKinley, N., y Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale. Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181–215.
- McLean, S., Paxton, S., Wertheim, E., y Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48, 1132-1140.
- Mills, J. S., Shannon, A., y Hogue, J. (2017). Beauty, Body Image, and the Media. En M. Levine (Eds.), *Perception of Beauty*. Londres: InTechOpen.
- Ministerio de Salud del Perú (2017). *Documento Técnico: Situación de Salud de los Adolescentes y Jóvenes en el Perú*. Lima: SINCO Diseño E.I.R.L.
- Moya-Garófano, A., Megías, J., Rodríguez-Bailón, R. y Moya, M. (2017). Versión española de la Objectified Body Consciousness Scale (OBCS): resultados correspondientes a dos muestras de estudiantes universitarias, *Revista de Psicología Social*, 16-33.
- Muñoz, A. (2014). *La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI*. (Tesis de Grado en Enfermería). Universidad Internacional de Catalunya, Barcelona, España.

- Myers, T. A. y Crowther, J. H. (2007). Sociocultural pressures, thin-ideal internalization, self-objectification, and body dissatisfaction: Could feminist beliefs be a moderating factor? *Body Image*, 4, 296–308.
- Palpán, J., Jiménez, C., Garay, J. y Jiménez, V. (2007). Factores psicosociales asociados a los trastornos de la alimentación en adolescentes de Lima Metropolitana. *Psychology International*, 18(4), 1-25.
- 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.
- Poulisis, J. (2011). *Los nuevos trastornos alimentarios: alcoholorexia, vigorexia, diabulimia, pregorexia, orthorexia*. Buenos Aires: Paidós.
- Reed, P., Bircek, N. I., Osborne, L. A., Viganò, C., y Truzoli, R. (2018). Visual Social Media Use Moderates the Relationship between Initial Problematic Internet Use and Later Narcissism. *The Open Psychology Journal*, 11(1).
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T., y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de psicología*, 30(2), 642-655.
- Rosado, S. (2013). *Influencia de los medios de comunicación y de los grupos sociales en la percepción de la imagen corporal en pacientes con anorexia nerviosa*. (Tesis de Grado en Enfermería). Escola Superior d'Infermeria del Mar, Barcelona, España.
- Sáez, G. (2016). *Cosificación Sexual: Nuevas formas de violencia contra la mujer*. (Tesis de Doctorado en Psicología). Universidad de Granada, España.
- 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.
- Salazar, Z. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez. *Revista Reflexiones*, 87(2), 67-80.
- Saloma, A. (2000). De la mujer ideal a la mujer real. Las contradicciones del estereotipo femenino en el siglo XIX. *Cuicuilco*, 7(18), 1 – 18.
- Sands, E. R., y Wardle, J. (2003). Internalization of ideal body shapes in 9–12- year- old girls. *International Journal of Eating Disorders*, 33(2), 193-204.
- Santarossa, S., Coyne, P., Lisinski, C., y Woodruff, S. J. (2016). #fitspo on Instagram: A mixedmethods approach using Netlytic and photo analysis, uncovering the online discussion and author/image characteristics. *Journal of Health Psychology*, 24(3), 376-385.

- Schaefer, L.M., Burke, N.L., Thompson, J.K., Debrick, R.F., Heinberg, L.J., Calogero, R.M. et al. (2014) Development and Validation of the Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4). *Psychological Assessment*, 27(1), 54-67.
- Scirrotto T. (2016). *The Impact of Internet Social Networking on Young Women 's Mood and Body Image Satisfaction: An Experimental Design*. (Tesis de Doctorado en Psicología). Philadelphia College of Osteopathic Medicine, Estados Unidos.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Slater, A., y Tiggemann, M. (2010). Body image and disordered eating in adolescent girls and boys: A test of objectification theory. *Sex Roles*, 63, 42-49.
- Sotelo, G. y Domínguez P. (2014). Cosificación femenina en la era del capitalismo tardío. *Ciencia Administrativa*, 1, 40-50.
- Striegel-Moore, R.H., Silberstein, L.R., y Rodin, J. (1986). Toward an understanding of risk factors for bulimia. *American Psychologist*, 41, 246-263.
- Suárez, C. (2017). *Gordofobia: Un tránsito entre la enfermedad y la cosificación del cuerpo femenino*. (Tesis de Maestría en Pedagogía). Universidad de la Laguna, España.
- Szymanski, D., Moffitt, L. y Carr, E. (2011). Sexual Objectification of Women: Advances to Theory and Research. *The Counseling Psychologist*, 39(1), 6-38.
- Talbot, C., Gavin, J., van Steen, T. y Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of Eating Disorders*, 5(40), 1-8.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural Perspectives on Human Appearance and Body Image. En T. F. Cash y L. Smolak (Eds.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice and Prevention*. Nueva York: The Guilford Press.
- Tiggemann, M., y Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63(1), 79-90.
- Tiggemann, M., y Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
- Tiggemann, M. y Slater, A. (2017) Facebook and body image concern in adolescent girls: A prospective study. *International Journal of Eating Disorders*, 50 (1).
- Tiggemann M., y Zaccardo M. (2016). Strong is the new skinny: a content analysis of fitspiration websites. *Journal of Health Psychology*, 17, 1-9.

- Torres, A. (2018). *Ideal de belleza femenino en Instagram: Una reflexión personal desde la ilustración*. (Trabajo Final del Grado). Universidad Politécnica de Valencia, España.
- Turner, P. G., y Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 22(2), 277-284.
- Urdangarin, G. (2015). *Cosificación de las adolescentes en las Redes Sociales Digitales*. (Maestría en Estudios Feministas y de Género). Universidad del País Vasco.
- Vandenbosch, L., y Eggermont, S. (2012). Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media exposure and girls' internalization of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance. *Journal of Communication*, 62(5), 869-887.
- Wagner, C., Aguirre, E., y Sumner, E. M. (2016). The relationship between Instagram selfies and body image in young adult women. *First Monday*, 21(9).
- Wardle, J., Robb, K. A., Johnson, F., Griffith, J., Brunner, E., Power, C., y Tovée, M. (2004). Socioeconomic variation in attitudes to eating and weight in female adolescents. *Health Psychology*, 23(3), 275.
- Weiser, E. B. (2015). # Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. *Personality and Individual Differences*, 86, 477-481.
- Yamamiya, Y., Shimai, S., Schaefer, L. M., Thompson, J. K., Shroff, H., Sharma, R., y Ordaz, D. L. (2016). Psychometric properties and validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4) with a sample of Japanese adolescent girls. *Body image*, 19, 89-97.
- Zevallos, C. (2017). *Adaptación cultural y validación del SATAQ-4 "Sociocultural Attitudes towards appearance Questionnaire-4" para población peruana*. (Tesis de Licenciatura en Medicina). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Zicavo, E. (2013). El Procesamiento Cultural del Cuerpo en Mujeres Jóvenes de los Sectores Medios de la Ciudad de Buenos Aires. *Última Década*, 21(39), 41-62.

Apéndice A

Consentimiento Informado para participantes

La presente investigación es conducida por Sandra Buse, alumna de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), y se encuentra bajo la supervisión de la Mg. Silvana Romero (C.Ps.P. 16963). El objetivo de este estudio es identificar si existe una relación entre la internalización de los ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en adolescentes mujeres de Lima.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder una ficha de datos y dos pruebas, lo que le tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Su participación será voluntaria y la información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además, puede finalizar su participación en cualquier momento, sin que esto presente algún prejuicio para usted.

Para cualquier información adicional y/o dificultad, puede contactarse con la responsable del estudio, la alumna Sandra Buse al siguiente correo electrónico: a20132152@pucp.pe, o con la asesora de la tesis, la Mg. Silvana Romero, al correo: silvana.romero@pucp.edu.pe.

Muchas gracias por su participación.

Firma de la evaluada

Yo, _____ he sido informada de las condiciones en las cuales acepto participar en el presente estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

Firma de la evaluada _____

Lima, _____ de _____ de 2018

Apéndice B
Circular para padres

Estimados padres de familia,

Soy Sandra Buse Montero, tesista de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Con el objetivo de elaborar mi tesis y con la autorización de la dirección y el departamento de psicología del colegio, me gustaría aplicar unos cuestionarios a las alumnas de 4to y 5to de secundaria. Dichos cuestionarios me permitirán conocer los factores socioculturales que contribuyen a la aceptación de los ideales de apariencia así como su relación con la auto-cosificación del cuerpo, es decir, la mirada que uno puede tener de su propio cuerpo como objeto.

La participación de sus hijas en el estudio será anónima, así como estrictamente voluntaria. Además, la información recogida será confidencial.

Los resultados de dicho estudio serán entregados al colegio, de modo que puedan conocer cómo se encuentran sus alumnas, de manera general, en dichos aspectos; y a su vez, usar la información en beneficio de las mismas.

Para mí, y como parte de mi responsabilidad profesional, es fundamental que ustedes estén informados y que por favor brinden su aprobación para que su hija forme parte del estudio.

De tener alguna duda sobre la investigación, puede contactarme al correo electrónico a20132152@pucp.pe, a mi celular (962382123), o a mi asesora de tesis, Silvana Romero al correo electrónico silvana.romero@pucp.edu.pe.

Agradezco su atención,

Sandra Buse Montero

Por favor devolver esta circular

He sido informado del estudio que realizará la Srta. Sandra Buse Montero. Tengo conocimiento de los objetivos y el procedimiento del estudio, ACEPTO () NO ACEPTO () que mi hija _____ participe voluntariamente en el mismo.

Firma _____

Fecha _____

Apéndice C
Ficha de datos

1. Edad: _____ 2. Sexo: H M 3. Año escolar: _____

4. Talla: _____ cm 5. Peso: _____ kg

6. ¿Este es tu peso ideal? Si No

7. Si marcaste no, ¿cuál es tu peso ideal? _____ kg

8. ¿Con que frecuencia haces dietas restrictivas (que te prohíbe comer ciertos alimentos)?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

9. ¿Por qué razones haces dieta en general? *Puedes marcar hasta 3 opciones*

- Para estar más saludable
- Porque tengo una enfermedad (ej. diabetes)
- Para una ocasión especial (ej. fiesta o viaje)
- Para bajar de peso
- Para subir de peso
- Por estética
- Otros (especificar): _____

10. ¿Estás a dieta actualmente? Si No

11. ¿Por qué razones estás a dieta actualmente? *Puedes marcar hasta 3 opciones*

- Para estar más saludable
- Porque tengo una enfermedad (ej. diabetes)
- Para una ocasión especial (ej. fiesta o viaje)
- Para bajar de peso
- Para subir de peso
- Por estética
- Otros (especificar): _____

12. ¿Realizas ejercicio físico? Si No

13. ¿Con qué frecuencia lo realizas?

- Todos los días
- 5 o 6 veces por semana
- Interdiario
- 2 o 3 veces por semana
- Una vez por semana
- Quincenalmente

14. Si marcaste sí en la pregunta 12, ¿qué tipo de ejercicio realizas? *Marca todo lo que aplique*

- Clases grupales intensas (KO, HIT, steps, spinning, etc.)
- Clases grupales (yoga, pilates, etc.)
- Cardio (correr, nadar, bicicleta, etc.)
- Pesas o máquinas
- Entreno para alguna selección
- Educación física en el colegio
- Otros (especificar): _____

15. Si marcaste sí en la pregunta 12, ¿cuál es la razón por la que lo realizas?

- Para estar más saludable
- Porque tengo un problema de salud
- Para una ocasión especial (ej. fiesta o viaje)
- Para bajar de peso
- Para subir de peso
- Para mejorar mi apariencia física
- Otros (especificar): _____

16. ¿Qué cuerpo consideras ideal? *(Puedes mencionar el de alguien en particular o características deseables)*

17. ¿Tienes Smartphone? Si No

18. ¿Utilizas redes sociales? Si No

19. De las siguientes redes sociales, por favor, indica cuál(es) utilizas *(marca en orden de prioridad)*

- Instagram
- Facebook
- Snapchat
- Whatsapp
- Twitter
- Pinterest
- Periscope
- Otros (especificar): _____

20. ¿Cuánto tiempo le dedicas al día a las redes sociales? _____ horas

21. ¿Con qué frecuencia te conectas a las redes sociales?

- Todo el tiempo me encuentro conectada
- Entre 7 y 12 veces al día
- Entre 3 y 6 veces al día
- 1 o 2 veces por día
- 2 o 3 veces por semana

Una vez por semana

21. ¿Con qué frecuencia visitas perfiles en redes sociales, con los siguientes contenidos?

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Moda					
Belleza					
Ejercicios/deporte					
Comida saludable					
Viajes y paisajes					
Lifestyle					
Arquitectura					

22. ¿Cuál es tu "blogger" o "influencer" favorita? _____

¿Por qué? _____

23. ¿Cuántos seguidores tienes en Instagram? _____

24. ¿Qué tipo de fotos cuelgas con mayor frecuencia en tu Instagram? *Colócalas en orden de prioridad, del 1 al 3*

- Selfies
- Fotos grupales (amigos, familia, etc.)
- Paisajes
- Fotos donde se expone el cuerpo (ej. fotos en bikini)
- Fotos con tu pareja
- Otros (especificar): _____

25. ¿Cuáles son los perfiles o historias de Instagram que más visitas?

- Amigos
- Familia
- Actores/actrices (especificar): _____
- Modelos (especificar): _____
- Bloggers (especificar): _____
- Influencers (especificar): _____
- Otros (especificar): _____

Apéndice D
Análisis de Confiabilidad

Tabla D1
Confiabilidad del Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4)

	Ítem	Correlación total de elementos corregida	Alfa si se elimina el ítem
Puntaje Total $\alpha = .91$	SATAQ 1	.42	.91
	SATAQ 2	.40	.91
	SATAQ 3	.40	.91
	SATAQ 4	.55	.91
	SATAQ 5	.68	.90
	SATAQ 6	.38	.91
	SATAQ 7	.55	.91
	SATAQ 8	.53	.91
	SATAQ 9	.69	.90
	SATAQ 10	.66	.90
	SATAQ 11	.44	.91
	SATAQ 12	.49	.91
	SATAQ 13	.44	.91
	SATAQ 14	.53	.91
	SATAQ 15	.62	.91
	SATAQ 16	.51	.91
	SATAQ 17	.62	.91
	SATAQ 18	.41	.91
	SATAQ 19	.51	.91
	SATAQ 20	.71	.90
	SATAQ 21	.74	.90
	SATAQ 22	.57	.91
Internalización Atlético $\alpha = .82$	SATAQ 1	.66	.77
	SATAQ 6	.50	.81
	SATAQ 12	.63	.78
	SATAQ 16	.64	.78
	SATAQ 22	.65	.78
Internalización Delgadez $\alpha = .83$	SATAQ 2	.54	.81
	SATAQ 7	.58	.80
	SATAQ 9	.67	.78
	SATAQ 17	.59	.80
	SATAQ 21	.73	.76
Presiones Medios $\alpha = .91$	SATAQ 5	.87	.86
	SATAQ 10	.84	.87
	SATAQ 15	.76	.90
	SATAQ 20	.74	.91

Presiones Familia $\alpha = .85$	SATAQ 3	.74	.80
	SATAQ 8	.68	.82
	SATAQ 13	.74	.79
	SATAQ 18	.63	.84
Presiones Compañeros $\alpha = .80$	SATAQ 4	.53	.80
	SATAQ 11	.64	.77
	SATAQ 14	.62	.75
	SATAQ 19	.75	.68

Tabla D2*Confiabilidad del Objectified Body Consciousness Scale (OBCS)*

	Ítem	Correlación total de elementos corregida	Alfa si se elimina el ítem
Vigilancia Corporal $\alpha = .51$	OBCS 1	.38	.42
	OBCS 3	.25	.47
	OBCS 7	.11	.52
	OBCS 9	.46	.38
	OBCS 14	.22	.48
	OBCS 16	.19	.49
	OBCS 18	.19	.50
	OBCS 20	.08	.53
Vergüenza Corporal $\alpha = .76$	OBCS 2	.56	.72
	OBCS 5	.54	.72
	OBCS 8	.55	.72
	OBCS 11	.39	.75
	OBCS 13	.49	.73
	OBCS 15	.19	.78
	OBCS 17	.53	.73
	OBCS 22	.48	.73
Creencias del Control de la Apariencia $\alpha = .52$	OBCS 4	.09	.55
	OBCS 6	.05	.55
	OBCS 10	.23	.50
	OBCS 12	.34	.45
	OBCS 19	.54	.37
	OBCS 21	.29	.47
	OBCS 23	.06	.56
	OBCS 24	.42	.42

Apéndice E
Prueba de Normalidad

Tabla E1
Pruebas de Normalidad

	<i>KS</i> (<i>n</i> =109)	<i>p</i>	Asm	EE	IC (95%)	K	EE	IC (95%)
Ideal Atlético	.12	.00	0.57	.23	[0.12; 1.03]	-0.22	.46	[-1.12; 0.68]
Ideal Delgadez	.10	.01	-0.09	.23	[-0.54; 0.36]	-0.80	.46	[-1.70; 0.10]
Presiones Medios	.10	.01	-0.17	.23	[-0.62; 0.29]	-0.92	.46	[-1.82; -0.02]
Presiones Familia	.12	.00	0.50	.23	[0.05; 0.96]	-0.69	.46	[-1.59; 0.21]
Presiones Compañeros	.14	.00	0.67	.23	[0.21; 1.12]	-0.31	.46	[-1.21; 0.59]
Puntaje Total SATAQ	.06	.20	0.13	.23	[-0.32; 0.58]	-0.54	.46	[-1.43; 0.36]
Vigilancia Corporal	.08	.09	-0.13	.23	[-0.58; 0.32]	-0.27	.46	[-1.17; 0.63]
Vergüenza Corporal	.10	.01	0.16	.23	[-0.29; 0.61]	-0.38	.46	[-1.27; 0.52]
Moda	.20	.00	-0.21	.23	[-0.66; 0.25]	-0.50	.46	[-1.40; 0.40]
Belleza	.16	.00	-0.11	.23	[-0.56; 0.35]	-0.90	.46	[-1.80; 0.00]
Deporte	.15	.00	0.15	.23	[-0.30; 0.60]	-1.00	.46	[-1.89; -0.10]
Comida Saludable	.19	.00	0.29	.23	[-0.16; 0.74]	-1.14	.46	[-2.03; -0.24]
Horas dedicadas a redes sociales	.25	.00	1.94	.23	[1.49; 2.40]	4.33	.46	[3.42; 5.23]

Nota. Asm = Asimetría; EE = Error Estándar; IC = Intervalo de Confianza; K = Curtosis