

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE PSICOLOGÍA



**Representaciones sociales acerca de la belleza femenina en mujeres jóvenes *k-  
popers* de Lima Metropolitana**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Psicología que presenta:

**Daniela Alessandra Ego-Aguirre Castillo**

Asesora:

**Priscilla Pecho Ricaldi**

**Lima, 2025**

### **Informe de Similitud**

Yo, PRISCILLA LUZ PECHO RICARDI, docente de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesora de la tesis titulada


“REPRESENTACIONES SOCIALES ACERCA DE LA BELLEZA FEMENINA EN MUJERES JÓVENES K-POPER DE LIMA METROPOLITANA”

de la autora DANIELA EGO-AGUIRRE CASTILLO

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **15%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 15/09/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: LIMA, 15 DE SETIEMBRE DEL 2025

Apellidos y nombres de la asesora: PECHO RICARDI, PRISCILLA LUZ	
DNI: 72539095	Firma 
ORCID: 0000-0002-1163-3255	

*A mi familia de sangre y mi familia de la vida*  
Que hicieron posible este primer gran paso.



## Agradecimientos

Agradezco, antes que todo y en primer lugar, a mi mamá; pues no podría ser de otro modo. A pesar de nuestras diferencias, es quien muchas veces se quitó las horas de sueño y el dinero del bolsillo para permitirme lograr lo que esta tesis significa: el privilegio de haber recibido una educación de calidad y la oportunidad de tener vida profesional, gracias a mis habilidades y esfuerzo; pero con gran apoyo de mi entorno.

En este sistema esencial para permitir el crecimiento de una nueva vida, también agradezco a Uwe, que por muchos años asumió el rol de mi figura paterna; y a mis hermanas, sin quienes definitivamente no hubiera salido bien de la pandemia. No sería justo dejar de lado a Lola, Tití, Mini, Lili, e incluso Coca; mis pequeñas de cuatro patas, sin las cuales la casa se sentiría vacía, y quienes simplemente saben cuando más las necesitamos.

En el complejo mundo, frente al cual se necesita una red de apoyo, también se encuentra mi familia de la vida, la cual inició en el colegio, sólo que en ese entonces no lo supimos. Gracias, Romina y Gemma, por estar ahí cuando más lo necesité.

Por otro lado, la universidad me dio a Alejandra, Amy, Diana, July y Diana, que fueron llegando a mi vida en diferentes momentos, pero creando cálidos recuerdos de nuestra etapa universitaria, que en los últimos meses se han ido transformando junto con nuestra vida profesional.

Finalmente, agradezco infinitamente a Carlos, quien realmente me ayudó a sobrellevar los complicados horarios durante la universidad; las semanas de agotamiento; las inseguridades y miedos que algunos cursos generaban en mí; y el atroz tráfico limeño.

Gracias a ustedes, mi magnífica red de apoyo.

## Resumen

Los trastornos de la conducta alimentaria, problemática presente principalmente en mujeres jóvenes, son un fenómeno multicausal con un componente cultural conformado por estándares de belleza retratados en los medios de comunicación, particularmente en el *k-pop*. Las principales consumidoras de este género musical son mujeres jóvenes, e investigaciones experimentales han demostrado su influencia en su satisfacción corporal. Por ello, el objetivo de esta investigación fue explorar las representaciones sociales de belleza femenina en mujeres jóvenes *k-popers* de Lima Metropolitana. Participaron siete mujeres cisgénero entre los 19 a 24 años y pertenecientes a un grupo que practicaba coreografías de *k-pop*. Se empleó una metodología cualitativa, con un diseño de análisis temático inductivo.

Respecto a los resultados, las participantes identificaron que, tanto en la cultura peruana como surcoreana, existe un estándar de belleza similar al hegemónico occidental. En el caso de Corea del Sur, es percibido como más exigente hacia el físico de las mujeres. Esto se ve en el *k-pop*, pues las artistas recurren a métodos considerados como un riesgo para su salud. Además, al pensar en “belleza femenina”, las participantes señalan aspectos tanto físicos como de personalidad y actitud de las mujeres. Para llegar a esta idea de belleza, señalan el papel de diferentes agentes socializadores, como sus pares, el feminismo y el *k-pop*. Este último, si bien promovió una representación amplia de la belleza, también da mayor importancia al aspecto físico, por lo que se evidencia que dicho fenómeno cultural no excluye en su totalidad la perspectiva hegemónica de belleza.

**Palabras clave:** *trastornos de la conducta alimentaria, adolescencia, k-pop, estándares de belleza, representaciones sociales*

## Abstract

Eating disorders, a problem primarily present in young women, are a multi-causal phenomenon with a cultural component shaped by beauty standards portrayed in the media, particularly in K-pop. The primary consumers of this musical genre are young women, and experimental research has demonstrated its influence on their body satisfaction. Therefore, the objective of this research was to explore social representations of feminine beauty among young female K-pop fans from Metropolitan Lima. Seven cisgender women, aged 19 to 24, who belonged to a group that performed K-pop choreography, participated. A qualitative methodology was used, with an inductive thematic analysis design.

Regarding the results, the participants identified that, in both Peruvian and South Korean cultures, there is a beauty standard similar to the hegemonic Western one. In the case of South Korea, it is perceived as more demanding on women's physiques. This is evident in K-pop, where artists resort to methods considered a risk to their health. Furthermore, when thinking about "female beauty," participants point to aspects of women's physicality, personality, and attitude. To elaborate this idea of beauty, they point to the role of different socializing agents, such as their peers, feminism, and K-pop. The latter, while promoting a broad representation of beauty, also places greater emphasis on physical appearance, demonstrating that this cultural phenomenon does not entirely exclude the hegemonic perspective of beauty.

**Keywords:** *eating disorders, adolescence, K-pop, beauty standards, social representations*

## Tabla de contenidos

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Método</b>	<b>13</b>
Participantes	13
Técnicas de recolección de información	15
Procedimiento	16
Análisis de la información	18
<b>Resultados y Discusión</b>	<b>19</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>42</b>
<b>Referencias</b>	<b>45</b>
<b>Apéndices</b>	<b>58</b>
Apéndice A. Consentimiento Informado para cuestionario filtro	58
Apéndice B. Consentimiento Informado para entrevista	59
Apéndice C. Protocolo de contención y derivación	61
Apéndice D. Guía de Entrevista	66
Apéndice E. Ficha de Datos Sociodemográficos	70

## Introducción

Según el Institute of Health Metrics and Evaluation [IHME] (2023), entre el 2010 y el 2019 se ha detectado un aumento en la incidencia y prevalencia de los trastornos de conducta alimentaria (TCA). Sólo en el año 2019 se reportó que 14 millones de personas a nivel mundial sufrieron de TCA, incluidos casi 3 millones de niñas y adolescencias (IHME, 2023). Asimismo, entre el año 2017 y el 2019, se identificaron 94086 muertes relacionadas con un trastorno de la conducta alimentaria, de los cuales más del 80% de casos reportados eran de mujeres. De forma más específica, las estadísticas recopiladas desde 1990 hasta el 2005 permiten observar una mayor prevalencia de trastornos alimentarios en el grupo de mujeres de 10 a 19 años; sin embargo, después del 2005 se observa una mayor prevalencia en el grupo de mujeres de 20 a 24 años (IHME, 2023).

Para obtener una perspectiva más completa, es necesario recurrir a estudios empíricos, los cuales permiten visibilizar la prevalencia de los distintos trastornos alimenticios. Una revisión de 34 estudios realizados en Europa, encontró una prevalencia de 0.3-0.7% para TCA en hombres. En el caso de las mujeres, la prevalencia para anorexia nerviosa (AN) era de 1-4%, 1-2% en el caso de bulimia nerviosa (BN) y 1-4% para trastorno por atracón (BED, por sus siglas en inglés) (Keski-Rahkonen et al., 2016). Respecto al continente asiático, se encontró que las tasas de prevalencia en China eran del 1.05%, 2.98% y 3.58% para AN, BN y BED, respectivamente. En África, las cifras eran inferiores a 0.1% para la AN, 0.87% para la BN y 4.45% para BED (Hoek, 2016).

A nivel latinoamericano, entre el 2017 y el 2019 se reportó un promedio de 36 casos de muerte relacionados con trastornos de la conducta alimentaria; y una mayor prevalencia en mujeres entre los 20 a 24 años durante el 2019 (IHME, 2023). De forma general, la prevalencia de AN, BN y BED en Latinoamérica es del 0.1%, 1.16% y 3.53%, respectivamente (Arija-Val et al., 2022); sin embargo, las estadísticas en Latinoamérica generalmente se enfocan en mujeres jóvenes por ser considerada una población de alto riesgo. Asimismo, la revisión sistemática realizada por Kolar et al. (2016), encontró que la anorexia nerviosa tiene una tasa de prevalencia similar en los diferentes países latinoamericanos; sin embargo, es significativamente más baja en comparación con muestras de Europa o Norteamérica.

De acuerdo con el Compendio Estadístico Perú 2022 (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2022), en el año 2018 se atendió a 789 pacientes con trastornos de la ingesta de alimentos; sin embargo, esta categoría sólo comprendía casos de anorexia y bulimia.

De los casos atendidos, 696 eran mujeres; y 93, hombres. Asimismo, en el año 2019 se atendió a 759 pacientes, de los cuales 658 eran mujeres; y 101, hombres. Sin embargo, no se han hallado cifras más recientes sobre esta problemática en el Perú. En cuanto a las y los adolescentes, la tendencia a problemas alimentarios fue de 6.0%, siendo mayoritaria en las jóvenes, y en la zona urbana, en comparación con la rural (Ministerio de Salud [MINSA], 2021),

Respecto a la población adolescente, el Seguro Social de Salud del Perú [EsSalud] (2021) reportó que los casos de TCA en adolescentes se duplicaron durante el confinamiento, y se presentan con mayor frecuencia y gravedad en edades más precoces. Así, antes de la pandemia, en el servicio de Psiquiatría de niños y adolescentes del Hospital Almenara, dos de cada diez consultas resultaban en un caso de TCA. Sin embargo, durante la pandemia, este diagnóstico se daba en cinco de cada diez consultas (EsSalud, 2021). Todo ello da cuenta de que los TCA son una problemática vigente en el Perú, y afectan particularmente a mujeres jóvenes (MINSA, 2021). Considerando ello, resulta importante conocer las características de estos trastornos, cuáles son sus repercusiones y los factores de riesgo que influyen en su desarrollo.

Los TCA son un grupo de trastornos psiquiátricos caracterizados por alteraciones en la experiencia del cuerpo que interfieren en la cognición y afectan el funcionamiento psicológico y psicosocial (Blessitt et al., 2020; Le Grange & Lock, 2011). A nivel cognitivo, se encuentran creencias negativas sobre la comida, la forma del cuerpo y el peso corporal (Arija-Val et al., 2022), las cuales van acompañadas de una alteración en el comportamiento alimentario (Himmerich et al., 2019). Estas conductas implican la restricción de la ingesta, atracones, provocación del vómito, práctica excesiva de ejercicio y uso de laxantes (Bould et al., 2017). De acuerdo con la American Psychiatric Association [APA] (2017), los TCA afectan hasta al 5% de la población; suelen desarrollarse durante la adolescencia y la edad adulta temprana; y son más comunes en mujeres que en hombres (Weir, 2016), particularmente en aquellas que se encuentran entre los 12 y 35 años (APA, 2017).

En la actualidad, el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-5) reconoce tres TCA primarios: anorexia nerviosa (AN), bulimia nerviosa (BN) y trastorno por atracón (BED) (APA, 2017). Como Le Grange y Lock (2011) explican, tanto la AN como la BN están caracterizadas por un intenso deseo de alcanzar la delgadez; sin embargo, la AN conlleva una pérdida de peso extrema, mientras que en aquellos pacientes con BN, el peso se suele mantener en un rango promedio, demostrando que el peso no es un indicador para determinar la presencia de estos trastornos. Así, los criterios para el diagnóstico de la AN

implican tener una ingesta energética restrictiva de acuerdo a las necesidades del individuo, lo que a su vez lleva a un peso corporal significativamente bajo, considerando su edad, sexo, desarrollo y salud física; un miedo intenso a aumentar de peso; y una alteración de la percepción corporal (APA, 2017).

En el caso de la BN, el principal criterio para su diagnóstico es la presencia de atracones recurrentes (APA, 2017). Esto refiere a la ingesta de una cantidad inusualmente grande de comida en un corto intervalo de tiempo, que va acompañado con la sensación de pérdida de control (Himmerich et al., 2019). Este trastorno también se caracteriza por la presencia de comportamientos compensatorios, como el vómito, consumo de laxantes o diuréticos, ayuno o exceso de actividad física, todo ello con el objetivo de prevenir la ganancia de peso (Goldstein & DeVries, 2017). Para su diagnóstico, debe presentarse una preocupación excesiva por la forma o peso del cuerpo (APA, 2017) y las conductas mencionadas deben ocurrir, al menos, una vez a la semana durante 3 meses (Goldstein & DeVries, 2017).

Finalmente, el BED se caracteriza por la presencia de atracones; es decir, el consumo intermitente de grandes cantidades de alimentos en un breve período de tiempo, con una sensación de pérdida de control (APA, 2017). Sin embargo, en este caso no se hace uso de estrategias compensatorias anteriormente mencionadas (APA, 2017; Himmerich et al., 2019). En cuanto a los episodios de atracones; la APA (2017) señala que:

[...] Se asocian a tres (o más) de los hechos siguientes:

1. Comer mucho más rápidamente de lo normal.
2. Comer hasta sentirse desagradablemente lleno.
3. Comer grandes cantidades de alimentos cuando no se siente hambre físicamente.
4. Comer solo debido a la vergüenza que se siente por la cantidad que se ingiere.
5. Sentirse luego a disgusto con uno mismo, deprimido o muy avergonzado. (p. 350).

Finalmente, este trastorno suele estar asociado con obesidad, a diferencia de la AN y BN, en los cuales se presenta un miedo intenso a ganar peso (Weir, 2016).

Estos trastornos están asociados con complicaciones médicas, altas tasas de psicopatología comórbida –como depresión o ansiedad– y un deterioro psicosocial significativo (APA, 2017). Particularmente, la limitada ingesta de calorías y nutrientes que caracterizan a la AN suele implicar un retraso del crecimiento, amenorrea, arritmia cardíaca, alteraciones de la función tiroidea, e incluso el fallo multiorgánico (Himmerich et al., 2010; Weir, 2016). En el caso de la bulimia, Weir (2016) explica que esto puede conllevar graves

problemas gastrointestinales, desequilibrio electrolítico y enfermedades cardiovasculares. Ello da cuenta de que estos trastornos pueden conducir a múltiples complicaciones físicas y psiquiátricas, impactando en la calidad de vida y la mortalidad (Arija-Val et al., 2022; Solmi et al., 2020).

Ahora, es importante considerar que la etiología de estos trastornos se puede deber a factores genéticos o neurológicos que generan dificultad para adaptar el comportamiento en respuesta al entorno (Brown et al., 2023; Rikani et al., 2013). Asimismo, los TCA pueden ser desencadenados por elevados niveles de insatisfacción corporal (Ackard et al., 2002; APA, 2017; Smolak, 2012). De este modo, actualmente son considerados trastornos multifactoriales (Amores, 2018). Ello evidencia la interacción entre los factores psicológicos –principalmente la imagen corporal (Suarez-Albor et al., 2022)– y los factores socioculturales (Rikani et al., 2013).

Es por esto que se debe explicar brevemente en qué consiste la imagen corporal. Según Mora (2008), implica la representación mental del tamaño, figura y forma del propio cuerpo. Asimismo, la imagen corporal contiene pensamientos y sentimientos subjetivos experimentados en relación con la propia apariencia, los cuales pueden ser positivos o negativos (Jarman et al., 2021). Si bien la imagen corporal se forma desde la infancia a partir del proceso de socialización, es consolidada durante la adolescencia (Suarez-Albor et al., 2022). Esta etapa se caracteriza por la formación identitaria, búsqueda de autonomía, la experiencia de eventos novedosos y estresantes, cambios en la apariencia física, y el enfrentarse a nuevas exigencias socioculturales. Es entonces que, de no contar con las herramientas y soporte social necesario, podría derivar en baja autoestima (Mora et al., 2022) y un mayor riesgo de sufrir trastornos relacionados con su imagen corporal (Mora, 2008; Smolak, 2004).

Boraita et al. (2021) realizaron un estudio transversal con una muestra representativa de adolescentes de España, los cuales tenían entre 12 y 17 años. El 49.7% de sus participantes eran chicas y el 50.3%, chicos. En este caso, se encontró que el 59.8 % de las y los adolescentes se encontraban insatisfechos con su imagen corporal. Concretamente, el 61.4% de chicas y el 58.8% de chicos se encontraban insatisfechos con su imagen corporal. Resulta importante remarcar que el deseo de estar más delgado era mayor en las adolescentes, mientras que la mayoría de sus compañeros deseaba ganar peso. Según los autores, esto podría deberse a las diferentes expectativas corporales según el género (Boraita et al., 2021).

Ello resulta significativo de comprender, puesto que la discrepancia entre la imagen idealizada retratada en los medios de comunicación y la realidad de las mujeres puede mermar su autoestima, propiciar la insatisfacción corporal e incluso generar depresión (Grabe et al.,

2008; Opara & Santos, 2019). El que no exista una aceptación de la imagen corporal también puede llevar a las y los adolescentes a modificar sus hábitos alimentarios (Enriquez & Quintana, 2016) con el objetivo de lograr el control del peso y, en casos extremos, desembocar en el desarrollo de trastornos de conducta alimentaria (Marks et al., 2020; Mayer-Brown et al., 2016).

Así, es necesario comprender que una de las principales causas de la gran preocupación de las y los adolescentes por su apariencia, y su insatisfacción con ella se debe, principalmente, a un ideal de belleza inalcanzable (Fouts & Vaughan, 2002). De acuerdo con Sisti et al. (2021), la belleza ha sido tema de debate por mucho tiempo, puesto que ha habido diversas descripciones de lo que es bello, de modo que hasta ahora es imposible establecer una sola definición. Agius (2018) explica que la experiencia de la belleza es un concepto común en todas las culturas; sin embargo, lo que se concibe como bello varía. Así, en el antiguo Egipto, las mujeres solían presentar una cintura esbelta y caderas estrechas, cabello negro oscuro y piel bronceada (Aly et al., 2012). Por el contrario, en Japón la belleza era representada a través de una piel pálida, mejillas redondas y labios pequeños (Dimitrov et al., 2023). Actualmente, la belleza occidental incluye caras estrechas con ojos redondos, narices y labios pequeños, pómulos altos, una figura delgada y tez blanca (Dimitrov et al., 2023). Ahora, si bien se relaciona la piel caucásica con la tez blanca, la gran mayoría de las mujeres de este grupo optan por una apariencia bronceada (Dimitrov et al., 2023).

Observar esta diversidad de rasgos considerados bellos permite entender que la belleza es un concepto definido según un criterio ideal, como un ajuste a patrones culturales (Mora, 2008), que se evalúa a partir de atributos físicos específicos (Sarwer et al., 2003). Dichos criterios ideales, o estándares de belleza, señalan cómo deben verse las personas (Méndez & Rico, 2018), de forma diferente para hombres y mujeres (Frederick et al., 2015). Estos son aprendidos por medio del proceso de socialización, en el cual se aprenden normas y comportamientos sociales (Pardo & Llovet, 2020). De acuerdo con Bronfenbrenner (1993) y Bryant (2013), la familia es un agente que suele ejercer mayor influencia al moldear los ideales de las infancias, incluido lo que se considera aceptable en términos de belleza. En este proceso de aprendizaje, también participan los medios de comunicación masivos (Englis et al., 1994; Opara & Santos, 2019) tales como la música popular y los videos musicales (Brown et al., 1986).

Entonces, es importante considerar que la sola existencia de una imagen, conductas y valores que se imponen sobre las mujeres –imposiciones que perpetran la obediencia de las mujeres hacia los hombres y las desigualdades de género– es en sí un acto violento (Veloz,

2018). Aunque ello se vea escondido tras la ilusión de que quienes cumplen con estos estándares socialmente deseados, son premiados/as con una vida social satisfactoria y mayor facilidad de acceder a puestos laborales, lo que conlleva a una vida económica grata (Bryant, 2013; Yáñez, 2001). Por el contrario, se castiga explícitamente a quienes no cumplen estos ideales, particularmente a las mujeres (Yáñez, 2001), quienes deben cumplir con los estándares de belleza femeninos establecidos desde el paradigma masculino (Martínez-Oña & Muñoz-Muñoz, 2015).

Para entender la razón detrás de ello, se debe explicar en qué consiste el “mito de la belleza”. Este concepto, acuñado por Naomi Wolf en su libro “The Beauty Myth” (1991), refiere a que existe un conjunto dominante de normas que indican cómo deben verse las mujeres (Archer & Ware, 2018). Sin embargo, esto es solo un imperativo para las mujeres y no para los hombres, ya que al imponer estos estándares, se busca que las mujeres sientan que no están cumpliendo con normas sociales básicas y se perciban como poco atractivas y sin valor (Archer & Ware, 2018). Esto las lleva a cuidar de su apariencia por medio de conductas de autocuidado y de control del peso –como regímenes de dieta y ejercicio– para evitar la autocondena y condena social (Deliovsky, 2008). Todo ello resulta en el agotamiento del cuerpo y la mente de las mujeres (Archer & Ware, 2018). Así, este mito sirve para mantener el poder masculino y proteger las instituciones dominadas por hombres (Archer & Ware, 2018) a través de la docilidad y obediencia de las mujeres (Deliovsky, 2008).

Estas imposiciones hacia las mujeres también se pueden explicar a través de la Teoría de la Objetivación. Según Fredrickson y Roberts (1997) la objetivación sexual consiste en reducir a una persona a partes de su cuerpo o sus funciones sexuales, de modo que se le considera un cuerpo que existe para el uso y disfrute de los demás. Una de las formas en que esta objetivación se representa, es a través de la inspección visual del cuerpo (Kaschak, 1992). Dicha mirada objetivadora se encuentra presente en diferentes medios visuales que destacan cuerpos y partes del cuerpo con el objetivo de sexualizarlos, tales como películas, anuncios, programas de televisión y videos musicales (Fredrickson & Roberts, 1997).

De este modo, las experiencias de objetivación sexual llevan a niñas, adolescentes y mujeres a internalizar la idea de que son objetos para ser observados y evaluados en función de su apariencia física –lo cual se denomina auto objetivación– (Moradi & Huang, 2008). Ello genera una persistente vigilancia de la apariencia, vergüenza corporal, y puede llevar a la depresión y/o TCAs (Fredrickson y Roberts, 1997). De este modo, al igual que el “mito de belleza”, la objetivación sexual cumple un rol importante en crear, mantener y expresar la supremacía masculina, dado que esta no se sostiene en un orden natural (Stoltenberg, 2000).

Diversos estudios han discutido y concluido que la objetivación y sexualización de las artistas está presente en los medios de comunicación occidentales, como sus distintos videos musicales de pop, hip-hop, rap, reggaetón, entre otros (Aubrey & Frisby, 2011; Karsay & Matthes, 2016; Qamar et al., 2021). Ello evidencia la importancia de considerar los TCA como una problemática sociocultural y desde una perspectiva feminista, rompiendo con la creencia de que es responsabilidad de cada mujer y reconociendo la presión social sobre los cuerpos femeninos (Harrop, 2023).

Sin embargo, poco se ha hablado sobre el *k-pop*, industria que se caracteriza por sexualizar a sus artistas para apeteer a la mirada masculina (Jonas, 2021). Como explican Rahyadi et al. (2022), la música popular coreana, conocida como *k-pop*, es un género musical originario de Corea del Sur que toma como base diversos géneros musicales, como rock, hip hop, rap, R&B, entre otros (Peredo, 2022); y debe entenderse en continuo con el *hallyu* u ola coreana (Choi & Maliangkay, 2014). Este término se refiere a la visibilidad internacional que ha tenido la cultura coreana desde el inicio de los años 90 hasta mediados de los 2000 (Choi & Maliangkay, 2014).

La ola coreana consiste en la popularización de series de televisión coreanas y del *k-pop* (Elfving-Hwang, 2018), a través de los cuales se exporta la cultura coreana como parte de un fenómeno nacional y transnacional (Ravina, 2009). Esta proliferación del *k-pop* se debe a la creación de grupos atractivos para el público asiático y de otros continentes (Elfving-Hwang, 2018). Ello ha sido posible gracias al apoyo del gobierno (Oh & Park, 2013), las melodías y coreografías que acompañan sus canciones (Choi y Maliangkay 2014) y a la interacción entre fanáticos con *idols* a través programas de televisión (Jung y Shim, 2014), YouTube, Instagram (Akçevin, 2020) y Tiktok (Peredo, 2022).

El aumento de su popularidad en Latinoamérica se puede observar a través del nuevo récord de 7.8 miles de millones de Tweets sobre *k-pop* en todo el mundo en el 2021 (Twitter Inc., 2022). Entre los 20 países que más twittearon sobre *k-pop*, se encontraban México, Perú, Argentina, Chile, Colombia y Ecuador (Twitter Inc., 2022). De este modo, se observa el interés por la cultura coreana a pesar de las diferencias culturales y geográficas (Han, 2017). En cuanto a su audiencia, las cifras de la Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas [ACIS] (2022) señalan que el 53% de los oyentes de *k-pop* se encuentran en un rango de edad entre los 18 y 24 años, y que el 73% de los oyentes de este género musical son mujeres.

Ahora, si bien no se ha hallado más estadísticas a nivel internacional, el estudio empírico de Laffan (2020), realizado con una muestra de 1477 fans de *k-pop* (*k-popers*) de todo el mundo (abarcando un total de 92 países), encontró que la edad promedio de estos era de 23

años. En el contexto peruano, se considera el estudio empírico de Jiménez y Posadas (2016), el cual encontró que la edad de la mayoría de jóvenes fluctuaba entre los 21 y 25 años, y que el 70% de los *k-popers* eran mujeres. Para ello, aplicaron técnicas etnográficas a 384 *k-popers* que visitaban con frecuencia Campo de Marte, en el distrito de Jesús María.

Además, Jiménez (2017) señala que los *k-popers* pueden ser clasificados en tres tipos de fans. Primero, aquellos que escuchan la música de sus grupos favoritos, compran sus discos o recuerdos, y tienen fotos y posters de ellos. Segundo, aquellos que –además de realizar las mismas actividades que el primer grupo– son miembros activos de clubes de fans, y comparten fotos o información sobre sus *idols* favoritos a través de páginas que administran en *Facebook*. Tercero, aquellos que realizan *covers* de baile, es decir, que buscan recrear las coreografías de baile presentes en los videos musicales de *k-pop*.

Sabiendo esto, es importante considerar qué aspectos de la cultura coreana son transmitidos a través de esta industria, la cual pone gran énfasis en el atractivo visual (Oh & Park, 2013), dando gran importancia a la apariencia de las y los *idols* (Elfving-Hwang, 2018). Como explica Boman (2019), en Corea del Sur se cree que las personas deben tener cuerpos y rostros perfectos para poder tener éxito en la vida, por lo que muchos recurren a cirugías y procedimientos cosméticos (Hamdon & Timur, 2020).

Sin embargo, Leem (2017) considera un factor importante, y es que la estética presente en el *k-pop* toma rasgos de la belleza coreana tradicional y los superpone con los estándares de belleza occidentales. Bajo estos criterios, los cuales son más severos con las mujeres, las y los *idols* deben ser delgados, altos y tener una apariencia juvenil (Oh & Park, 2013). Para ello, deben tener una piel blanca y tersa, un rostro simétrico, ojos grandes con doble párpado, boca pequeña, pómulos definidos, una mandíbula fina, un rostro ovalado (Elfving-Hwang, 2013; Lee, 2017) y piernas largas y delgadas (Hamdon & Timur, 2020). Finalmente, se espera que empleen expresiones faciales adorables (*aegyo*), independientemente de si son hombres o mujeres (Oh & Park, 2013).

Aun así, existen estándares de belleza diferenciados según el género. En el caso de los hombres, suelen exhibir una figura esbelta, con un torso musculoso y abdominales definidos (Epstein & Joo, 2012). En el caso de las mujeres, además de lo ya mencionado, se espera que posean una apariencia tierna e infantil (Elfving-Hwang, 2018). Así, también es común verlas usar uniformes escolares o minifaldas (Kim, 2011) que resalten sus piernas largas y delgadas (Lin & Rudolf, 2017). Para cumplir y mantener estas características que buscan satisfacer la mirada masculina (Jonas, 2021), las *idols* recurren a dietas interminables y cirugías cosméticas o plásticas (Lin & Rudolf, 2017). Finalmente, en la medida en que ellas crecen y dejan de

encajar en los estándares de belleza, se alejan de la industria; mientras que sus contrapartes masculinas pueden continuar con sus carreras, evidenciando diferentes facetas creativas y siendo percibidos como exitosos (Primer, 2023).

Matsumoto (2014) comenta que el *k-pop* ha influido en las conductas dietéticas y en el aumento de la cantidad de cirugía plástica en Corea del Sur, dado que las personas desean verse como las celebridades. Por ello, es importante considerar cómo el *k-pop* puede influenciar la satisfacción corporal de sus seguidoras. Lin et al. (2021) realizaron un experimento con una muestra de 76 adolescentes de secundaria (M= 17 años, 71% mujeres) de Estados Unidos (50 adolescentes) y de Rumanía (26 adolescentes). Las y los adolescentes fueron expuestos a tres videos musicales de grupos populares de *k-pop* que incluían tomas de cuerpo completo de las y los *idols*. Mientras tanto, el grupo de control fue expuesto a un video de orquesta de hombres y mujeres tocando música clásica. No se encontró una relación causal entre la exposición a videos musicales de *k-pop* y la imagen corporal negativa en adolescentes; lo cual podría deberse a que esta exposición única a los videos podría no ser suficiente para desencadenar una respuesta, por lo que se necesitaría de un estudio experimental longitudinal (Lin et al., 2021).

Un estudio realizado por Kim y Han (2020) buscaba examinar la relación entre las influencias de los medios de comunicación (concretamente, canales de YouTube y shows de televisión de *k-pop*), y las preocupaciones sobre la imagen corporal de niñas de kindergarten. Para ello, se reclutó a 90 niñas de distintos nidos de Corea del Sur, obteniendo una media de 5.91 años. Se realizaron entrevistas individuales a cada niña, en las cuales se les hizo preguntas sobre preocupaciones de peso, cuerpo actual e ideal, y diversas influencias sociales, como la de padres, compañeros y medios de comunicación. Los resultados mostraron que tenían una mayor exposición a los programas de televisión de *k-pop* que a los canales de YouTube, y el ver contenido relacionado al *k-pop* de forma frecuente se asoció significativamente con preocupaciones sobre la imagen corporal. Este estudio escapa de la población de interés de la presente investigación; sin embargo, esta muestra ya se encontraba constantemente expuesta a la imagen física de las y los *idols*, a diferencia de la de Lin et al. (2021).

Finalmente, un estudio efectuado por Tresna et al. (2021) en Indonesia buscó probar la correlación entre el nivel de adoración a las celebridades y las dimensiones de la imagen corporal entre las fanáticas adolescentes de los grupos femeninos de *k-pop*. Para ello, se distribuyó un formulario a través de redes sociales, llegando a obtener un total de 414 participantes mujeres, que se encontraban entre los 18 a 22 años y eran fans de grupos femeninos de *k-pop*. De este modo, se halló una correlación positiva significativa entre el aspecto social de entretenimiento del culto a las celebridades y la dimensión de orientación de

la apariencia de la imagen corporal. Por lo tanto, las adolescentes que adoraban a los grupos de chicas de *k-pop* por su capacidad para entretener y llamar la atención le darían más importancia y atención a su apariencia y se esforzarían por mejorar la forma en que se visten y arreglan. También se encontró que un nivel extremo de adoración de celebridades tenía una correlación negativa significativa con la dimensión de satisfacción de las áreas del cuerpo de la imagen corporal. Así, se concluye que este tipo de adoración podría reducir la satisfacción y aceptación de las fans hacia el tamaño o la apariencia de partes de su cuerpo.

Esta adoración se dirige hacia determinadas características definidas en un contexto sociocultural; es decir, que las personas generan en conjunto una representación sobre lo bello, creando así estándares de belleza particulares para un grupo o cultura (De Rosa & Holman, 2011). En ese sentido, las representaciones sociales (RS) son base para entender esta problemática. De acuerdo con Jodelet (1993), estas son estructuras sociopsicológicas que permiten representar de forma simbólica un objeto social al cual se le atribuyen diferentes significados. Cabe mencionar que el término “objeto social” incluye tanto a objetos materiales como a conceptos, personas, grupos o eventos (Moscovici, 1984).

Vain (2016) explica que las RS se generan a partir de dos mecanismos que guían la construcción y generación del conocimiento social. El primero es la objetivación, que consiste en transformar un concepto abstracto en una imagen concreta o núcleo figurativo a partir de esquemas previos (Rateau & Lo Monaco, 2013). Dicho mecanismo consta de tres etapas: la primera consiste en la selección y descontextualización, que implica la selección de algunos elementos de un objeto social, la cual estará influenciada por nuestras creencias previas, valores, criterios culturales, etc. (Jodelet, 1993).

La segunda, consiste en la formación de un núcleo figurativo, el cual está conformado por nociones claves que configuran un concepto (Jodelet, 1993; Vain, 2016). En la última etapa, los elementos del esquema figurativo son integrados al sentido común, lo cual se conoce como naturalización del concepto. Así, el proceso de objetivación permite simplificar un concepto, facilitando la interpretación de los elementos de la realidad (Rateau & Lo Monaco, 2013). Sin embargo, este proceso se da de manera sesgada, puesto que las características del objeto serían modificadas de acuerdo con los valores del grupo social (Jodelet, 1993).

El segundo mecanismo que complementa a la objetivación, es el anclaje (Rateau & Lo Monaco, 2013), el cual permite que el objeto representado se asocie con estructuras del conocimiento preexistente, dando sentido al objeto representado (Jodelet, 1993). Entonces, la representación sustituye al objeto que representa, convirtiéndose así en dicho objeto para la persona o grupo (Jodelet, 1993). De este modo, las RS cumplen cuatro funciones (Sandoval,

1997): a) permiten comprender e interpretar la realidad a la vez que permiten integrar nueva información a los conocimientos previos (Moscovici, 1981); b) permiten valorar o hacer juicios acerca de los objetos sociales representados (Sandoval, 1997); y c) facilitan la comunicación entre miembros de un grupo al generar significados compartidos respecto a un objeto social, lo cual contribuye en la formación de la identidad grupal (Moscovici, 1981). Finalmente, las RS condicionan las acciones de las personas o grupos sociales (Sandoval, 1997).

A partir de lo explicado, se evidencian dos ideas clave de Moscovici (1984) acerca de las RS. La primera sostiene que el individuo transforma y construye sus pensamientos en un proceso activo, es decir, que cada uno construye sus propias ideas a partir de la información que recibe de su contexto. Segundo, dado que estamos expuestos a normas que rigen la interacción con el endogrupo y exogrupo, este proceso no ocurre de forma aislada (Moscovici, 1988). Por ello, no existe una representación homogénea de un objeto social para todas las personas (Moscovici, 1984; Doise, 1991). Se puede concluir entonces que las RS son un sistema de valores, creencias y prácticas que les permiten a las personas comprender, interpretar y dominar los fenómenos sociales (Moscovici, 1979).

Entonces, se ha encontrado que los TCA se presentan principalmente en mujeres jóvenes (MINSA, 2021). Esto ocurre, en parte, debido a la insatisfacción corporal, la cual es generada por la discrepancia entre los estándares femeninos de belleza retratados en los medios de comunicación y el cuerpo real de las mujeres (Grabe et al., 2008; Marks et al., 2020; Mayer-Brown et al., 2016; Opara & Santos, 2019). Actualmente, en estos medios domina el *k-pop*, el cual es un producto cultural surcoreano que enfatiza la apariencia física de sus artistas (Elfvig-Hwang, 2018). En este, se retratan estándares de belleza coreanos superpuestos con estándares occidentales (Leem, 2017), entre los cuales destaca el imperativo de delgadez y juventud para las mujeres (Dimitrov et al., 2023). Ello resulta importante, en la medida en que las mujeres jóvenes entre los 18 y 24 años conforman gran parte de su audiencia (ACIS, 2022; Jiménez & Posadas, 2016; Laffan, 2020).

Por tanto, profundizar en este tema permitirá entender el impacto actual del *k-pop* en una población que, de acuerdo a la teoría, se encontraría en riesgo de desarrollar una baja satisfacción corporal y un TCA. Asimismo, esto aportará a la investigación del tema en el contexto peruano, dado que actualmente son limitadas. Así, el objetivo del presente estudio es explorar las representaciones sociales de belleza femenina en mujeres jóvenes *k-popers* de Lima Metropolitana. De forma específica, se busca comprender cuál es el rol del *k-pop* en la formación de sus representaciones de belleza. Asimismo, se desea indagar si las

representaciones de belleza de las jóvenes *k-popers* que se identifican como feministas, presentan particularidades respecto a aquellas que no se consideran parte de este colectivo.

Para lograr esto, se propone emplear una metodología cualitativa para la recopilación y el análisis de discursos, que permita rescatar el contenido influenciado por los procesos dinámicos (Lynch, 2020). De manera específica, el presente trabajo se posiciona desde una epistemología fenomenológica, en tanto se busca identificar núcleos de sentido en las experiencias de un grupo de participantes (Creswell & Poth, 2013; Willig, 2013) que, en este caso, se encuentran expuestas a un producto que enfatiza en el atractivo físico y delgadez de las mujeres. Además, se emplea un diseño de análisis temático, ya que permite identificar, analizar y reportar patrones significativos que respondan a una pregunta de investigación previa (Braun & Clarke, 2006).



## Método

### Participantes

La presente investigación se realizó a través del recojo de información de fuentes primarias, por medio de siete entrevistas individuales. Las participantes fueron jóvenes mujeres cisgénero que residían en Lima Metropolitana de forma ininterrumpida durante cinco años. Todas se identificaron como *k-popers* y tenían entre 19 a 24 años. Además, todas eran integrantes de un grupo de *dance cover*. Tres de ellas habían participado en dichos grupos por un período mayor a dos años; dos de ellas llevaban entre uno y dos años; y dos de ellas llevaban un período menor a seis meses.

Una razón para trabajar con *k-popers* se debe a los escasos estudios realizados con esta población en Latinoamérica, a pesar de la actual popularidad del *k-pop* (Elfvig-Hwang, 2018), y los estándares de belleza femeninos que representa (Hamdon & Timur, 2020). Por otro lado, cuatro de ellas se identificaron como feministas; mientras que tres consideraban que no compartían las mismas ideas, por lo que no se identificaron como parte del colectivo.

**Tabla 17**

Participante	Edad	Tiempo en grupo de dance cover	Identificación como feminista
M	23	<2 años	Sí
B	20	1-2 años	No
F	23	>6 meses	No
S	24	<2 años	Sí
L	19	>6 meses	Sí
A	21	1-2 años	No
V	21	2 años	Sí

#### *Datos sociodemográficos de las participantes*

Inicialmente, se realizó una convocatoria a través de publicaciones en redes sociales, como *Whatsapp* e *Instagram*, y en un grupo en *Facebook* de la comunidad *k-popper*, de modo que la técnica empleada fue de autoselección y la “bola de nieve”. Dichas publicaciones estaban acompañadas de un afiche, el cual mencionaba los criterios para su participación. También se

empleó el contacto directo al acercarse, de forma presencial, a ellas. La cantidad de entrevistas fue determinada por el principio de saturación de la información.

Respecto a los criterios de inclusión, se buscó que las participantes tuvieran entre 18 y 24 años, dado que los trastornos de la conducta alimentaria afectan principalmente a mujeres de áreas urbanas y jóvenes (MINSA, 2021); es decir, entre los 15 y 24 años (Naciones Unidas, s.f.). Además, la audiencia de *k-pop* consiste, principalmente, en mujeres de 18 a 24 años (ACIS, 2022; Laffan, 2020). También se eligió trabajar con mujeres cisgénero, dado que su identidad de género influye en la vivencia y representación de la belleza femenina (Strübel & Goswami, 2022).

En relación a los criterios de exclusión, no se trabajó con jóvenes que hubieran sido diagnosticadas con algún TCA, para no perjudicar su sintomatología y manteniendo el principio de no maleficencia. Este criterio también permitió cuidar la investigación, dado que el núcleo psicopatológico de este tipo de trastornos consiste en la distorsión cognitiva en cuanto a la alimentación y la forma y peso del cuerpo (Fairburn et al., 2003). En ese sentido, no se podría discernir en qué medida sus representaciones de belleza se ven influenciadas por el *k-pop*, o por dicho núcleo psicopatológico.

En cuanto a los estándares éticos, se siguió lo estipulado en los Criterios Homologados de Investigaciones cualitativas en Psicología (Nóblega et al., 2020). Para el principio de respeto por las personas, se elaboró dos consentimientos informados (Apéndice A y Apéndice B) para el formulario filtro y para las jóvenes que serían entrevistadas. En ambos casos, se especificó el objetivo de la investigación –conocer sus representaciones acerca de la belleza femenina– y explicó la dinámica de la cual participarían. Asimismo, se especificó que el uso de sus datos estaría limitado al ámbito académico, que su identidad permanecería en anonimato, y que podrían negarse a formar parte de la investigación, o retirarse de ella.

En el caso del primer consentimiento, se informó que, de cumplir con ciertas características, pasarían a ser entrevistadas. El segundo consentimiento solicitó su autorización para grabar el audio de la entrevista y realizar una transcripción, la cual permanecería encriptada por un período de cinco años. Igualmente, se mencionó que habría una devolución de resultados, puesto que la investigación buscaba tener un impacto positivo en las participantes. De esta forma, se tuvo presente el principio de justicia. Los resultados de la investigación fueron resumidos en un video, el cual fue enviado por medio de WhatsApp.

Además, se contó con un protocolo de contención y derivación (Apéndice C) en caso surgiera una movilización emocional en las entrevistas y/o en caso las entrevistadas quisieran reportar alguna situación. Esto es importante, pues se priorizó el bienestar e integridad de las

participantes, cumpliendo con el principio de beneficencia y no maleficencia. También se aplicó el principio de responsabilidad, dado que la investigadora conocía los principios mencionados y la forma de aplicarlos durante el proceso de investigación.

### **Técnicas de recolección de información**

La presente investigación contó con tres técnicas de recolección de información. Primero, una encuesta filtro en un formulario de *Google*. Se preguntó si en los últimos meses habían presentado algún malestar psicológico que hubiera interferido en el desarrollo de sus actividades cotidianas, con el fin de no perjudicar a quienes padecieran malestar emocional. En esa línea, se preguntó de forma si alguna vez se le había diagnosticado con algún TCA. Luego, se preguntó si se identificaban como una mujer cisgénero, transgénero, u otra identidad de género, explicando brevemente sus definiciones. Además, se preguntó si residían en Lima Metropolitana de forma ininterrumpida desde hace 5 años.

Se consideró relevante preguntar si se identificaban como *k-popers*, y si formaban parte de un grupo de baile de *k-pop*, por lo que además se preguntó cuánto tiempo llevaban participando en estos grupos, dado que ello podría influir en su grado de exposición al *k-pop*, y en sus representaciones de belleza (Lin et al., 2021). Además, se preguntó si estarían dispuestas a participar de una entrevista presencial. Finalmente, se preguntó por sus datos de contacto, edad –para mantener la posibilidad de realizar contrastes–, y medio de comunicación para realizar las coordinaciones necesarias.

Segundo, la entrevista semi-estructurada para la recolección de información. Dicha técnica de recolección primaria fue considerada la más pertinente para el estudio por ser una técnica flexible, dinámica y no directiva (Díaz-Bravo et al., 2013), la cual permitió enfocarse en los pensamientos de las participantes en lugar de direccionar las respuestas (Holloway & Galvin, 2016). Así, esta técnica permitió ir más allá de la simple recolección de información, sino que propició el análisis de los saberes construidos en sociedad (De Toscano, 2009).

De este modo, se realizaron entrevistas individuales de modalidad presencial y virtual. Para esto, se empleó una guía de entrevista (Apéndice D), la cual contó con cinco ejes temáticos. El primero, representaciones acerca de la belleza, buscó indagar sobre la idea de belleza presente en las jóvenes *k-popers*. El segundo, representaciones de belleza presentes en la cultura peruana, exploró los estándares que –de acuerdo con las participantes– se encuentran vigentes en la sociedad peruana.

El tercero, influencia de otros agentes socializadores en las representaciones de belleza, buscó conocer qué otros agentes han influido en la concepción de belleza de las participantes.

El cuarto, estándares de belleza en el *k-pop*, recopiló los estándares de belleza coreanos que se encuentran representados en el *k-pop*. El quinto, representaciones sociales de la belleza a partir del consumo de *k-pop*, exploró de qué manera la definición de belleza de estas jóvenes ha cambiado desde que empezaron a consumir *k-pop*. Una vez construida la guía de entrevista, se sometió a un proceso de validación, donde tres jueces evaluaron la pertinencia, coherencia, apertura y claridad de las preguntas. Luego de realizar las modificaciones necesarias, se llevó a cabo una entrevista piloto para evaluar la necesidad de realizar ajustes finales en la guía.

En tercer lugar, para concluir la entrevista se desarrolló una ficha de datos sociodemográficos (Apéndice E), la cual tenía como objetivo recoger datos que permitirán profundizar en el análisis. Para ello, se preguntó si seguían principalmente a grupos de *k-pop* femeninos o masculinos y de qué grupos solían hacer *dance covers*. También se consideró importante identificar si estas jóvenes se consideran feministas, y qué carrera se encontraban estudiando y/o en qué rubro se desempeñaban.

### **Procedimiento**

Se realizó una revisión de literatura sobre el papel de los medios de comunicación en las representaciones sociales acerca de la belleza femenina, y de la influencia del *k-pop* en Perú. A partir de esto, se desarrolló una encuesta filtro, la cual fue compartida por medio de redes sociales, como *Whatsapp*, *Facebook* e *Instagram*. De forma paralela, se realizaron dos visitas al "Boulevard de K-pop", punto de encuentro de los fans de *k-pop* que realizan *dance covers* (El Comercio, 2022; Jiménez & Posadas, 2016), ubicado en Jesús María.

Estas permitieron a la investigadora acercarse a jóvenes que se encontraban ensayando con sus grupos de *dance cover*. Se tenía un código QR para que pudieran escanearlo y acceder al formulario filtro para completarlo en ese momento. Sin embargo, llenar el formulario habría tomado tiempo del ensayo. Por ello, se solicitó el contacto de *WhatsApp* de una representante para compartir el link del formulario, de modo que pudiera compartirlo con sus compañeras. Es importante mencionar que los contactos de *WhatsApp* obtenidos fueron empleados únicamente para fines de la investigación.

Luego de obtener respuestas en el formulario, se seleccionó a quienes cumplían con los criterios para contactarlas. Dado que algunas participantes aceptaron realizar entrevistas presenciales, se coordinó por medio de *WhatsApp* el día y lugar. Sin embargo, se presentaron dificultades para acoplarse a algunos de los horarios. Por ello, se realizaron entrevistas virtuales en la plataforma *Zoom*. Para ambas modalidades, se remarcó la importancia de que pudieran encontrarse en un lugar sin distracciones, en el cual se sintieran cómodas para expresarse. Sin

embargo, la primera entrevista se realizó en un ambiente era ruidoso e incómodo, por lo que duró 40 minutos. Esa experiencia permitió mejoras en las siguientes entrevistas, las cuales duraron aproximadamente 90 minutos. De este modo, se realizó un total de tres entrevistas presenciales y cuatro virtuales.

Durante los encuentros presenciales, la investigadora leyó el consentimiento informado a las participantes y les solicitó que lo firmaran. En el caso de los encuentros virtuales, la investigadora envió el consentimiento informado por medio de *WhatsApp*, con la consigna de que podrían devolverlo firmado luego de leerlo en la reunión. Posteriormente, se transcribió la información obtenida, cuidando la confidencialidad y pasó a analizar la información recabada.

Finalmente, se realizó la devolución de los resultados a las participantes, con el fin de asegurar la credibilidad de la información (Cornejo & Salas, 2011) y fomentar la reflexión sobre cómo los ideales de belleza representados en el k-pop influyen en las concepciones de belleza de su público. Dado que no se llegó a encontrar un horario en común, se optó por grabar un video, el cual fue enviado por *WhatsApp*. Para brindar un espacio de interacción con las participantes, el video fue acompañado de un mensaje que las invitaba a compartir sus dudas o ideas a través del *chat*.

Para garantizar la confiabilidad de la investigación, se tuvo en cuenta los criterios de rigor planteados por Pistrang y Barker (2012). Para el criterio de transparencia, la investigadora poseía expectativas e inclinaciones respecto a la investigación. Esto debido a que, si bien disfruta de consumir *k-pop*, al haber estudiado la carrera de Psicología, considera importante cuestionar las creencias que subyacen a estas representaciones. Además, existe un interés por los temas de género y cuerpo.

En cuanto a la posición política, la investigadora se declara abiertamente en contra del sexismo, la cosificación de las mujeres, y la violencia de género en todas sus manifestaciones. Esto podría influir en que se tome una postura más crítica en el proceso de análisis de los resultados. Es importante ser consciente de ello y evitar que interfiera en un análisis objetivo de los resultados. Respecto al criterio de credibilidad, se recurrió a investigadores externos y a las participantes para comprobar las conclusiones obtenidas, y se contó con la guía de una asesora a lo largo del proceso.

Por último, en cuanto al criterio de coherencia y sistematicidad, se presentó a la docente la información recabada en las entrevistas, previo al análisis de información. Asimismo, se buscó que exista congruencia entre el marco teórico y las interpretaciones de la información recogida durante la investigación.

## **Análisis de la información**

El análisis de la información se realizó mediante un análisis temático manual en el programa *Excel*. Este método permitió identificar y organizar el conjunto de datos para dar sentido a las experiencias colectivas y significados compartidos entre las participantes (Joffe, 2012). Asimismo, permitió abarcar los distintos enfoques de la investigación cualitativa, lo cual proporciona mayor flexibilidad en el análisis de la información (Braun et al., 2017).

Este tipo de análisis permitió que las categorías a analizar deriven directamente de la información recolectada; es decir, que se aplicó un método inductivo (Braun & Clarke, 2006). Con base en estas categorías, se realizó el proceso de discusión al evidenciar similitudes y discrepancias entre la teoría y la información brindada por las participantes del contexto peruano, dado que las investigaciones respecto al tema son limitadas.

Para aplicar dicho método de forma adecuada, se siguieron seis fases. Primero, la investigadora se familiarizó con la data en un proceso de lectura activa de las transcripciones (Braun & Clarke, 2012). Segundo, realizó un proceso de codificación, por medio del cual organizó la información según los diferentes significados. Durante esta fase, codificó la mayor cantidad de patrones posible e integró cada código para mantener la perspectiva del contexto (Braun & Clarke, 2012).

La tercera fase, búsqueda de temas, permitió identificar temas importantes relacionados con la pregunta de investigación (Braun & Clarke, 2006). Lo que también implicó la revisión de los datos codificados para identificar la similitud o superposición entre códigos, y la identificación de temas generales en torno a los que se agruparon dichos códigos (Clarke et al., 2015). Así, al agrupar códigos con características similares, se identificaron patrones significativos, los cuales se organizaron como temas y subtemas (Braun & Clarke, 2012). En la cuarta fase se revisaron los temas potenciales para llevar un control de calidad, pues implicó hacer una verificación de los datos modificados y el conjunto completo de datos (Braun & Clarke, 2006). Como quinta fase, se definieron y denominaron los temas para señalar las ideas fundamentales, y elaborar jerarquías entre temas y subtemas (Braun & Clarke, 2012). Finalmente, se interpretó la información recopilada a partir de fuentes teóricas y empíricas (Braun & Clarke, 2006).

## Resultados y Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo explorar las representaciones sociales de belleza femenina en mujeres jóvenes *k-popers* de Lima Metropolitana. Para responder a ello, se ha dividido la información recopilada en siete ejes temáticos: (1) estándares de belleza física en Oriente y Occidente, (2) diferenciación de roles de género entre Perú y Corea del Sur, (3) impacto de los estándares de belleza en la vida de las mujeres, (4) agentes socializadores que influyen en las representaciones de belleza, (5) cambios en las representaciones de belleza de las participantes, (6) papel del feminismo en la representación de la belleza de las participantes, y (7) representaciones acerca del *k-pop* como un mecanismo de dominación patriarcal.

### 1. Estándares de belleza física en Oriente y Occidente

#### 1.1. Estándares de belleza a nivel mundial

Se logró identificar que existe una representación hegemónica de la belleza, la cual se basa en la idea de superioridad europea y norteamericana. Como menciona una de las participantes, “la mayoría de veces la gente tiene este pensamiento de que una mujer bella solo puede ser de rasgos claros o rasgos que pueden ser [...] ya sea de Europa o Estados Unidos” (L, 19 años). Esto da cuenta de la dominancia de una representación occidental de la belleza (Akinro & Mbunyuza-Memani, 2019; Han & Rudd, 2014; Jones, 2013).

Gracias a la globalización, esta representación de la belleza ha sido transmitida de forma unidireccional a diferentes países por medio de los diversos medios de comunicación (Giddens, 2018). En ese sentido, la globalización se configura como una forma moderna de colonización (Zembylas & Vrasidas, 2005). Uno de los medios más populares para llegar a las jóvenes generaciones, sería el canal *Disney*, cuyas películas de princesas y artistas tienen un gran impacto en las niñas (Coyne et al., 2016).

[...] Estaban Demi Lovato, Miley Cyrus, Selena Gomez y todas ellas eran mujeres muy bellas que, de una u otra forma, uno quería imitar, ya sea vistiéndose igual, maquillándose igual, tomándose la foto similar, o sea, tú querías ser como ellas (V, 21 años).

Como Akinro y Mbunyuza-Memani (2019) señalan, esta belleza hegemónica occidental va más allá de la blancura de la piel, pues también incluye tener caras delgadas con ojos redondos, nariz y labios pequeños, pómulos altos, una piel blanca pero bronceada, y una figura delgada (Dimitrov & Kroumpouzou, 2023). En contraste, el estándar para los hombres es el ser altos y tener un cuerpo musculoso (Brierley et al., 2016; Cassi & Pedrón, 2022). Ello

da cuenta de la diferencia en la severidad y escrutinio de los estándares para mujeres y hombres, los cuales son más estrictos con las primeras (Han & Rudd, 2014).

Esta preferencia por el modelo caucásico, podría deberse a que, históricamente, las mujeres y hombres blancos han contado con un mayor poder económico y prestigio en comparación con otras etnias o razas (Frederick et al., 2015). Así, diferentes países han adoptado esta idea de belleza (Kumara & Jayawardhana, 2018), como puede verse reflejado en las revistas de moda de Asia y América Latina, las cuales presentan, en mayor medida, modelos blancos (Dimitrov & Kroumpouzou, 2023).

### 1.2. *Estándares de belleza física peruanos*

En el caso del Perú, también se observa la proliferación de un prototipo de belleza caucásico, de modo que las mujeres peruanas se ven expuestas a estándares difícilmente alcanzables (Robles, 2022). Esto “se notó bastante en el último Miss Perú, que ganó eh Alessia [...] se ve muy americana. Muy...diré, muy de Estados Unidos, entonces ese estilo no, por los ojos eh... como dicen coloquialmente, gringa” (S, 24 años). Galarza y Yamada (2017) reportaron que los candidatos que tenían un apellido anglosajón o “blanco” recibían más llamadas para entrevistas de trabajo tras la revisión de sus *curriculum vitae*, que aquellos con apellidos indígenas, lo que devela la discriminación y racismo en el Perú.

Bueno, a pesar de que en Perú existen un montón de razas [...] creo que la sociedad hoy en día es demasiado racista aún. Si ven una persona que tenga rasgos andinos o cuyo color de piel no encaje dentro de lo que ellos consideran bello, pues es probable que a esa persona la traten mal, la miren de largo, la discriminen básicamente (V, 21 años).

Además, para la sociedad peruana es importante que las mujeres tengan un cuerpo curvilíneo, de lo contrario, son criticadas. En ese sentido, las participantes concuerdan en que, en Perú, una mujer bella es “alguien no tan subida de peso, pero aún así tenga curvas” (F, 23 años). Este cuerpo curvilíneo se entiende como aquel que posee “grandes senos, trasero, flaquititas, con una cinturita chiquitita. Así tipo las de Esto es Guerra, tal cual” (S, 24 años).

En la sociedad peruana, también “se considera bella mujer que es alta, mide de 1.65 a 1.70” (M, 23 años) y a aquella que tiene “labios como que bien prominentes, o sea, bien formaditos, sí. Y también los ojos, y tienen la nariz como respingadita eh...ojos grandes, almendrados” (S, 24 años). De este modo, otra figura pública que ha logrado llamar la atención del público peruano, es Flavia Laos, a quien “le dicen que es bien bonita, que es bien guapa” (M, 23 años). Mientras tanto, a los hombres peruanos, además de la apariencia caucásica, se les exige “ser musculoso, alto, cuerpón” (A, 21 años).

Las participantes también evidenciaron que existe una mayor exigencia hacia la apariencia de las mujeres frente a los hombres.

[...] Eh creo que son más estrictos con las mujeres que con los hombres [...] Pero siento que, con las mujeres, se les exige más y también se les critica más si es que no cumplen esos estereotipos (M, 23 años).

Dichas diferencias de género impactan en la forma en que hombres y mujeres perciben, sienten o valoran su cuerpo e imagen corporal, de modo que las mujeres dan mayor importancia a su belleza física (Sobrino-Bazaga et al., 2018). Mientras tanto, la masculinidad se basa principalmente en el despliegue de conductas y actitudes que evidencian su fuerza y virilidad (Sobrino-Bazaga et al., 2018). Asimismo, se ha encontrado que las mujeres sufren de una mayor insatisfacción corporal en comparación con los hombres, quienes le dan menos importancia a su apariencia (Quittkat et al., 2019). Estas diferencias permiten que la mujer sienta que carece de valor, dado que no logra alcanzar aquello que es considerado la única forma aceptable de ser (Archer & Ware, 2018).

### 1.3. *Estándares de belleza física surcoreanos*

Respecto a los estándares de belleza en Corea del Sur, estos se pueden ver encarnados en la imagen de la *idol* conocida artísticamente como IU, quien se ha constituido como “la top *idol* de Corea [...] ella es bien flaquita, no, una muñequita así chiquita, chiquita” (S, 24 años). Mientras tanto, hay otras que son criticadas por no entrar en los cánones de belleza, tales como “Hwasa de MAMAMOO, y Jessi [quienes] en efecto, o sea, se ven más rellenitas que las coreanas normales” (V, 21 años). Considerando esto, se considera bellas a las personas altas, delgadas y con una nariz respingada (Jung & Lee, 2006; Lin & Raval, 2020). Dicha sociedad también elogia la piel blanca y tersa, ya que históricamente ha estado asociada con pertenecer a un estatus social elevado (Gómez, 2023), de modo que se espera que tanto hombres como mujeres cumplan con este estándar. Asimismo, una persona bella en Corea es aquella que tiene ojos grandes con doble párpado (Lin & Raval, 2020) y un rostro simétrico (Elfving-Hwang, 2013).

Al igual que en la sociedad peruana, las exigencias para los hombres y mujeres son diferentes (Li et al., 2022). Los hombres, además de cumplir con los estándares ya mencionados, deben tener un cuerpo ejercitado; por el contrario, las mujeres tienen una extensa lista que cubrir (Li et al., 2022): deben tener una cara pequeña y ovalada, pómulos definidos y una mandíbula fina en forma de V (Lee et al., 2017). También deben tener piernas largas y delgadas (Hamdon & Timur, 2020) y, en general, su cuerpo debe ser extremadamente delgado, sin curvas y sin músculos definidos (Li et al., 2022). En ese sentido, se identifican diferencias

con los estándares de la sociedad peruana, pues en Corea no se considera bella la piel bronceada ni los cuerpos curvilíneos: “[acá] se le dice una persona cuerpona, allá [en Corea] se considera una persona gorda” (B, 20 años).

Para lograr satisfacer este sinfín de exigencias, las idols recurren al maquillaje, el cual les permite aclarar su tono de piel. También las participantes señalan que “algunas *idols* han recurrido a las cirugías para el rostro para poder conseguir ese ideal” (B, 20 años). De este modo, Corea del Sur se caracteriza por sus elevadas estadísticas de procedimientos cosméticos (International Society of Aesthetic Plastic Surgery [ISAPS], 2022). En esta línea, Yoon y Kim (2020) mencionan que la proporción de personas que se sometieron a una cirugía plástica en Corea del Sur ha aumentado en los últimos años; así como quienes consideran realizar este procedimiento. Respecto a esto, la mayoría de las participantes considera que está bien recurrir a cirugías en la medida en que sea de forma voluntaria y ayude a las mujeres a sentirse mejor con su aspecto físico. Esto difiere de lo encontrado por Ugarte (2022) en un estudio realizado con hombres *k-popers*, los cuales consideran que el que los *idols* masculinos recurran a esto, es una muestra de baja autoestima y se contradice con el mensaje de aceptación que predicán.

Las *idols* también suelen someterse a dietas extremas, en las cuales la ingesta de alimentos es severamente limitada, e incluso tienen conductas que podrían estar asociadas a trastornos de la conducta alimentaria: “[...] en ese tiempo [la idol] masticaba y lo escupía, porque... o tomaba o comía hielo y ese tipo de cosas, porque tenía que mantenerse en la dieta” (S, 24 años). Estas dietas van acompañadas de un ejercicio físico intenso, además de ensayos de baile exhaustivos. Ante estas medidas, todas las participantes consideran que “no es saludable [...] Algunas se llegan a desmayar en pleno escenario” (B, 20 años), mostrando así su desacuerdo y lo extremo de estas dietas, las cuales llegan a generar el desgaste físico y mental de las *idols*. Esto es respaldado por estudios científicos, los cuales han demostrado que, las dietas extremas generan un aumento del cortisol en respuesta al estrés que genera la inanición en el cuerpo (Vidal & Rodríguez, 2022). Las dietas extremas también han sido asociadas con el desarrollo de hipotiroidismo, hipotermia, amenorrea y una baja densidad ósea (Vidal & Rodríguez, 2022).

Considerando los efectos negativos que las dietas conllevan, varias entrevistadas comentaron que debería priorizarse la salud de las personas en lugar de su apariencia, considerando también su salud mental. Esto podría deberse a la toma de conciencia de la importancia de la salud mental a partir de la pandemia por COVID-19 (Leung et al., 2022; Meda et al., 2021) y a los desafortunados casos de suicidio que se han dado en el mundo del *k-pop* debido a la presión y las constantes críticas hacia las y los *idols* (Mysyk, 2023).

#### 1.4. *Identificación de factores que influyen en el aspecto físico de las personas*

Las participantes consideran que sería más factible para ellas cumplir con los estándares de belleza peruanos, esto debido a que, en comparación con los estándares coreanos, “es menos exigente [...] creo que el peruano es menos extremo. Aún así te piden muchas cosas, pero sería más fácil poder llegar ahí que al coreano” (L, 19 años). Al pensar en ello, identificaron diversos factores que influyen en la apariencia de una persona.

Primero, consideran importante tener el deseo de alcanzar estos estándares, es decir, que “es cuestión de que esa persona quiera, pues no, si uno se lo propone, lo valora. Pero si es una persona que no quiere, o simplemente no está interesada, como yo, es un poco más difícil” (M, 23 años). Segundo, se debe considerar los recursos económicos, pues también se debe costear los servicios de nutricionistas y productos para el cuidado de la piel, e incluso, cirugías estéticas.

[...] El cuerpo que tiene requiere trabajarlo diariamente. Entonces, para las mujeres peruanas conseguir ese cuerpo es...es irreal, porque ella vive de su imagen. Entonces normal, pues todos los días puede darle al gimnasio, tiene nutricionistas que le ayuden a saber qué es lo que come, qué es lo que no, como para mantener ese tipo de cuerpo (S, 24 años).

Respecto al segundo punto, los recursos económicos también influyen en la calidad de la alimentación, pues los alimentos ultraprocesados se pueden conseguir de forma más rápida y a un bajo costo, en comparación con los alimentos catalogados como saludables (Montero-López et al., 2021). Cuarto, consideran que tendrían que realizar cambios en su estilo de vida e implementar rutinas de ejercicio o de cuidado de la piel. Sin embargo, lo primero sería difícil de ejecutar en zonas caracterizadas por un bajo nivel socioeconómico, en las cuales la inseguridad ciudadana ha aumentado entre los años 2010 y 2019 (Cavero et al., 2022). Ello promueve el miedo en las personas, disminuye su libertad de tránsito y limita el desarrollo de actividad física en espacios públicos y gratuitos (Montero-López et al., 2021).

Quinto, las mujeres peruanas tendrían limitaciones para emular los estándares coreanos debido a la genética, pues “si hablamos de genética peruana, es muy distinta la genética coreana. Entonces, si alguien de acá quiere tener los estereotipos coreanos va a ser un poco más difícil, porque tal vez tiene que recurrir a cirugías” (M, 23 años). Esto permite evidenciar que hay ciertas características que se pueden cambiar a través de procedimientos cosméticos bastante sencillos; tales como inyecciones de bótox para cambiar la forma de la nariz o elevar los pómulos; aunque también existen procedimientos estéticos más complejos como la liposucción para reducir la grasa focalizada (Barboza & Arias, 2023).

Sin embargo, hay otras características determinadas genética y fenotípicamente que no son tan sencillas de cambiar, sobre todo sin perjudicar la salud física y mental. La colonialidad en Sudamérica asocia la claridad de la piel y los rasgos faciales caucásicos con un mayor estatus social; como parte de la supremacía blanca (Gómez, 2023). Así, las características de las poblaciones nativas adquirieron una connotación negativa (Gómez, 2023). Es así que, al igual que en la actualidad, se normalizó el uso de lociones blanqueadoras, independientemente de las sustancias nocivas que contenían, como el mercurio (Gómez, 2023).

Por otro lado, dos participantes mencionaron que es posible alcanzar el estándar coreano con trabajo y esfuerzo; sin embargo, esto podría ser difícil de mantener en el tiempo. Ello va en línea con investigaciones empíricas que señalan que entre el 90 al 95 por ciento de personas que se someten a una dieta recuperan hasta dos tercios del peso perdido en tan solo un año (Harrison, 2019).

## 2. Diferenciación de roles de género en Perú y Corea del Sur

### 2.1. *Exigencias respecto a la personalidad y conducta para hombres y mujeres peruanas*

Una de las participantes comentó que existen ciertas exigencias sobre la conducta de las mujeres: “Me decían que una mujer no podía estar hablando. No podía levantar la voz. Me decían que una mujer tiene que sentarse de cierta forma, que no puede expresarse con jergas” (L, 19 años). En Perú, también persiste la idea de que “la mujer tiene que ser delicada, delicada, y también educada” (A, 21 años). Todo esto reduce a las mujeres a seres frágiles, vulnerables y pasivos (Janos & Espinosa, 2015) que, en una sociedad religiosa como el Perú, se sostiene en la creencia de que las mujeres deben imitar el modelo mariano (Sztorc, 2018). Es decir, deben ser abnegadas, humildes y sumisas (Sztorc, 2018).

En cuanto a su rol, las participantes consideran que aún hoy en día persiste la idea de que la mujer debe dedicarse al cuidado del hogar:

[...] Y la mujer, bueno, también les exigen eso, por una parte [...] cuidar de la casa” (B, 20 años). Por otro lado, se considera que “el hombre tiene que ser caballeroso, tiene que ser fuerte para una mujer. Tiene que ser atento con ella (A, 21 años).

De este modo, se replican roles tradicionales de género y relaciones jerárquicas, en las cuales la mujer se encuentra reducida al ámbito privado y el hombre, quien provee los recursos a través de su papel productivo, goza de libertad en el ámbito público (Janos & Pezzia, 2015).

Entonces, retomando los estándares físicos de belleza, los hombres deben tener un cuerpo musculoso que les permita ser activos y agresivos (Bettinsoli et al., 2019). Mientras tanto, se espera que las mujeres sean gentiles, amables, delicadas y pasivas, para lo cual sus

cuerpos deben ser delgados (Frederick et al., 2015; Makarim et al., 2020). Así, a estas exigencias físicas subyace algo más profundo: el control sobre la conducta y personalidad de las personas según su género.

Si bien en los últimos años algunas participantes han percibido un cambio, consideran que aún hay mucho por lograr en términos de igualdad de género. Esto podría deberse a la fuerza del conservadurismo católico en la sociedad y política peruana, el cual se contrapone a la liberación femenina en aras de proteger la familia tradicional (Barrientos-Silva, 2023; Casey-Pariseault, 2022). Además, la búsqueda de igualdad y la libre elección de las mujeres ha sido asociada con la contrainsurgencia y la ideología de izquierda, la cual es rechazada por un porcentaje significativo de la población tras el Conflicto Armado Interno (Azcona & Del Prado, 2020). Es así que, en la actualidad, la fuerza del movimiento feminista en Perú es débil, al compararlo con su presencia en otros países latinoamericanos (Blejmar, 2022).

## 2.2. *Exigencias respecto a la personalidad y conducta para hombres y mujeres coreanas*

En el caso de la sociedad coreana, la cual evidencia un bajo índice de igualdad de género (Zhang & Zhang, 2020), las participantes perciben que las exigencias respecto a la personalidad y conducta de las mujeres son altamente restrictivas.

[...] Creo que la mayoría allá aún mantiene esa imagen de que la mujer debe ser conservadora, callada, eh no, no ser muy ruidosa, no ser muy escandalosa, no tener tatuajes, no tener piercings, no pueden hacer nada con su cuerpo si no les dan permiso (V, 21 años).

Esto se ve reflejado en las figuras mediáticas, pues “las *idols* tienen que ser, aparte de delicadas, bien comportadas, tener un buen comportamiento” (A, 21 años). Esto podría deberse al confucianismo, filosofía que tiene como idea central que las relaciones sociales se basan en una jerarquía de gobernante-súbdito (Han et al., 2020). En ese sentido, promueve una estructura social jerárquica basada en el género, edad y la clase social (Kim, 2018; Sun et al., 2022). Esta idea central, entonces, sostiene la subordinación de los hijos a sus padres, de los más jóvenes a sus mayores, de los pobres a los ricos, y de las mujeres a los hombres. Esta relación jerárquica entre hombres y mujeres da cuenta de la presencia de una estructura patriarcal en dicha filosofía (Jeon, 2023), en la cual se busca un control estricto sobre los cuerpos femeninos (Sun et al., 2022)

## 2.3. *Sobre el machismo en la sociedad peruana y coreana*

Entonces, se evidencian similitudes en la representación de las participantes acerca de las exigencias para las mujeres peruanas y coreanas, tales como la sumisión, la dependencia y

el mostrar una actitud complaciente. Sin embargo, también se identifican diferencias. Algunas participantes consideran que en Perú “es como que, si bien es cierto quieren que las mujeres sean dóciles y que se casen y demás, no es tan exagerado como allá [en Corea]” (V, 21 años). Comentan que este cambio se observa por medio de la conducta de mujeres jóvenes, que transgreden las exigencias anteriormente mencionadas, por lo que este cambio es impulsado, principalmente, por las nuevas generaciones. Esto podría deberse a que las personas más jóvenes suelen tener acceso a un mayor nivel educativo, lo cual ha sido relacionado con una perspectiva más liberal y una menor aceptación de los roles de género tradicionales (Kowalski & Scheitle, 2020).

En cuanto a la percepción de las participantes de una mayor exigencia por parte de los estándares coreanos que los peruanos, esto podría entenderse a partir de la presencia de actitudes conservadoras que derivan en el machismo en ambos países. Esto se puede ver en el Índice Global de la Brecha de Género (2023), el cual tiene como objetivo analizar la división de los recursos y las oportunidades entre hombres y mujeres al medir su participación en la economía, mundo laboral y política; y su acceso a la educación y esperanza de vida. De acuerdo a estos datos, Perú tiene una brecha de género del 76.4%, ubicándose en el puesto N° 34. Corea, por otro lado, se encuentra en el puesto N° 105. Así, se evidencia que en Corea del Sur la división de los recursos y las oportunidades entre hombres y mujeres es menos equitativa, al compararla con Perú (Índice Global de la Brecha de Género, 2023). Estas estadísticas se pueden ver reflejadas en diferentes eventos ocurridos en Corea del Sur; tales como el feminicidio de una mujer coreana a manos de un hombre, con el cual se negó a tener una relación romántica (Silva, 2023). También se menciona el auge del movimiento “*Escape the Corset*”, el cual busca liberar a las mujeres de elementos tradicionalmente asociados a lo femenino, como el maquillaje excesivo o las cirugías plásticas, que se han convertido en un imperativo sin el cual no se puede vivir en Corea del Sur (Silva, 2023).

Todo ello, junto a otros eventos, finalmente dio paso a un movimiento feminista con un desarrollo predominantemente *online*, el movimiento “4B”. El nombre hace referencia a cuatro actividades que, entendiendo la femineidad desde lo tradicional, constituyen hitos importantes en la vida de una mujer. Así, las mujeres que apoyan este movimiento se rehúsan al matrimonio (*bihon*), a maternar (*bichulsan*), a tener citas con hombres (*biyeonae*) y a tener relaciones sexuales con hombres (*bisekseu*) (Lee & Jeong, 2021), desafiando así a una sociedad que les impone un rol reproductivo y de cuidadoras, facilitando el éxito laboral de los hombres (Silva, 2023).

### 3. Impacto de los estándares de belleza en la vida de las mujeres

### 3.1. *Impacto de la belleza en la interacción social*

En primer lugar, las participantes consideran que el ser bella influye en cómo los demás tratan a las mujeres en los diferentes ámbitos: “O sea... la manera en cómo la gente te trata básicamente. Si te ve bonita es como que, se te acerca, te trata con más...cariño, no es tan violenta al momento de interactuar contigo” (F, 23 años). Esto podría deberse a una asociación estereotípica positiva entre lo “bello” y lo “bueno” (Marson & Hessmiller, 2016; Van Leeuwen, 2004), en la cual las personas bellas son juzgadas de forma positiva (Braun et al., 2012; Gao et al., 2020). Esto también aplicaría para el inicio de relaciones románticas, pues como Wang et al. (2010) señalan, las personas están más dispuestas a iniciar amistades en línea con quienes tienen fotografías atractivas.

[...] En una entrevista de trabajo, por ejemplo, este...este tema, podría ser este tu beneficio si te consideran bella. Porque depende también del trabajo, hay momentos en los que uno necesita estar en contacto con el cliente en todo momento, y entonces ven a alguien que esté... que creen que resalta entre las demás, creo que la verían como perfecta para este trabajo y la escogerían más seguido (L, 19 años).

En el ámbito laboral, las personas percibidas como atractivas tienen más probabilidades de ser llamados nuevamente para una entrevista laboral, de ser contratadas y de ganar más dinero (Galarza & Yamada; 2019; O'Connor & Gladstone, 2018). Esto evidencia que el atractivo físico repercute en la vida de las personas (Schneickert et al., 2020) y ofrece diversas ventajas para las personas atractivas (Schaap et al., 2023).

### 3.2. *Bullying y discriminación hacia las mujeres que no cumplen los estándares de belleza*

Por el contrario, aquellas mujeres que no encajan con los estándares de belleza, serían víctimas de maltrato y bullying: “[...] más que todo lo que era el colegio. Eh yo...se paraban burlando de mí, no. Por mi aspecto físico, porque era más gordita, tenía más piernas, era más cachetona” (M, 23 años).

Esto es denominado como *lookismo*, término que refiere a la discriminación basada en el atractivo físico (Marson & Hessmiller, 2016), y busca denigrar a quienes no evidencian rasgos físicos asociados a un alto rango en la jerarquía social, tales como la blancura o delgadez (Tipa et al., 2021). Como cualquier otro tipo de discriminación, es un factor de riesgo que afecta negativamente la salud de quienes lo sufren (Lee et al., 2017). Entendido de esa forma, el *lookismo* consiste en un castigo hacia quienes no cumplen con los ideales de belleza, y se da particularmente a las mujeres (Yáñez, 2001). Esto se debería a que las ideologías tradicionales explícitamente sexistas, las cuales restringían el rol de la mujer al hogar, han perdido fuerza en

las sociedades occidentales (Ramati-Ziber et al., 2020). Por ello, la búsqueda de belleza se ha convertido en un imperativo hacia las mujeres, constituyendo una medida coercitiva; y aquellas que no lo cumplen son consideradas inmorales (Ramati-Ziber et al., 2020). Así, al no atenerse al mandato de gastar su dinero, tiempo y esfuerzo en alcanzar la belleza y atentar contra la primacía de los hombres (Ramati-Ziber et al., 2020), estas mujeres deben ser castigadas (Yáñez, 2001).

### 3.3. *Desventajas experimentadas por las mujeres que cumplen con los estándares de belleza*

Ahora, ya se ha mencionado algunos de los beneficios de ser considerada bella; sin embargo, esto también conlleva diversas desventajas.

[...] Una mujer muy bella caminando por la calle a veces llama la atención de muchas personas, pero hay un lado negativo ahí [...] pueden llamar atención de otras personas que no son eh tan agradables, se puede decir [...] Y pueden soltar comentarios muy feos, que no son nada cómodos para esa persona (B, 20 años).

Martínez-Líbano et al. (2023) explican que el acoso sexual es una manifestación de las relaciones desiguales entre hombres y mujeres, y tiene como objetivo reforzar la idea de que el espacio público es masculino, de modo que las mujeres no son bienvenidas. Esto tiene un gran impacto a nivel emocional, pues genera tristeza, miedo, incomodidad, ira; además de reducción en la calidad del sueño y disminución de la autoestima (Kennedy & Prock, 2018).

Todo esto, a su vez, contribuye a la depresión, ansiedad, y trastorno de estrés postraumático (Martínez-Líbano et al., 2023).

De este modo, el miedo y la percepción de peligro pueden alentar a las mujeres a adherirse a las normas tradicionales de género y a comportamientos que restringen su independencia en el espacio público (Day, 2001). De no seguir esta conducta esperada, los hombres podrían intentar reafirmar su posición superior por medios extremos “Aparte de acosarte [...] por no hacerle caso a esa persona, a veces llegan a casos extremos, quitarles la vida solamente por no hacerle caso” (A, 21 años).

[...] Que todo el mundo te esté diciendo a cada rato lo bonita que eres, lo bien que te ves, y que les inspiras y demás, puede hacer que te sientas presionado a siempre cumplir ese estándar, ¿no? Y que en el momento en que tú creas que hay algo que no está cuadrando, que no está como debería, entres en algún tipo de crisis, ¿no? Puede ser ansiedad, depresión, los trastornos y demás (V, 21 años).

Esto va en línea con un estudio realizado por Marson y Hessmiller (2016), el cual tenía como un criterio de inclusión el que sus entrevistadas se encontraran participando de un

concurso de belleza, de modo que pudieran ser definidas como “bellas” desde un criterio objetivo. Así, encontró que las mujeres bellas se encontraban bastante conscientes de su apariencia, y del impacto que esta tenía en su vida.

En cuanto a la depresión y ansiedad que estas mujeres podrían experimentar, se explica por medio de la Teoría de la Disonancia Cognitiva. De acuerdo con Marson y Hessmiller (2016), este proceso emerge cuando un individuo se enfrenta a dos realidades sociales que se contraponen entre sí. En el caso de las mujeres bellas, estas tienen, por un lado, ventajas por ser particularmente atractivas; y por otro, están sujetas a la hostilidad como consecuencia de ser atractivas. Es en este proceso de toma de decisión entre una u otra realidad que surgen la ansiedad o depresión (Marson & Hessmiller, 2016).

### **3.4. *Sintomatología frente a la preocupación por la imagen corporal asociada a los TCAs***

Considerando la relevancia de la imagen corporal en la cotidianidad, es importante comprender qué efectos puede tener la preocupación por esta. Algunas mujeres, al estar preocupadas por su apariencia, podrían dejar de comer: “Más que todo porque uno va a estar más atento de cómo se ve físicamente... tal vez pueda dejar algunos de comer” (M, 23 años). De forma particular, dos participantes comentaron haber restringido la ingesta de alimentos debido a su preocupación por su imagen corporal. Una de ellas mencionó haber tenido atracones luego de este período de restricción, lo cual ha sido respaldado por evidencia empírica (Becker et al., 2017; Tucker 2006).

En esta línea de mantener un “peso adecuado”, algunas participantes comentan haber recurrido al ejercicio como un medio para controlar el peso en algún momento de su vida: “Intento mantenerme ahí, al margen, el medio [...] El hecho de tener mis horarios para hacer ejercicio. Obviamente, está bien porque me relaja, pero también hasta un punto es porque no quiero engordar” (F, 23 años). Un estudio realizado por Askew et al. (2020) encontró que tanto la preocupación, como la sobrevaloración e insatisfacción con el cuerpo mostraron relaciones significativas con la mayoría de los síntomas concurrentes de trastornos alimenticios y los fenómenos psicológicos asociados. Particularmente, la preocupación por el peso y la forma del cuerpo fue un predictor más confiable de los síntomas de los trastornos alimentarios que la sobrevaloración y la insatisfacción (Askew et al., 2020).

## **4. Agentes socializadores que influyen en las representaciones de belleza**

### **4.1. *Internalización de estándares de belleza por medio del proceso de socialización***

Los trastornos alimenticios están asociados con múltiples complicaciones médicas (Hernández-Escalante & Laviada-Molina, 2014; Himmerich et al., 2010; Weir, 2016), y psicopatología depresiva y ansiosa (APA, 2017), impactando así en la calidad de vida de las personas (Arija-Val et al., 2022; Solmi et al., 2020). Esto lleva a cuestionar por qué las mujeres se someterían a estas conductas nocivas. Ello podría deberse a la insatisfacción corporal e hipervigilancia del cuerpo, la cual es generada por la discrepancia entre los estándares femeninos de belleza retratados en los medios de comunicación y el cuerpo real de las mujeres (Marks et al., 2020; Opara & Santos, 2019).

[...] Creo que a veces cuando tienes una guía [...] y solamente ves lo que la mayoría de gente considera bello, crees que es lo único que hay y que es la única forma en que tú puedes ser bella, y tratas de imitar a esa persona (L, 19 años).

Asimismo, la idea de que se debe cumplir con el estándar de belleza predominante ha sido internalizada por muchas mujeres (Brierley et al., 2016), de modo que “tienen en la mente que solo puede ser bella si eres delgada, o si tienes un buen rostro, si estás bien maquillada o bien vestida” (B, 20 años). Esto ocurre por medio del proceso de socialización, el cual se da a lo largo de la vida (Smetana et al. 2015). En este proceso intervienen diversos agentes (Hoominfar, 2019), siendo los principales la familia, el grupo de pares, la escuela y los medios de comunicación (Bukowski et al. 2016).

#### 4.2. *Rol de los pares en el proceso de socialización*

En el caso de las participantes, evidencian que han sido socializadas acerca de los estándares de belleza por medio de sus pares a través de burlas y comentarios hacia sus cuerpos y el de compañeras.

[...] Creo que lo tengo más marcado en la secundaria, donde recuerdo que habían este grupo de niñas a los que le gustaba tratar a los demás como si fueran, pues feas, gordas y no merecedoras de nada, esas eran las la mayoría de comentarios que escuchaba yo, y no solamente a mí, sino también al grupo de amigos que yo tenía, no, que obviamente todos éramos fuera de lo...del estándar (V, 21 años).

Este fragmento evidencia las repercusiones que el no acoplarse a los estándares de belleza pueden tener. Además, la adolescencia se caracteriza por la búsqueda de identidad y el deseo de integrarse a un grupo de pares; por lo que el no lograr la aceptación del grupo podría generar dificultades en el desarrollo de habilidades sociales y la autopercepción y autoestima (Mariano et al., 2024).

Sin embargo, como Smetana et al. (2015) mencionan, las niñas internalizan la sociedad que los rodea, a la vez que se apropian de la información que el mundo adulto les

provee y, en base a esto, generan su propia cultura. Es así que cabe entender y cuestionar el rol de la familia.

#### 4.3. *Rol de la familia en el proceso de socialización*

De acuerdo con Smetana et al. (2015), la familia es un grupo que domina la experiencia infantil, ya que suelen ser quienes se encuentran en mayor interacción con el niño durante el período de mayor plasticidad cognitiva. Esto resulta esencial, en la medida en que varias de las participantes dan cuenta de la importancia del aspecto físico en sus familias, particularmente en las mujeres.

[...] Dentro de mi familia algunas personas femeninas, mis tías, son acomplejadas con la imagen, con el hecho de que quieren ser delgadas, ¿no? Y a veces como que me ven me dicen, quiero estar delgada como tú o quiero ser así. Me invitan a un gimnasio, a hacer una dieta, entonces si meten muchas ideas (B, 20 años).

Feltman y Szymanski (2018) explican que los comentarios constantes respecto al cuerpo podría llevar a las niñas y mujeres a internalizar una perspectiva de terceros sobre su físico y a considerarse a sí mismas como objetos cuyo único propósito es ser mirado y evaluado, lo cual constituye la autoobjetivación. Ello se manifiesta a través de la vigilancia corporal y se ha relacionado con una mayor vergüenza corporal y ansiedad por la apariencia (Feltman & Szymanski, 2018). Asimismo, repercute en la salud mental y puede llevar a la depresión y trastornos alimentarios (Tiggemann y Williams, 2012).

[...] Creo que me sentí bastante incómoda, molesta [con los comentarios que recibía sobre mi cuerpo por parte de mi familia y compañeros]. Creo que en parte... bueno, yo hoy en día tengo depresión, tengo ansiedad, y creo que todas esas cosas jugaron un peso importante, no, en que yo esté tan joven y tan deprimida. Incluso he tenido intentos de suicidio desde que tengo nueve, diez años. Y creo que, de haber sido bonita, de haber entrado en los estándares, a pesar de que mis problemas son más que nada familiares, desde mi percepción, creo que de haber sido bonita desde pequeña otro hubiera sido el resultado. Quizás no hubiera llegado tan lejos como llegué en su momento (V, 21 años).

Esto va en línea con hallazgos empíricos que demuestran que los síntomas de los trastornos alimenticios son altamente predictivos de tendencias suicidas, ya sea ideación suicida o intentos de suicidio (Lipson & Sonnevile, 2020). Esto se puede relacionar con conductas como la restricción dietética, las cuales constituyen experiencias dolorosas (Zeppegno et al., 2021). De acuerdo a la Teoría Psicológica Interpersonal del Suicidio, esta tendencia suicida estaría asociada a la Carga Percibida, que refiere al sentirse incompetentes y

como una carga para sus seres queridos, de modo que sienten que su muerte sería más valiosa para los demás (Zeppegno et al., 2021).

#### 4.4. *Diferencias generacionales*

Respecto a realizar comentarios sobre el cuerpo de otras personas, las participantes perciben que estos son realizados, en mayor medida, por las personas de generaciones anteriores. Para justificarse, estas personas mayores sostienen que sólo están expresando su opinión, o que buscan lo mejor para la otra persona. Por el contrario, consideran que esta tendencia a comentar sobre el cuerpo de las demás está disminuyendo entre las personas más jóvenes, pues son más empáticas y conscientes de las repercusiones que los comentarios pueden tener.

[...] Más que nada porque nos preocupamos más por la salud mental, ¿no?, entonces decimos, pues, “si a nosotros no nos gustaría que nos digan esto o lo otro, por qué lo voy a decir yo”. Cosa muy contraria a las personas mayores, ¿no?, que dicen “ay, pero es que yo te digo porque es lo que pienso” o “yo te digo porque, bueno, quiero lo mejor para ti” (F, 23 años).

Se considera entonces que el realizar dichos comentarios estaría relacionado con el hecho de que estos han sido normalizados en sociedades colectivas, pues se busca encajar en el endogrupo y, por tanto, seguir los estándares sociales (Holmes & Ma, 2023). Entonces, siendo las sociedades latinoamericanas tan colectivistas como las sociedades asiáticas confucianas (Krys et al., 2022), la crítica hacia la apariencia de otros está normalizada.

### 5. **Cambios en las representaciones de belleza de las participantes**

A pesar de esta socialización primaria, las participantes dan cuenta de que en la actualidad tienen una perspectiva diferente acerca de la belleza.

#### 5.1. *Perspectiva dualista de la belleza*

Las participantes fueron socializadas de una manera que priorizaba el aspecto físico y promovía la preocupación constante por el cuerpo. Así, se llega a considerar al cuerpo únicamente como un objeto o un conjunto de partes del cuerpo, sin considerar su personalidad. Esto va en línea con lo mencionado con una de las participantes, quien señala que no se consideraba la personalidad de las artistas de los primeros años de los 2000.

[...] Su belleza, porque más para mal que bien, antes casi no era considerado importante lo que ellas opinaban, cómo eran como personas, qué querían. Si no eran simplemente artistas X que se veían muy bien y había que tomarles fotos, había que grabarlas, nada más” (V, 21 años).

A pesar de esto, actualmente todas consideran que, si bien el aspecto físico es parte importante de lo que consideran “bello”, no lo es todo.

[...] Porque antes, como decía, yo pensaba que una mujer bella era como que delgada, estar dentro de los estereotipos, cumplirlos al 100%, y que si no cumplías eso, no era guapa, no era guapo, ¿no? Pero ahora entiendo que la belleza no es solamente física, sino también cómo uno es como persona (M, 23 años)

Esto se relaciona con el término de “conceptualización amplia de la belleza”. De acuerdo con Luo et al. (2019), esto refiere al grado en que las mujeres definen la belleza femenina reconociendo la diversidad de características físicas, y considerando las características internas, tales como la seguridad y la personalidad (Tylka & Iannantuono, 2016). Esto ocurre en el caso de la mayoría de las participantes, quienes comentan que “hay tantas formas de cómo una mujer se vería bonita físicamente” (S, 24 años). También comentan que, para considerar que una mujer es bella, toman en cuenta su confianza en sí misma y actitud:

[...] Por lo menos Hwasa me gusta que ella siempre se muestra con confianza. Es como que ella viste lo que quiera, se pone lo que quiera, va a donde quieren, o sea, no hace caso a los este...comentarios y es algo que sí me gusta bastante de ella (M, 23 años).

## 5.2. *Agentes que han influido en la representación actual de belleza de las participantes*

Para llegar a tener dicha conceptualización amplia de la belleza, las participantes pasaron por un proceso de cuestionamiento e introspección. Así, quienes mantenían conductas desordenadas de la alimentación pudieron haber notado el malestar que intentar alcanzar los estándares de belleza les generaba “No quería que todos los días esté estresada por cuánto peso, cuánto peso o qué es lo que voy a comer” (S, 24 años).

La mayoría de participantes menciona que, además de haber pasado por este proceso interno de cuestionamiento, fueron influenciadas por algunos agentes socializadores, principalmente sus pares, seguido del entorno universitario, medios de comunicación y psicólogos.

[...] Fueron algunas amigas del colegio. Como andaba con ella todos los días este... algunas creían igual que yo, otras si veían diferente o me contaban de que tal vez su psicóloga o su mamá les habían como instruido de forma distinta, y me hicieron ver que lo que yo veía como malo en realidad estaba bien (L, 19 años).

Esto concuerda con lo propuesto por Lahire (2007), quien sostiene que la socialización se divide en la etapa primaria –que ocurre en el núcleo familiar– y en una etapa secundaria – la cual se lleva a cabo cuando el individuo entra en contacto con grupos distintos a la familia.

En cuanto a los medios de comunicación, la mayoría de participantes considera que estos no tuvieron un gran impacto en su infancia. Sin embargo, eso ha cambiado, y actualmente consideran que los medios de comunicación –particularmente las redes sociales– han tenido cierto impacto en su representación de la belleza. Desde una perspectiva del desarrollo, esta reconoce que la adolescencia constituye un período caracterizado por cambios a nivel físico, cognitivo y social, que pueden dar paso a preocupaciones sobre la imagen corporal (Fioravanti et al. 2022). A eso, se suma el fácil acceso a contenidos digitales, y mayor libertad para el uso de una variedad de dispositivos; lo cual le da a las redes sociales un rol elemental (Gupta et al., 2022). Es así, que influyen en la formación identitaria, la expresión de esta, la conexión social y aprobación de pares; por lo que su papel durante la adolescencia es elemental (Gupta et al., 2022).

Lo mencionado hasta este punto también da cuenta del proceso de formación de las representaciones sociales en este grupo de jóvenes; quienes logran encontrar un modelo de su propia construcción de la belleza en la imagen concreta de *idols*. Para ello, han pasado por un proceso de selección de algunos elementos de la cultura peruana, y otros de la cultura surcoreana, conformando así un núcleo figurativo. Además, se evidencia el proceso de anclaje, dado que para definir la belleza se toma como base la importancia del aspecto físico aprendido en su círculo familiar: sin embargo, se integra con el conocimiento adquirido de sus experiencias y complejiza al asociar también las características de la personalidad.

## 6. **Papel del feminismo en la representación de la belleza de las participantes**

De acuerdo con la literatura, el feminismo actual –denominado como la cuarta ola del feminismo– toma fuerza gracias a la tecnología (Mohajan, 2022). Así, al encontrarse en espacios virtuales, facilita la accesibilidad a este colectivo, y permite la construcción de redes feministas globales (Peroni & Rodak, 2020).

Gracias al poco cuidado de mis papás y gran acceso al internet, he podido formar mis conocimientos y mi personalidad en base a grupos de Facebook, como era en ese tiempo, y la información se compartía más que nada por Facebook, por Twitter eh, YouTube. Entonces, eh me informé bastante al respecto, y creo que podría considerarme a mí misma feminista (V, 21 años).

### 6.1. **Identidad feminista y cuestionamiento de roles de género**

La mayoría de las participantes se identificaron como feministas “yo creo que soy una feminista. No por el lado radical, sino que considero que hasta ahora hay muchas injusticias, o todavía hay un machismo que prevalece en la sociedad” (L, 19 años). Sin embargo, otras no lo hicieron debido a una percepción negativa de este grupo: “Ahorita el pensamiento feminista

es... bueno no me gusta, porque en realidad va más para...como discriminar a los hombres, o sea, solamente por decir “Ah, yo soy chica, ya, voy odiar a los hombres ahora”” (A, 21 años). Se observa que se hace referencia a un tiempo pasado, en el cual el pensamiento feminista sí podría haber sido de su agrado y representar sus ideales; sin embargo, ahora consistiría en odiar a los hombres.

Eso resulta llamativo, pues ya en la época de los 70s se tenía una representación de las feministas como personas que amenazaban el *status quo* y odiaban a los hombres (Pérez-Tirado, 2019). En esta línea, Pérez-Tirado (2019) propone que la asociación del feminismo con el extremismo constituye una barrera para la identificación con este movimiento. Como Zucker (2004) comenta, “muchas mujeres, incluso cuando abrazan los principios feministas, se resisten a ser etiquetadas como feministas” (p. 423). Esto se explicaría a través de la Teoría de la Identidad Social, la cual propone que todas las personas tratan de alcanzar y mantener una identidad social positiva para mantener su propia estima (Morales, 2007). Dicha identidad se adquiere cuando realizamos comparaciones favorables entre nuestro propio grupo y otros grupos (Morales, 2007), de modo que al asignar características percibidas como negativas al grupo de feministas –tales como “odia hombres” o “lesbianas” (Acosta-Alzuru, 2003)–, las participantes preferirían no identificarse con este. Por el contrario, algo que podría beneficiar la identificación con dicho grupo sería el conocer a feministas directamente (Zucker, 2004).

Así, a pesar de que no todas las participantes se identificaron como feministas, todas mostraron rechazo a las exigencias diferenciadas sobre la apariencia y roles para hombres y mujeres: “Que debería cambiar. Que tal vez debería ser un igual para ambos, mitad y mitad. Partes iguales, que a ambos se les debería exigir lo mismo” (B, 20 años). Entonces, contrario a lo que tradicionalmente ha sido asociado con lo femenino (Janos & Pezzia, 2015), consideran que una mujer bella es trabajadora, extrovertida y segura de sí misma.

## 6.2. *Búsqueda de libertad de decisión sobre el propio cuerpo*

Las participantes comentaron que existe una constante crítica hacia las mujeres, particularmente por parte de los hombres: “Y es como si los hombres se quejaban mucho de cómo las mujeres, o sea, exigen mucho de cómo quieren que una mujer se vea. Cómo quieren que su pareja se vea, o sus hijas se vean” (S, 24 años). De acuerdo con Wolf (1991), este control e hipervigilancia ha sido establecido por las estructuras dominadas por hombres, y tiene como objetivo despojar a las mujeres de su dignidad y evitar su resistencia.

Para entender a qué podría deberse la percepción de esta exigencia, tanto en Perú como en Corea del Sur, es importante considerar el contexto sociohistórico. Como Silverstein y Perlik (1995) explican, en la época de 1920 y 1970, la delgadez dominó el mundo del modelaje, de

modo que las modelos estaban lejos del ideal curvilíneo. Este período coincidió con las décadas en las que se produjeron varios cambios sociales que buscaban la igualdad de derechos para las mujeres, así como la libre elección sobre su cuerpo en la sociedad occidental (Silverstein & Perlik, 1995). Entonces, para Lin y Raval (2020), en la medida en que estos cambios desafían al patriarcado, las imágenes de la belleza femenina se vuelven más estrictas y represivas para oprimir a las mujeres. Así, en ese período las mujeres tenían la mente ocupada en una cosa, principalmente: su peso. Actualmente, con el ideal curvilíneo identificado por las participantes, muchas mujeres emplearían todo su tiempo y energía en una cosa: el ejercicio.

## 7. Representaciones acerca del *k-pop* como un mecanismo de dominación patriarcal

### 7.1. *K-pop* como un medio que mejora la autoestima o brinda más seguridad

Algunas de las participantes comentaron que el *k-pop* ha tenido un impacto positivo en ellas, pues les ayudó a sentirse en la libertad de expresarse y mostrar su personalidad.

Yo conocí el *K-pop* este hace unos 3, 4 años, por ahí. Justo cuando también estaba como que mi pico de no tener tanta autoestima o este amor propio hacia mí, pero cuando conocí el *k-pop* y vi la gran variedad, o más que nada, yo creo que vi la seguridad, más que nada de las chicas. Eso tuvo un gran impacto porque [...] ellas se sentían seguras [...] entonces esta forma hizo que también mi pensamiento cambie [...] Entonces creo que esta, como decía, como confianza, seguridad en sí mismas, fue clave para que también yo pueda resaltarme, expresarme como yo quería, porque muchas veces no vestía algo porque tenía miedo que me lo critiquen. Y cuando vi que ellas [*idols* y *k-popers*] rompían estas barreras, entonces me motivaron para que también lo haga yo [...] (L, 19 años).

Esto puede deberse, en parte, al mensaje que muchas canciones de *k-pop* transmiten, mensajes que las y los *idols* replican a través de entrevistas o publicaciones en redes sociales (Ugarte, 2022). Como Ugarte (2022) señala, estas promueven el mantener una actitud positiva ante las adversidades, el trabajo duro, la perseverancia, la autoaceptación y el amor propio. Esto se puede observar, por ejemplo, en la popular tendencia en *Twitter* *#BTSLOVEYOURSELF*, en el cual las fans de este grupo compartían su proceso de autoaceptación y la inspiración que obtenían de los *idols* (Saraswati, 2020).

Asimismo, es importante considerar la teoría de la identidad social propuesta por Tajfel y Turner (1979). Esta postula que la identidad de un individuo se compone de un yo personal y un yo social mediante la autocategorización (Laffan, 2020). De esta manera, los individuos se identifican con un grupo particular y experimentan vínculos positivos con este, lo cual conlleva fluctuaciones en la autoestima y la superación personal, como resultado de la autocategorización (Tajfel y Turner, 1979). En esta línea, un estudio realizado por Laffan

(2020) encontró que los niveles más altos de fanatismo por el *k-pop* predijeron mayores niveles de felicidad, autoestima y conexión social.

## 7.2. *Exigencia de roles tradicionales de género en el k-pop*

Las participantes consideran que toda persona que se convierte en *idol*, pasa por un proceso de transformación “Creo que de hecho todas las empresas, una vez que debutan a sus artistas, se encargan de volverlos así, estéticos, para que sean... para que reciban buenos comentarios por parte del público” (B, 20 años). Esto se entiende en la medida en que el aspecto visual es esencial para el *k-pop* (Venters & Rothenberg, 2023), y busca satisfacer los estándares de belleza tanto de su público surcoreano, como el de su audiencia occidental (Lee et al., 2017). En este punto, es importante considerar que la sociedad coreana ha pasado de basarse plenamente en el confucianismo patriarcal, a fusionarse con el neoliberalismo occidental en su proceso de democratización (Koo, 2019; Sun et al., 2022). Desde esta hibridación cultural, las mujeres aún son relegadas a posiciones inferiores, lo cual no es diferente en el mundo del entretenimiento. Como Venters y Rothenberg (2023) mencionan, la globalización del *k-pop* y la fuerte competencia en el mercado interno, ha generado que las empresas lleven una estricta gestión de sus grupos. Para ello, controlan tanto su aspecto físico, como su personalidad y vida privada (Jonas, 2021; Shin, 2017). Así, las élites corporativas que “fabrican” a las y los *idols* buscan satisfacer los intereses y necesidades del mercado, de modo que los someten a condiciones laborales explotadoras, y a extremos regímenes de entrenamiento y dieta (Venters & Rothenberg, 2023).

De este modo, se segrega a aquellas aspirantes a *idols* que no cumplen con dichos estándares –a pesar de su talento– y se sigue sometiendo a las *idols* a los valores patriarcales de Corea del Sur a través del control estricto sobre sus cuerpos (Kim, 2018). Las mismas agencias a veces las visten con ropa muy chiquita” (A, 21 años) “pero tampoco pueden mostrar demasiado, lo que ellos consideran demasiado” (L, 19 años). Este control de las empresas de entretenimiento va más allá de la imagen, para llegar a controlar incluso su personalidad: “He visto que las *idols* tienen que fingir su personalidad [...] O sea, no ser ellas mismas, ser otras personas” (A, 21 años). Este personaje que deben encarnar, se basa en los estereotipos femeninos al mostrarse recatadas, adorables y cariñosas (Lin & Rudolf, 2017) y son más estrictos en comparación con las exigencias hacia los *idols* (Venters & Rothenberg, 2023), lo cual concuerda con lo percibido por las participantes.

[...] Creo que, si bien se espera que sean también recatados de cierta manera, no es igual porque a ellos sí les dan la potestad de ser ruidosos, de molestarse, de jugar, de bromear libremente sin que nadie les diga nada” (V, 21 años).

De este modo, se observa que las *idols* femeninas están sujetas a las órdenes de las élites corporativas masculinas, y son un medio para replicar las relaciones jerárquicas por medio del control del cuerpo. Para esto, se recurre a la cosificación de las *idols* (O'Brian, 2002), la infantilización y sexualización (Venters & Rothenberg, 2023). Respecto a la infantilización, las participantes comentan que tanto las *idols* como los *idols* deben hacer *aegyo*, lo cual consiste en mostrar, de forma exagerada, una imagen tierna o adorable, casi infantil (Jang, 2020; Unger, 2015).

En Corea del Sur, “tanto *idols* hombres como *idols* mujeres tienen que hacer *aegyo*” (F, 23 años). Si bien los *idols* también hacen uso del *aegyo*, esto es menos frecuente (Jang, 2020), dado que la sociedad coreana asocia a las mujeres con la ternura y alguien que requiere de protección y cuidado (Jang, 2020). Como Jonas (2022) propone, la infantilización de las *idols* pone de manifiesto la fantasía masculina de que las niñas y mujeres jóvenes de entre 16 y 25 años son las más deseables, lo cual va en línea con la satanización del envejecimiento femenino en la sociedad coreana: “El tema de las canas también, por ejemplo, de la edad. A ellos no les satanizan mucho cuando envejecen [...] las mujeres apenas ven unas canas ya te tienes que teñir porque te ven mal” (F, 23). Ante esto, Wolf (1991) señala que esto se debería a que la juventud representa una falta de experiencia e ignorancia sexual; mientras que el envejecimiento es noble debido al poder y conocimiento que esto conlleva.

Por otro lado, la industria musical ha ofrecido una falsa sensación de empoderamiento femenino a través de la sexualización que, finalmente, reproduce los estereotipos de género tradicionales (Kim, 2018). En el *k-pop*, esto se ve en el concepto *girl-crush* que promueve la imagen de la mujer autónoma y empoderada, tanto a nivel económico como sexual (Sun et al., 2022). Así, atrae a la mirada masculina al emplear elementos “femeninos”, como los tacones y movimientos sensuales (Lee et al., 2020). Del mismo modo, atrae a las mujeres al ofrecer un modelo que ha logrado el éxito, la liberación sexual y un rol aparentemente activo sobre su cuerpo (Lee & Yi, 2020). Estas diferencias y roles de género tradicionales se observan también por medio de las coreografías, las cuales son un aspecto elemental, pues muchos *k-popers* buscan recrearlas. En estas, se identifica que las coreografías de los *idols* requieren de más fuerza; mientras que las *idols* deben mostrarse sensuales, creando esta dicotomía entre infantil y sexy (Kim, 2011):

[...] Con mi grupo mayormente sacamos coreografías de mujeres, porque para muchos se les dificulta interpretar a los varones, porque los varones tienen más fuerza, cada uno tiene su estilo y bueno, las mujeres como que son más... no utilizan tanta fuerza para bailar. Entonces, por eso se nos hace más fácil. Entonces sí siento que los varones

utilizan más fuerza para bailar, más firmeza, no son tan sensuales, no como las mujeres en las coreografías (B, 20 años).

De este modo, esta percepción de que la sociedad coreana es más exigente y machista que la sociedad peruana podría deberse a que sus estándares difieren con aquellos propuestos por el neoliberalismo que, finalmente, ofrecen un falso sentido de empoderamiento a través de la sexualización de las artistas por su supuesto “propio deseo”, en lugar de la imagen de una mujer explícitamente sumisa y débil (Kim, 2018; Sun et al., 2022).

### 7.3. *K-pop como herramienta para perpetuar estándares de belleza coreanos*

Durante la investigación, las participantes expresaron que existen diferentes rasgos y estilos que pueden ser considerados bellos. Sin embargo, algunas mencionaron que algo elemental para la belleza era el cuidar del aspecto físico:

Bueno, para mí la belleza, va más allá del color de piel o ese tipo de cosas, si no que creo que lo más importante es cómo una persona se arregle a sí misma [...] Creo que todos podemos llegar a ser bellos, siempre en cuanto mantengamos la higiene, el arreglo y demás (V, 21 años).

Esto va en línea con la Teoría Sociocultural de Vygotsky, la cual propone que los medios de comunicación influyen en la idea de lo que es una apariencia deseable (Lin & Raval, 2020) y, en el caso del *k-pop*, se promueve esta imagen pulcra y arreglada de las *idols*. De acuerdo a lo comentado por las participantes, este “arreglarse” implicaría el uso de maquillaje y un vestuario atractivo. Si bien esto puede ser visto de forma positiva, dado que las participantes mencionan la importancia del cuidado de la salud física y mental, también es algo que debe ser tomado con precaución y visto con una mirada crítica, pues esto podría relacionarse con el salutismo.

El salutismo consiste en la preocupación por la salud como un objetivo vital que pone la responsabilidad de la salud en el individuo sin considerar los problemas de salud pública (Samaniego, s.f.). Ello debido a que asume que cada individuo tiene la capacidad de decidir y cambiar su estilo de vida por uno más saludable (Samaniego, s.f.). Asimismo, es importante retomar lo mencionado por la participante que realiza ejercicio con el objetivo de controlar su peso. Esto debido a que, si bien actualmente puede ejecutarse por medio de una aproximación “flexible” que permite el bienestar físico y mental, esto puede evolucionar en conductas más rígidas y restrictivas (Harrison, 2019). De esta manera, se caería nuevamente en la vigilancia del cuerpo y búsqueda de una imagen “ideal”, en este caso, una apariencia arreglada y cuerpo “saludable”.

### 7.4. *K-pop como un medio que visibiliza una nueva masculinidad*

Para concluir este apartado, las participantes consideran que el *k-pop* muestra una “nueva” masculinidad, la cual consiste en hombres que cuidan su apariencia física y emplean productos del cuidado de la piel o para realzar sus rasgos faciales, como maquillaje:

[...] El ver que ellos se cuidan, ver que usan mascarillas, ver que usan... que se lavan la cara de por sí con un jabón especial, o que se maquillan, o se quieren mantener así, hidratados, pues eso también me ayudó a ver de “wow, qué chévere que ellos también”...o sea, abrir mi mente a esas posibilidades de “esto es normal”. O sea, no es nada fuera del común, es normal (S, 23 años).

Esto va en línea con la propuesta de Azizah y Dwiyantri (2021) de una masculinidad “suave”, en la cual los hombres poseen atributos físicos, mentales y emocionales que difieren de aquellos establecidos desde la masculinidad hegemónica. Esta última es una masculinidad occidental y estereotípicamente heterosexual, la cual se presenta a través de un cuerpo musculoso, rasgos faciales definidos, y la presencia de bello facial (Azizah & Dwiyantri, 2021; Oh, 2015). Mientras tanto, la masculinidad suave se presenta en un cuerpo delgado, pero tonificado, piel tersa, rasgos faciales suaves, y la ausencia de bello facial (Azizah & Dwiyantri, 2021). Todo esto, junto con el uso del maquillaje y cuidado de la piel, está tradicionalmente asociado con el afeminamiento y la homosexualidad (Oh, 2015). Este modelo de masculinidad suave también es más emocional y menos dominante que el modelo hegemónico, es más caballeroso y se enfoca en su capacidad mental, en lugar de la fuerza física (Azizah & Dwiyantri, 2021).

Esto podría dar la idea de que la sociedad coreana busca promover la igualdad entre hombres y mujeres, y contraponerse al modelo hegemónico; sin embargo, como Elfvig-Hwang (2011) menciona, para entender realmente el origen de esta masculinidad suave hay que considerar el contexto coreano contemporáneo. Este contexto es el de una sociedad de consumo, marcada por la relevancia del cuerpo (Featherstone, 2010), lo cual ya se ha evidenciado a través de las cifras de cirugía plástica.

Entonces, en el contexto actual, esta apariencia andrógina y cautelosamente cuidada, tiene dos objetivos principales. Primero, busca incrementar las ganancias del mercado de la belleza, especialmente de la belleza masculina (Chen & Zhong). Segundo, busca atraer a un público femenino occidental cansado de las representaciones de masculinidad tradicionales, que llegan a resultar violentas (Lee et al., 2020). En general, los *idols* ofrecen un atractivo andrógino que llama la atención de los jóvenes por su representación novedosa (Ugarte, 2022).

En ese sentido, Kim y López (2023) proponen que esta masculinidad no hegemónica es aceptada únicamente en tres entornos sociales. El primero, como ya se mencionó, es la

participación en la cultura de la belleza a través de la “inversión” en productos de belleza, que refuerzan el consumismo y refuerzan la sociedad jerárquica, pues marcan la diferencia entre aquellos con los recursos necesarios para invertir en su belleza, y aquellos que no los tienen (Elfvig-Hwang, 2011). En este aspecto, los *idols*, representantes de diversas marcas de moda y belleza, sirven como un modelo para su audiencia que buscaría alcanzar esta apariencia asociada con la movilidad social (Azizah & Dwiyanti, 2021). El segundo, es el entorno doméstico, donde los hombres se involucran en el cuidado de los niños y desempeñan un rol activo en la crianza (Kim & Lopez, 2023). El tercer escenario es el escenario artístico, que permite expresar la creatividad y excentricidad, que no respeta los límites de género (Kim & Lopez, 2023).

Sin embargo, como Elfvig-Hwang (2011) sostiene, esta representación de masculinidad no hace más que reforzar los roles binarios tradicionales a través del poder simbólico que sigue presente. Este poder se encuentra, por un lado, en su poder adquisitivo, el cual es inherente a su atractivo físico. Por otro lado, este modelo de masculinidad es presentado como un hombre inofensivo, amable y romántico, pero a su vez protector y territorial, lo cual no hace más que reforzar su heterosexualidad y la idea del hombre que protege a la mujer débil e ingenua (Ugarte, 2022).

## Conclusiones

El objetivo general de la presente investigación fue explorar las representaciones sociales de belleza femenina en mujeres jóvenes *k-popers* de Lima Metropolitana. Las participantes consideran que existe un estándar de belleza que sigue dominando a nivel mundial. Estas características a su vez son alabadas por la sociedad peruana; sin embargo, para ser consideradas bellas, las mujeres también deben tener una figura curvilínea. Mientras tanto, el ideal de hombre es musculoso y alto, evidenciando una mayor exigencia para las mujeres, en comparación con los hombres.

Algo similar ocurre en la sociedad coreana, la cual ha adoptado características de la hegemónica belleza occidental. Las participantes identifican que los estándares de belleza coreanos consisten, principalmente, en tener doble párpado, y una piel clara y tersa. En el caso de las mujeres, a esto se suma el deber tener un rostro pequeño y una barbilla en forma de V. Asimismo, las participantes enfatizaron en la necesidad de ser bastante delgadas, mientras que a los hombres sólo se les exige tener un cuerpo tonificado.

Este también se encuentra presente en el *k-pop*, ya que las *idols* recurren a métodos que constituyen un “riesgo para su salud”, tales como cirugías, dietas y/o ejercicio extremo. Mientras las participantes muestran preocupación por las dietas y ejercicio extremo, la mayoría está de acuerdo en que se sometan a cirugías plásticas siempre y cuando se realice de forma voluntaria y en beneficio de su autoestima, sin una problematización de su uso.

En cuanto a la representación de belleza de las participantes, ellas conciben que esto va más allá del físico. En ese sentido, las mujeres también están sujetas a normas sobre su conducta y rol en la sociedad. En el caso de la sociedad peruana, señalan que aún perduran los roles tradicionales de género, aunque ello está cambiando, principalmente en las generaciones más jóvenes. Es así que perciben que en Corea del Sur el machismo sería mayor que en Perú, lo cual se puede ver reflejado en las recatadas *idols*. Sin embargo, las participantes muestran preferencia y admiración por aquellas *idols* seguras de sí mismas, confiadas y que no temen expresar su opinión.

Consideran además que los estándares de belleza tienen gran importancia en la interacción social, pues el trato de las personas dependerá de la apariencia del otro. Por el contrario, las personas consideradas no-bellas experimentarían situaciones de violencia. Aún así, las personas bellas experimentan desventajas, tales como sufrir de acoso o malestar psicológico y emocional, provocado por la vigilancia constante al cuerpo, y dos experiencias que se contraponen: el del buen trato por ser bella, y la violencia que se ejerce sobre ellas debido, precisamente, a su apariencia. Esta preocupación excesiva por la imagen corporal

puede llevar a las mujeres a tener una alimentación restrictiva, atracones y culpa al comer, además de realizar ejercicio como una forma de control del peso.

Las participantes identifican que su idea de belleza fue inicialmente formada en su círculo familiar, particularmente por integrantes mujeres, y en la interacción con sus pares. Esto ocurría particularmente al escuchar los comentarios que otros hacían sobre su cuerpo o el cuerpo de otras personas. Esto fue identificado como bullying, maltrato o acoso por algunas de las participantes, haciendo explícita la violencia recibida. Ello generó la internalización de ideas sobre lo que es ser bella. Así, considerando sus experiencias personales y las emociones generadas por dichos comentarios, todas las participantes consideran que realizar comentarios despectivos sobre el cuerpo de los demás está mal. Actualmente, mencionan tener una representación diferente de la belleza femenina, la cual considera ciertos rasgos físicos y también la personalidad y actitud de las mujeres. Para llegar a esto, algunas comentan que pasaron por un proceso de toma de conciencia individual, mientras que otras se vieron influenciadas por diferentes agentes sociales.

En este punto, algunas mencionaron que los medios de comunicación les han permitido informarse sobre el feminismo y, de ese modo, cuestionar los roles de género. Además, si bien no todas las participantes se identificaron como feministas, todas concordaron en ideas esenciales de dicho colectivo.

A través de lo narrado por las participantes, se observó que el *k-pop* tiene un papel importante en la formación identitaria y en las representaciones de belleza de las *k-popers*. Así, para algunas participantes el *k-pop* fue un medio para promover su autoestima; y para otras, permitió fomentar una representación amplia de la belleza femenina al reconocer que esta puede ser un conjunto de diferentes características –no la personificación de un estándar hegemónico–, y tomar en consideración aspectos internos, tales como la personalidad y las actitudes. Sin embargo, casi todas las participantes comentaron que, debido al *k-pop*, también le dan más importancia a su aspecto físico y se involucran en conductas del cuidado corporal. En esta misma línea, varias participantes comentaron que consideran que lo más importante es estar saludables, tanto a nivel físico como mental. Finalmente, las participantes perciben que el *k-pop* promueve una nueva masculinidad, que se contrapone a los roles tradicionales de género debido al aspecto femenino de los *idols*; sin embargo, tras un análisis del contexto sociocultural, se observa que mantiene el *status quo*.

A partir de este estudio, surge la necesidad de cuestionar la idoneidad de cumplir con los estándares de belleza y evidenciar los comentarios denigrantes sobre el físico de otros como lo que son: violencia. Asimismo, esta investigación invita a reflexionar sobre qué es lo que

subyace a dichos estándares de belleza y qué es lo que se busca al imponer esta imagen ideal a las mujeres. Ello considerando que los estándares de belleza están interrelacionados con los roles de género y expectativas de conducta. Además, se hace un llamado a padres y madres de familia, quienes se constituyen como los principales agentes de socialización acerca de la belleza.

La presente investigación también pone de manifiesto un proceso de hibridación cultural que por el momento no ha sido muy investigado en el contexto peruano, en el cual el *k-pop* y parte de la cultura surcoreana se asimilan junto a los valores, costumbres y representaciones de las jóvenes limeñas. Se ve la priorización de la salud presente en las nuevas generaciones, lo cual va más allá de perder peso. En ese sentido, resultaría interesante profundizar en el significado de la “salud” y qué medidas se toman para ello, entendiendo que existe un delgado límite entre cuidar la salud y conductas desordenadas de la alimentación o trastornos como la ortorexia; y que la “salud” es más que la ausencia de enfermedad.

Finalmente, una de las limitaciones del estudio es que no logra recoger la diversidad de representaciones de belleza que pueden existir en un país que engloba diversas culturas como es el Perú. Tampoco considera en qué medida este producto cultural surcoreano ha llegado a las diferentes regiones del país. Otra limitación es la homogeneidad en el nivel educativo de las participantes, quienes, en su mayoría, se encontraban en un proceso de formación universitaria, que podría haber permitido el cuestionamiento a los estándares de belleza y roles de género tradicionales.

Considerando ello, se recomienda complementar y contrastar la información recogida al involucrar a *k-popers* de diferentes regiones. También sería importante indagar sobre cómo esto afecta a las jóvenes en su construcción y expresión identitaria, su vivencia del género, violencia, sexualidad o relaciones interpersonales. Convendría realizar un trabajo similar con adolescencias, dado que este período se caracteriza por la formación identitaria, y la búsqueda de pertenencia a un grupo. Asimismo, se podría realizar un estudio cuantitativo que visibilice el impacto de los estándares de belleza occidentales y de aquellos plasmados en el *k-pop*, empleando escalas para medir su satisfacción corporal o conductas desordenadas de la alimentación. Finalmente, se recomienda realizar una investigación similar con jóvenes hombres *k-popers*, para comprender el papel de las masculinidades performadas en el *k-pop* en la formación de sus representaciones de belleza masculina.

## Referencias

- Ackard, D. M., Croll, J. K., & Kearney-Cooke, A. (2002). Dieting frequency among college females: Association with disordered eating, body image, and related psychological problems. *Journal of Psychosomatic research*, 52(3), 129-136. [https://doi.org/10.1016/S0022-3999\(01\)00269-0](https://doi.org/10.1016/S0022-3999(01)00269-0)
- Agius M (2018) What is Beauty? Should Doctors point out Beauty to their patients during therapy?. *Psiquiatria Danubina*, 30(7), 555–558. <https://hrcak.srce.hr/file/382309>
- Aly, A., Tolazzi, A., Soliman, S., & Cram, A. (2012). Quantitative analysis of aesthetic results: introducing a new paradigm. *Aesthetic surgery journal*, 32(1), 120-124. <https://doi.org/10.1177/1090820X11430501>
- American Psychiatric Association [APA]. (2017). *What are eating disorders?* <https://www.psychiatry.org/patients-families/eating-disorders/what-are-eating-disorders>
- Amores, B. M. (2018). Intervención psicológica de un Trastornos de la Conducta Alimentaria abordado desde la Terapia Cognitivo Conductual: Presentación de un caso de Anorexia Nerviosa. *Información psicológica*, (116), 79-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6735206>
- Archer, A., & Ware, L. (2018). Beyond the Call of Beauty: Everyday Aesthetic Demands Under Patriarchy. *The Monist*, 101(1), 114–127. <https://doi.org/10.1093/monist/onx029>
- Arija-Val, V., Santi-Cano, M. J., Novalbos-Ruiz, J. P., Canals, J., & Rodríguez-Martín, A. (2022). Caracterización, epidemiología y tendencias de los trastornos de la conducta alimentaria. *Nutrición Hospitalaria*, 39(2), 8-15. <https://dx.doi.org/10.20960/nh.04173>.
- Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas [ACIS] (2022). *El K-Pop está dominando el mundo, y los datos de Spotify lo demuestran.* <https://www.acis.org.co/portal/content/NoticiaInternacional/el-k-pop-est%C3%A1-dominando-el-mundo-y-los-datos-de-spotify-lo-demuestran#:~:text=Los%20n%C3%BAmeros%20del%20K%2DPop,de%2096%20nillones%20de%20playlist>.
- Aubrey, J. S., & Frisby, C. M. (2011). Sexual Objectification in Music Videos: A Content Analysis Comparing Gender and Genre. *Mass Communication and Society*, 14(4), 475–501. <https://10.1080/15205436.2010.513468>

- Azizah, N., & Dwiyanti, A. (2021). Corea del Sur, la reconstrucción de la masculinidad como imagen de marca de la diplomacia económica del estado. *Sociología y Tecnociencia*, 11(2), 1-22. <https://doi.org/10.24197/st.2.2021.1-22>
- Barboza, R. A., & Arias, V. (2023). “Si te ves muy bien, te sentís muy bien”: Instagram y la construcción de los tratamientos estéticos como tecnologías del yo. *Astrolabio. Nueva Época*, (31), 5-5. <https://dx.doi.org/10.55441/1668.7515.n31.38947>
- Blessitt, E., Baudinet, J., Simic, M., & Eisler, I. (2020). Eating disorders in children, adolescents, and young adults. *The handbook of systemic family therapy*, 2, 397-427. <https://doi.org/10.1002/9781119788393.ch16>
- Boman, B. (2019). Achievement in the South Korean music industry. *International Journal of Music Business Research*, 8(2), 6-26. [https://www.researchgate.net/profile/Bjoern-Boman/publication/337210401\\_Achievement\\_in\\_the\\_South\\_Korean\\_Music\\_Industry/links/5dd66ca6299bf11ec8676ce2/Achievement-in-the-South-Korean-Music-Industry.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Bjoern-Boman/publication/337210401_Achievement_in_the_South_Korean_Music_Industry/links/5dd66ca6299bf11ec8676ce2/Achievement-in-the-South-Korean-Music-Industry.pdf)
- Boraita, R. J., Alsina, D. A., Torres, J. M. D., & Iborra, E. (2021). Determinantes de la satisfacción corporal en adolescentes de La Rioja. *Revista española de salud pública*, (95), 160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7957730>
- Bould, H., Newbegin, C., Stewart, A., Stein, A., & Fazel, M. (2017). Eating disorders in children and young people. *BMJ*, 359. <https://doi.org/10.1136/bmj.j5245>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706QP063OA>
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Using thematic analysis in psychology. En H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology: Volume 2. Research designs: Quantitative, qualitative neuropsychological, and biological* (pp. 57- 71). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-000>
- Braun, V., Clarke, V., & Gray, D. (2017). Collecting Textual, Media and Virtual Data in Qualitative Research. En Braun, V., Clarke, V & Gray, D. (Eds.), *Collecting qualitative data: A practical guide to textual and virtual techniques* (pp. 1-12). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781107295094.002>
- Bronfenbrenner, U. (1993). The ecology of cognitive development: Research models and fugitive findings. *Development in context: Acting and thinking in specific environments*, 3(46), 568-586.

<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315807379-8/ecology-cognitive-development-research-models-fugitive-findings>

- Brown, G. G., King, T. Z., Haaland, K. Y., & Crosson, B. (Eds.). (2023). *APA handbook of neuropsychology, Vol. 1. Neurobehavioral disorders and conditions: Accepted science and open questions*. American Psychological Association. <https://doi.org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.1037/0000307-000>
- Brown, J., Campbell, K., & Fischer, L. (1986). American Adolescents and Music Videos: Why Do They Watch? *International Communication Gazette*, 37(1-2), 19–32. <https://doi.org/10.1177/001654928603700104>
- Bryant, S. L. (2013). The beauty ideal: the effects of European standards of beauty on Black women. *Columbia Social Work Review*, 11(1), 80-91. <https://doi.org/10.7916/cswr.v11i1.1933>
- Campodónico, F. (2008). *Todo sobre focus group*. ACM.
- Castorina, J. A. (2016). La significación de la teoría de las representaciones sociales para la psicología. *Perspectivas en psicología*, 13(1), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5523376>
- Choi, J., & Maliangkay, R. (Eds.). (2014). *K-pop: The international rise of the Korean music industry*.
- Clarke, V., Braun, V., & Hayfield, N. (2015). Thematic analysis. En J, Smith (Ed.), *Qualitative psychology: A practical guide to research methods*, (pp. 222-248). SAGE publications. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4\\_103](https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4_103)
- Cornejo, M., & Salas, N. (2011). Rigor y calidad metodológicos: un reto a la investigación social cualitativa. *Psicoperspectivas*, 10(2), 12-34. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol10-Issue2-fulltext-144>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Deliovsky, K. (2008). Normative white femininity: Race, gender and the politics of beauty. *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture & Social Justice*, 33(1). <https://journals.msvu.ca/index.php/atlantis/article/view/429>
- De Rosa, A., & Holman, A. (2011). Social representations of female-male beauty and aesthetic surgery: a cross-cultural analysis. *Temas em Psicologia*, 19(1), 75-98
- De Toscano, G. T. (2009). La entrevista semi-estructurada como técnica de investigación. *Graciela Tonon (comp.)*, 46, 45-73.

- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. [https://scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es](https://scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es)
- Dimitrov, D., Maymone, M. B., & Kroumpouzou, G. (2023). Beauty Perception: A Historic and Contemporary Review. *Clinics in Dermatology*. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2023.02.006>
- Doise, W. (1991). Las representaciones sociales: presentación de un campo de investigación. *Anthropos: Boletín de información y documentación*, 27, 196-205. <http://www.europhd.net/bibliographic-item/las-representaciones-sociales-presentacion-de-un-campo-de-investigacion>
- El Comercio (2022, 11 de marzo). K-pop en Lima: 5 lugares que todo fan debe visitar. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/vamos/noticias/k-pop-en-lima-5-lugares-que-todo-fan-debe-visitar-kpop-corea-lima-noticia/?outputType=amp>
- Elfving-Hwang, J. (2018). K-pop idols, artificial beauty and affective fan relationships in South Korea. *Routledge Handbook of Celebrity Studies*, 190–201. <https://doi.org/10.4324/9781315776774-12>
- Englis, B. G., Solomon, M. R., & Ashmore, R. D. (1994). Beauty before the eyes of beholders: The cultural encoding of beauty types in magazine advertising and music television. *Journal of advertising*, 23(2), 49-64. <https://doi.org/10.1080/00913367.1994.10673441>
- Enriquez, R., & Quintana, M. (2016). Autopercepción de la imagen corporal y prácticas para corregirla en adolescentes de una institución educativa, Lima-Perú. *Anales de la Facultad de Medicina*, 77(2), 117-122. <http://www.scielo.org.pe/pdf/afm/v77n2/a04v77n2.pdf>
- Epstein, S., & Joo, R. M. (2012). Multiple exposures: Korean bodies and the transnational imagination. *The Asia-Pacific Journal*, 10(33), 1–17. [https://apjpf.org/site/make\\_pdf/3807](https://apjpf.org/site/make_pdf/3807)
- Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & Casale, S. (2022). How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: A systematic review of experimental studies. *Adolescent research review*, 7(3), 419-458. <https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4>
- Fouts, G., & Vaughan, K. (2002). Television situation comedies: Male weight, negative references, and audience reactions. *Sex roles*, 46, 439-442. <https://doi.org/10.1023/A:1020469715532>

- Frederick, D., Forbes, M., Jenkins, B., Reynolds, T., & Walters, T. (2015). Beauty standards. En P., Whelehan y A. Bolin. (Eds.), *The international encyclopedia of human sexuality*, 113-196.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Goldstein, S., & DeVries, M. (Eds.). (2017). *Handbook of DSM-5 disorders in children and adolescents*. Springer International Publishing. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-57196-6>
- Gómez, A. C. U. (2023). What is “Asian” beauty? Chinese and South Korean racialized appearances in the Mexican and Peruvian makeup industries. *dObra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, (38), 95-117. <https://orcid.org/0000-0001-5654-8049>
- Grabe, S., Ward, L. M., & 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), 460-476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Gupta, C., Jogdand, S., & Kumar, M. (2022). Reviewing the impact of social media on the mental health of adolescents and young adults. *Cureus*, 14(10). <https://doi.org/10.7759/cureus.30143>
- Hamdon, S. W., & Timur, F. B. (2020). Feminism against Beauty Standards in South Korea: Force Creates Resistance. *Journal of Techno-Social*, 12(2), 69-74. <https://penerbit.uthm.edu.my/ojs/index.php/JTS/article/view/8004>
- Han, B. (2017). Korean wave| K-pop in Latin America: Transcultural fandom and digital mediation. *International Journal of Communication*, 11, 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6304>
- Harrop, E. N. (2023). Eating Disorders, Gender, and Fat: Theorizing the Fat Body in Feminist Theories of Eating Disorders. *The Contemporary Reader of Gender and Fat Studies*, 167-186.
- Himmerich, H., Bentley, J., Kan, C., & Treasure, J. (2019). Genetic risk factors for eating disorders: an update and insights into pathophysiology. *Therapeutic advances in psychopharmacology*, 9, 1-20. <https://doi.org/10.1177/2045125318814734>
- Himmerich, H., Schönknecht, P., Heitmann, S., & Sheldrick, A. J. (2010). Laboratory parameters and appetite regulators in patients with anorexia nervosa. *Journal of*

- Psychiatric Practice*, 16(2), 82-92.  
<https://doi.org/10.1097/01.pra.0000369969.87779.1c>
- Hoek, H. W. (2016). Review of the worldwide epidemiology of eating disorders. *Current Opinion in Psychiatry*, 29(6), 336–339.  
<https://doi.org/10.1097/yco.0000000000000282>
- Holland, G., & 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. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Holloway, I., & Galvin, K. (2016). *Qualitative research in nursing and healthcare*. John Wiley & Sons.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2022). *Compendio Estadístico. Perú 2022*.  
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3839281/Compendio2022\\_Tomo\\_I.pdf?v=1668543365](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3839281/Compendio2022_Tomo_I.pdf?v=1668543365)
- Institute of Health Metrics and Evaluation (2023). *Global Burden of Disease Study 2019 (GBD 2019) Data Resources*. Global Health Data Exchange (GHDx).  
<https://ghdx.healthdata.org/>
- Janos, E., & Pezzia, A. E. (2015). Representaciones sociales sobre roles de género y su relación con la aceptación de mitos y creencias sobre la violencia sexual. *Límite: revista de filosofía y psicología*, 10(33), 5-15.
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S. J. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 36, 139-148.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005>
- Jiménez, G. & Posadas, Y. (2016). Influencia Cultural del K-pop en Jóvenes Limeños. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 6(2), 158-164. <https://doi.org/10.18259/acs.2016025>
- Jodelet, D. (1993). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría. En S. Moscovici (Ed.), *Psicología Social II* (pp. 469-494). Paidós.
- Joffe, H. (2012). Thematic analysis. En D. Harper, A. Thompson (Eds), *Qualitative Research Methods in Mental Health and Psychotherapy: A Guide for Students and Practitioners* (pp. 210-223). John Wiley & Sons. <http://doi.org/10.1002/9781119973249>
- Jonas, L. (2021). Crafted for the Male Gaze: Gender Discrimination in the K-Pop Industry. *Journal of International Women's Studies*, 22(7), 3-18.  
<https://vc.bridgew.edu/jiws/vol22/iss7/2/>

- Jung, S., & Shim, D. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485-501. <https://doi.org/10.1177/1367877913505173>
- Karsay, K., & Matthes, J. (2016). Sexually Objectifying Pop Music Videos, Young Women's Self-Objectification, and Selective Exposure. *Communication Research*, 1-23. <https://doi.org/10.1177/0093650216661434>
- Kaschak, E. (1992). *Engendered lives: A new psychology of women's experience*. Basic Books. [https://www.researchgate.net/profile/Ellyn-Kaschak-2/publication/265119579\\_Engendered\\_Lives\\_A\\_New\\_Psycology\\_of\\_Women's\\_Experience/links/55e5ee4308aec74dbe74df07/Engendered-Lives-A-New-Psycology-of-Womens-Experience.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ellyn-Kaschak-2/publication/265119579_Engendered_Lives_A_New_Psycology_of_Women's_Experience/links/55e5ee4308aec74dbe74df07/Engendered-Lives-A-New-Psycology-of-Womens-Experience.pdf)
- Keski-Rahkonen A, Mustelin L. Epidemiology of eating disorders in Europe: prevalence, incidence, comorbidity, course, consequences, and risk factors. *Current Opinion in Psychiatry*, 29(6), 340-345. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000278>
- Kim, Y. (2011). Idol republic: the global emergence of girl industries and the commercialization of girl bodies. *Journal of Gender Studies*, 20(4), 333-345. <https://doi.org/10.1080/09589236.2011.617604>
- Kim, H., & Han, T.-I. (2020). Body Image Concerns Among South Korean Kindergarteners and Relationships to Parental, Peer, and Media Influences. *Early Childhood Education Journal*. 49, 177-184. <https://doi.org/10.1007/s10643-020-01059-z>
- Kolar, D. R., Rodriguez, D. L. M., Chams, M. M., & Hoek, H. W. (2016). *Epidemiology of eating disorders in Latin America*. *Current Opinion in Psychiatry*, 29(6), 363-371. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000279>
- Laffan, D. A. (2020). Positive psychosocial outcomes and fandom in K-pop fans: A social identity theory perspective. *Psychological Reports*, 124(5), 2272-2285. <https://doi.org/10.1177/0033294120961524>
- Le Grange, D., & Lock, J. (Eds.). (2011). *Eating disorders in children and adolescents: A clinical handbook*. Guilford Press.
- Leem, S. Y. (2017). Gangnam-style plastic surgery: the science of westernized beauty in South Korea. *Medical Anthropology*, 36(7), 657-671. <https://doi.org/10.1080/01459740.2017.1345904>
- Lee, J., & Jeong, E. (2021). The 4B movement: Envisioning a feminist future with/in a non-reproductive future in Korea. *Journal of Gender Studies*, 30(5), 633-644. <https://doi.org/10.1080/09589236.2021.1929097>

- Lin, X., & Rudolf, R. (2017). Does K-pop reinforce gender inequalities? Empirical evidence from a new data set. *Asian Women*, 33(4), 27-54. <http://www.e-asianwomen.org/xml/12430/12430.pdf>
- Lin, A., Vlasceanu, D., & Vlasceanu, M. (2021). An Experimental Assessment of the Effects of K-Pop Music Video Exposure on Teenagers' Negative Body Image. *Open Journal of Social Sciences*, 9(8), 40-46. [10.4236/jss.2021.98004](https://doi.org/10.4236/jss.2021.98004)
- Lynch, G. (2020). La investigación de las representaciones sociales: enfoques teóricos e implicaciones metodológicas. *Red Sociales, Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 7(1), 102-118. <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2020/04/8.-La-investigaci%C3%B3n-de-las-Representaciones-Sociales.-Enfoques-te%C3%B3ricos-e-implicaciones-metodol%C3%B3gicas..pdf>
- Mariano, C. L. P., Antúnez, R. E. G., & Mejía, J. G. F. (2024). Sentido de pertenencia y cultura fandom en jóvenes y adolescentes. *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 17. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3090>
- Marks, R., De Foe, A. & Collett, J. (2020). The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. *Children and youth services review*, 119, 4-31. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105659>
- Martínez-Oña, M. D. M., & Muñoz-Muñoz, A. M. (2015). Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(1), 369-384. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.n1.49100](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49100)
- Matsumoto, N. (2014). How the Asian pop culture boom is feeding eating disorders. *Psychology Today*, 16. <https://doi.org/10.1007/s10643-020-01059-z>
- Mayer-Brown, Sara; Lawless, Casel; Fedele, David; Dumont-Driscoll, Marilyn; Janicke, David M. (2016). The effects of media, self-esteem, and BMI on youth's unhealthy weight control behaviors. *Eating behaviors*, 21, 59-65. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2015.11.010>
- Méndez, J. P. y Rico, A. (2018). Educación, cultura, estereotipos, cuerpo, género y diferencias sociales en la fotografía de moda. *Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 9(17), 165-178. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-85502018000200165&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-85502018000200165&script=sci_arttext)
- Ministerio de Salud [MINSA] (2021). *Orientaciones técnicas para el cuidado integral de la salud mental de la población adolescente*. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/5472.pdf>

- Monteiro, D., & Poulakis, M. (2019). Effects of Cisnormative Beauty Standards on Transgender Women's Perceptions and Expressions of Beauty. *Midwest Social Sciences Journal*, 22(1), 10. <https://doi.org/10.22543/2766-0796.1009>
- Mora, Z. S. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez. *Reflexiones*, 87(2), 67-80. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72912555004.pdf>
- Mora, F., Alvarez-Mon, M. A., Fernandez-Rojo, S., Ortega, M. A., Felix-Alcantara, M. P., Morales-Gil, I., ... & Quintero, J. (2022). Psychosocial factors in adolescence and risk of development of eating disorders. *Nutrients*, 14(7), 1481. <https://doi.org/10.3390/nu14071481>
- Moradi, B., & Huang, Y. P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of women quarterly*, 32(4), 377-398. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huelmul S. A.
- Moscovici, S. (1988). Notes Towards a Description of Social Representation. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>
- Moscovici, S. (1984). The myth of the lonely paradigm: A rejoinder. *Social Research*, 51(4), 939-967. <https://www.jstor.org/stable/40970972>
- Naciones Unidas (s.f.). *Desafíos Globales: Juventud*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/global-issues/youth>
- Nóblega, M., Vera, A., Gutiérrez, G., Otiniano, F. (2020). *Criterios Homologados de Investigación en Psicología (CHIP) Investigaciones Cualitativas Versión 3.0*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Oh, I., & Park, G. S. (2013). The globalization of K-pop: Korea's place in the global music industry. *Korea Observer*, 44(3), 389-409. [https://www.researchgate.net/profile/Ingyu-Oh/publication/296774877\\_The\\_Globalization\\_of\\_K-pop\\_Korea's\\_Place\\_in\\_the\\_Global\\_Music\\_Industry/links/5827efd908ae950ace6ceb82/The-Globalization-of-K-pop-Koreas-Place-in-the-Global-Music-Industry.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ingyu-Oh/publication/296774877_The_Globalization_of_K-pop_Korea's_Place_in_the_Global_Music_Industry/links/5827efd908ae950ace6ceb82/The-Globalization-of-K-pop-Koreas-Place-in-the-Global-Music-Industry.pdf)
- Opara, I., & Santos, N. (2019). A conceptual framework exploring social media, eating disorders, and body dissatisfaction among Latina adolescents. *Hispanic journal of behavioral sciences*, 41(3), 363-377. <https://doi.org/10.1177/0739986319860844>
- Pearlman, E. (2005). Terror of Desire: The Etiology of Eating Disorders from an Attachment Theory Perspective. *The Psychoanalytic Review*, 92(2), 223-235. <https://doi.org/10.1521/prev.92.2.223.62354>

- Peredo, L. N. C. (2022). Kpopers en Latinoamérica: Estado de la cuestión sobre la bibliografía de los fandoms del Kpop en Latinoamérica (2018-2022). *Memorias Congreso ALAIC 2022*, (1).
- Pistrang, N., & Barker, C. (2012). Varieties of qualitative research: A pragmatic approach to selecting methods. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (pp. 5–18). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-001>
- Primer, P. (2023). *How Gender Shapes Music: A Comparison Within K-Pop* [Tesis de pregrado, Universidad de Fordham]. [https://research.library.fordham.edu/international\\_senior/112/](https://research.library.fordham.edu/international_senior/112/)
- Puertas, D. G. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista española de comunicación en salud*, 11(2), 244-254. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>
- Qamar, A., Pasha, S. A., Ali, S., & Habes, M. (2021). Examining the females' objectification in music videos from Martha Nussbaum's perspective. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(18), 128-141. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/10437>
- Rahyadi, I., Risky, N. N., Sativa, R. A. O., & Naibaho, M. A. (2022). Dynamic of k-pop and social media potential for fan activities: A comprehensive review. *INFOKUM*, 10(5), 1209-1217. <http://seaninstitute.org/infor/index.php/infokum/article/view/1270>
- Rateau, P., & Lo Monaco, G. (2013). La Teoría de las Representaciones Sociales: Orientaciones conceptuales, campos de aplicaciones y métodos. *CES Psicología*, 6(1), 22-42. <http://www.scielo.org.co/pdf/cesp/v6n1/v6n1a03.pdf>
- Ravina, M. (2009). Introduction: conceptualizing the Korean wave. *Southeast Review of Asian Studies*, 31, 3-10.
- Rikani, A. A., Choudhry, Z., Choudhry, A. M., Ikram, H., Asghar, M. W., Kajal, D., & Mobassarrah, N. J. (2013). A critique of the literature on etiology of eating disorders. *Annals of neurosciences*, 20(4), 157. [10.5214/ans.0972.7531.200409](https://doi.org/10.5214/ans.0972.7531.200409)
- Pardo, R., & Llovet, M. (2020). Moda, diversidad funcional y enfermedad: las nuevas representaciones de la belleza. En M. Francés (Ed.), *Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación* (pp. 1447-1467). Asociación Española de Investigación de la Comunicación.

- Sandoval, C. (1997). *Sueños y sudores en la vida cotidiana de trabajadores y trabajadoras de la maquila y la construcción (1ª ed.)*. Editorial de la Universidad de Costa Rica. <https://hdl.handle.net/10669/79495>
- Sarwer, D. B., Magee, L., & Clark, V. (2003). Physical appearance and cosmetic medical treatments: physiological and socio-cultural influences. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2(1), 29-39. <https://doi.org/10.1111/j.1473-2130.2003.00003.x>
- Seguro Social de Salud del Perú [EsSalud]. (2021, 10 de agosto). *EsSalud advierte que se duplicaron casos de trastornos de conducta alimentaria en adolescentes debido a la pandemia del COVID-19*. EsSalud <http://noticias.essalud.gob.pe/?innoticia=essalud-advierte-que-se-duplicaron-casos-de-trastornos-de-conducta-alimentaria-en-adolescentes-debido-a-la-pandemia-del-covid-19>
- Silva, J. T. (2023). El reboot feminista de Corea del Sur: repensar el carácter “radical” del movimiento a partir de un estudio de caso. *Revista Internacional de Estudios Asiáticos*, 2(1). <https://doi.org/10.15517/riea.v2i1.52200>
- Sisti, A., Aryan, N., & Sadeghi, P. (2021). What is Beauty?. *Aesthetic Plastic Surgery*, 45(5), 2163–2176. <https://doi.org/10.1007/s00266-021-02288-2>
- Smolak, L. (2004). *Body image in children and adolescents: where do we go from here? Body Image*, 1(1), 15–28. [https://doi.org/10.1016/s1740-1445\(03\)00008-1](https://doi.org/10.1016/s1740-1445(03)00008-1)
- Smolak, L. (2012). Risk and protective factors in body image problems: Implications for prevention. *Preventing eating-related and weight-related disorders: Collaborative research, advocacy, and policy change*, 199-222.
- Solmi, M., Radua, J., Stubbs, B., Ricca, V., Moretti, D., Busatta, D. & Castellini, G. (2020). Risk factors for eating disorders: an umbrella review of published meta-analyses. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43, 314-323. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-1099>
- Stapleton, C. (2014, 02 de junio). *YouTube Trends: Gangnam Style is the first video to reach 2 billion*. YouTube trends. <http://youtubetrends.blogspot.hk/2014/06/gangnam-style-is-first-video-to-reach-2.html>
- Stoltenberg, J. (2000). *Refusing to Be a Man : Essays on Social Justice*. Taylor & Francis Group. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibpucp-ebooks/detail.action?docID=240337>
- Strübel, J., & Goswami, S. (2022). Clothing and self concept in cisgender and transgender individuals. *Gender Issues*, 39(4), 387-408. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12147-022-09296-9>

- Strübel, J., Sabik, N. J., & Tylka, T. L. (2020). Body image and depressive symptoms among transgender and cisgender adults: Examining a model integrating the tripartite influence model and objectification theory. *Body Image*, 35, 53-62. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.004>
- Suarez-Albor, C. L., Galletta, M., & Gómez-Bustamante, E. M. (2022). Factors associated with eating disorders in adolescents: A systematic review. *Acta Bio Medica: Atenei Parmensis*, 93(3), [10.23750/abm.v93i3.13140](https://doi.org/10.23750/abm.v93i3.13140)
- Taylor, P. C. (1999). Malcolm's conk and danto's colors; or, four logical petitions concerning race, beauty, and aesthetics. *The Journal of aesthetics and art criticism*, 57(1), 16-20. <https://doi.org/10.2307/432060>
- Tipa, J., Cruz, S. V., Gutiérrez, U. N., Rodríguez, E. S. D., & Salazar, J. (2021). *Expresiones contemporáneas de los racismos en México. Cuerpos, medios y educación*.
- Tresna, K., Sukanto, M., & Tondok, M. S. (2021). Celebrity worship and body image among young girls fans of K-pop girl groups. *Humanitas Indonesian Psychological Journal*, 18(2), 100-111. <http://journal.uad.ac.id/index.php/HUMANITAS/article/view/19392>
- Twitter Inc. (2022, 26 de enero). #KPopTwitter rompe nuevo récord con 7.8 miles de millones de Tweets. Twitter Blog. [https://blog.twitter.com/es\\_la/topics/insights/2022/america-latina-nos-encanta-kpop](https://blog.twitter.com/es_la/topics/insights/2022/america-latina-nos-encanta-kpop)
- Vain, P. (2016). *Las representaciones sociales. Conceptos Fundamentales. Objetivación y anclaje* [Documento interno de trabajo]. Acta Académica. <https://www.aacademica.org/pablo.daniel.vain/65>
- Veloz, A. P. B. (2018). La presión estética una manifestación más de violencia contra las mujeres. *Revista Ciencias Sociales*, 1(40), 277-285.
- Vidal, L. B., & Rodríguez, M. M. C. (2022). Alteraciones fisiológicas en los trastornos de la conducta alimentaria. *RESCIFAR Revista Española de Ciencias Farmacéuticas*, 3(1), 25-36.
- Weir, K. (2016). New insights on eating disorders. *APA Members Topics Publications*, 47(4), 36-40.
- Willig, C. (2013). *Introducing qualitative research in psychology*. McGrawHill Education.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth*. New York : W. Marrow.
- Wooten, J. J., Geerling, W., & Calma, A. (2021). Diversifying the use of pop culture in the classroom: Using K-pop to teach principles of economics. *International Review of Economics Education*, 38, 100220. <https://doi.org/10.1016/j.iree.2021.100220>

Yáñez, A. D. L. (2001). *Aproximación teórica al estudio sociológico de la anorexia y la bulimia nerviosas*. *Reis*, (96), 185. <https://doi.org/10.2307/40184388>



## Apéndices

### Apéndice A. Consentimiento Informado para cuestionario filtro

Estimada \_\_\_\_\_,

Este estudio está dirigido a mujeres heterosexuales que formen parte de un grupo de *dance cover* de *k-pop*. Asimismo, se espera que residan en Lima Metropolitana desde hace 5 años de forma ininterrumpida, y tengan entre 18 a 24 años. Si no cumple con estas características, agradecemos su intención de participar. Sin embargo, con el objetivo de cuidar el enfoque y desarrollo de la investigación, se brindará la posibilidad de participar a otras voluntarias.

De cumplir con lo anteriormente mencionado, le solicitamos su participación en la realización de la siguiente investigación dirigida por Daniela Ego-Aguirre ([a20190621@puecp.edu.pe](mailto:a20190621@puecp.edu.pe)), estudiante de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, como parte del curso de Seminario de Tesis a cargo de la asesora de tesis Priscilla Pecho ([priscilla.pecho@pucp.edu.pe](mailto:priscilla.pecho@pucp.edu.pe)).

La presente investigación tiene como objetivo recoger la opinión de mujeres jóvenes *k-poppers* de Lima Metropolitana sobre aspectos de la sociedad. Ello por medio de entrevistas individuales. Si usted decide formar parte, se le solicitará responder algunos datos relevantes para la investigación y para poder establecer un segundo contacto con usted. Cabe destacar que su participación es completamente voluntaria, por lo que puede dejar de participar en cualquier momento si así lo desea. Además, se garantiza el anonimato y confidencialidad de toda la información obtenida, la cual será utilizada estrictamente para fines académicos. Al finalizar la investigación, la información será eliminada.

En caso de tener alguna duda sobre la investigación, puede comunicarse a uno de los correos brindados anteriormente.

Luego de haber leído el consentimiento y leer los requisitos para formar parte de la investigación, ¿desea formar parte de la investigación?

- Sí, acepto participar del estudio
- No, prefiero no participar

## Apéndice B. Consentimiento Informado para entrevista

Por medio del presente consentimiento, se me ha informado acerca de las implicancias de participar de la investigación dirigida por Daniela Ego-Aguirre. En primera instancia, he sido informado que esta entrevista forma parte de una investigación desarrollada en el marco del curso de Seminario de Tesis I, y tiene como objetivo explorar las representaciones sociales de belleza femenina en mujeres jóvenes k-popers de Lima Metropolitana.

Se me indicó que tendría que llenar una ficha con algunos datos y, de cumplir con los criterios de inclusión y exclusión, sería partícipe de una entrevista presencial. Se me explicó que puedo abstenerme de responder si así lo deseo. También se me comunicó que la entrevista tomaría aproximadamente media hora de mi tiempo. Además, se me informó que, una vez concluido el proceso de investigación, se me brindará una devolución de los resultados del estudio, que se daría por medio de un taller grupal, o a través de un resumen ejecutivo enviado por correo, según mi elección.

Se me consultó también si la entrevista podría ser grabada, lo cual **acepté/no acepté**. Además, se me informó que este material grabado sería transcrito, cambiando todos aquellos datos que puedan revelar mi identidad. Sin embargo, una vez realizada la transcripción, la grabación sería eliminada.

Se me aseguró que la información que compartí en la entrevista es estrictamente confidencial, por lo que no será empleada para ningún otro propósito fuera de los fines pedagógicos contemplados en el curso. En esta línea, se recurrirá a un pseudónimo en lugar de mi nombre. Del mismo modo, se me informó que, en caso el estudio sea evaluado como sobresaliente, es posible que los resultados de esta investigación se presenten en una revista y/o evento académico estudiantil, guardando la confidencialidad ya señalada.

También se me informó que cuento con la posibilidad de dejar de participar en la investigación en cualquier momento que lo desee, sin que esto implicase algún perjuicio contra mi persona. Cabe resaltar que para preservar mi bienestar se me informó que la investigadora cuenta con un protocolo de contención y podré acceder a anexos de derivación en caso considere necesario conversar con alguien y/o reportar alguna situación.

De tener preguntas o comentarios sobre mi participación en la investigación, puedo contactar a Priscilla Pecho, asesora de tesis al correo [priscilla.pecho@pucp.edu.pe](mailto:priscilla.pecho@pucp.edu.pe), o con la tesista Daniela Ego-Aguirre al correo [a20190621@pucp.edu.pe](mailto:a20190621@pucp.edu.pe) por si se me presenta alguna duda o dificultad referente a la entrevista.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

Yo, \_\_\_\_\_, confirmo haber leído la información brindada y doy mi consentimiento para que me contacten y así participar en el estudio. Asimismo, autorizo que mi información se utilice en este. Estoy de acuerdo que mi identidad sea tratada de manera confidencial.

Finalmente, entiendo que recibiré una copia de este protocolo de consentimiento informado.

---

Nombre completo del participante

Firma

Fecha

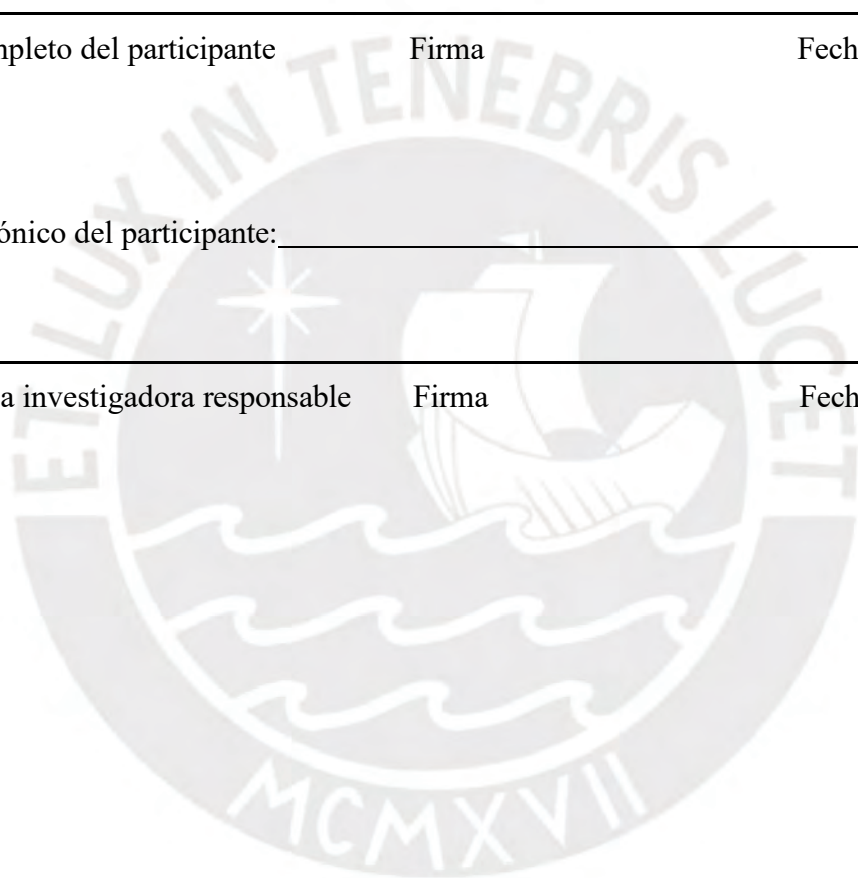
Correo electrónico del participante: \_\_\_\_\_

---

Nombre de la investigadora responsable

Firma

Fecha



### Apéndice C. Protocolo de contención y derivación

Debido a que la presente investigación se encuentra relacionada con temas de imagen corporal y trastornos, los temas a tratar pueden ser movilizantes y generar distrés emocional durante el proceso de recolección de información. Considerando esto, se propone este protocolo de contención para entrevistas presenciales, el cual busca ser una herramienta de soporte para la investigadora. Este protocolo está compuesto por cuatro partes: (1) Herramientas actitudinales para el recojo de información, (2) Consideraciones especiales para técnicas de recolección sincrónica, (3) Anexos de derivación y (4) Lineamientos para el autocuidado

#### 1) **Herramientas actitudinales para el recojo de información**

- **Escucha empática:** Muchas veces lo que comparte una persona puede resultar poco familiar o extraño. Entonces, para poder entender lo que se nos dice, es necesario escuchar a la persona con empatía, es decir, desde su propio marco de referencia (afectivo y social). Esto implica ubicarnos temporalmente en el lugar de la otra persona, para luego volver a uno mismo, y así compenetrarse con lo que la otra persona siente y piensa.
- **Escucha activa y respetuosa:** Para desplegar una escucha activa, investigadora permanecerá atenta no sólo a lo mencionado por las participantes, sino también a las connotaciones del lenguaje, al tono afectivo que acompaña al discurso y a la congruencia entre el lenguaje verbal y no verbal, en la medida de lo posible. Por su lado, una escucha respetuosa implica no prejuzgar ni juzgar aquello que la persona nos comparte. De este modo, si bien las participantes pueden tener ideas o concepciones de belleza que vayan en contra de las representaciones de la investigadora, se buscará no emitir un juicio de valor ni hacer algún tipo de diagnóstico de aquello que se comparte. Asimismo, se procurará que ello no genere un trato diferenciado entre las participantes.
- **Consideración positiva:** Además de la escucha respetuosa, libre de prejuicios y juicios de valor, valoraremos que las participantes están haciendo lo mejor que pueden según sus circunstancias y su nivel de conciencia; aunque no se considere “adecuado” lo que cuentan.
- **Favorecer la expresión:** Dado que el interés de la investigación es comprender el fenómeno de estudio desde la perspectiva de los participantes, es importante ser capaces de facilitar su expresión. En caso se perciba que las participantes responden de forma superficial o presentan dificultades para elaborar sus experiencias, se sugiere el uso de repreguntas (p. ej., “¿cómo así?”, “¿y qué significa para ti esto que me mencionas?”) o

de la técnica del “reflejo” (repetir lo último que dijo la persona) para favorecer sus procesos de elaboración y expresión de la experiencia narrada.

- **Concretización:** Dado que el lenguaje es un fenómeno psicosocial cargado de afectos y connotaciones que difieren de persona a persona, es importante explorar el significado personal de aquello mencionado por las participantes, así como las particularidades de las situaciones narradas. En este sentido, lejos de hacer asunciones sobre sus experiencias, se explorará los significados de las participantes. Para ello, se emplearán repreguntas como: “cómo así”, “como cuál”, “para qué”, “cómo”, “por qué”, “cuándo”, “dónde”, entre otras.

## 2) Consideraciones especiales para técnicas de recolección presencial

- Durante el transcurso de estas conversaciones, la privacidad resulta importante para expresarse libremente. Por ello, la investigadora procurará encontrarse en un espacio lo suficientemente privado para la conversación, pero en un espacio público para la seguridad de las participantes.
- En caso la participante encuentre su capacidad de contención afectiva desbordada por la magnitud de los afectos presentes en la comunicación, **la investigadora tendrá al alcance una serie de técnicas de relajación<sup>[1]</sup> para facilitar una sensación de tranquilidad.** En estos casos, se detendrá la grabación y se preguntará a la participante si se encuentra afectivamente disponible para seguir con la entrevista. De lo contrario, se le brindará un espacio de escucha y contención.
  1. En todo momento, hacer contacto visual (dentro de lo posible) con la persona afectada, de modo que se pueda facilitar una sensación de calidez, compañía, y que la persona participante perciba que se encuentra con alguien en quien puede confiar.
  2. Realizar ejercicios de respiración para facilitar la relajación de la persona participante.
    1. Inhalar y exhalar *junto con* la entrevistada durante unos minutos hasta que la persona se sienta más tranquila.
    2. Se le indica a la persona respirar lenta y profundamente por las fosas nasales, dirigir el aire al estómago, retener la respiración por unos segundos (cinco aproximadamente), y luego exhalar lenta y profundamente por la boca.
    3. Durante este ejercicio de respiración, se le pide a la persona que preste atención solamente a la entrada y salida del aire, sin modificar su

respiración. Podría ayudar si se cierran los ojos y se intenta visualizar un globo a la altura de la boca del estómago (debajo del esternón, entre las costillas) que se va inflando y desinflando junto a la respiración; también, con las manos se puede hacer como si se tocara el contorno del globo a medida que se infla y desinfla.

4. Si aparecen pensamientos negativos durante el ejercicio de respiración, se le pide a la persona que focalice la atención en su respiración.
  5. Esperar a que la participante se calme.
3. Al final del ejercicio, cuando la persona haya logrado mayor tranquilidad, se le pregunta cómo está, si se siente más tranquila, y si desea continuar con la entrevista o retirarse.
1. En caso la participante decida terminar con la sesión, se le pregunta si estaría de acuerdo con que se tomen en cuenta sus respuestas para la investigación, o si desea dejar de participar en el proceso de investigación.
  2. En cualquiera de ambos escenarios, se le agradece por su tiempo y por compartir sus experiencias con la entrevistadora. Se le pregunta si desea recibir una cartilla con números telefónicos a los que puede acudir en caso desee ayuda profesional con su malestar. De ser así, se le envía por correo dicho documento (“Anexo de derivación”).

### 3) Anexos de derivación

El presente documento es una recopilación de recursos psicosociales (estatales y privados) a los cuales los participantes podrán acceder en caso de necesitar algún tipo de ayuda profesional.

#### Atención psicológica

##### nutrimentalia

Instagram: <https://www.instagram.com/nutrimentalia/>

Servicios: <https://linktr.ee/nutrimentalia>

**mireiahurtado\_mindful\_eating**

Instagram: [https://www.instagram.com/mireiahurtado\\_mindful\\_eating/](https://www.instagram.com/mireiahurtado_mindful_eating/)

Servicios: [https://linktr.ee/mireiahurtado\\_mindful\\_eating](https://linktr.ee/mireiahurtado_mindful_eating)

Acompañamiento psicológico: <https://mireiahurtado.es/equipo/>

**miriamsanchez.tcacoach**

Instagram: <https://www.instagram.com/miriamsanchez.tcacoach/>

Acompañamiento psicológico: <https://recoveredtobe.com/>

**comiendoprejuicios**

Instagram: <https://www.instagram.com/comiendoprejuicios/>

Servicios: <https://linktr.ee/comiendoprejuicios>

**igualhablando**

Instagram: <https://www.instagram.com/igualhablando/>

Servicios: <https://www.igualhablando.com/linktree>

Página web: <https://www.igualhablando.com/inicio>

Acompañamiento psicológico:

[https://www.igualhablando.com/psicologiaclinica#\\_8z38xlsi2](https://www.igualhablando.com/psicologiaclinica#_8z38xlsi2)

**unapsicologayeltca**

Instagram: <https://www.instagram.com/unapsicologayeltca/>

Servicios: <https://linktr.ee/unapsicologayeltca>

**mariacamilacasapsicologa**

Instagram: <https://www.instagram.com/mariacamilacasapsicologa/>

**Información sobre Centros de Salud Mental Comunitaria: <https://www.gob.pe/10942-conocer-los-centros-de-salud-mental-comunitaria-en-el-peru>**

#### 4) Lineamientos para el autocuidado

Debido a que la práctica psicológica implica el contacto con las experiencias de vida de otras personas que pueden ser movilizantes, se pone de relieve la importancia del autocuidado para cualquier estudiante y/o profesional que trabaje en contacto directo con personas. En este sentido, cuento con diversos mecanismos de afrontamiento para poder contrarrestar el malestar sentido por nuestra práctica psicológica.

De forma complementaria a sus estrategias de autocuidado, la docente guía velará por el bienestar de la investigadora en caso se llegue a sentir abrumada por aquello mencionado por sus participantes. Así, se contactará con la asesora encargada, de modo que se pueda evaluar la situación y emplear los canales institucionales pertinentes (desde sesiones de acompañamiento hasta derivación al programa de tutoría de la Facultad de Psicología).

Entonces, con el objetivo de mantener un bienestar emocional a nivel individual, se procurará:

- Comunicarse de forma constante con la asesora, la cual constituye el equipo de trabajo, en tanto el apoyo percibido funciona como continente de las ansiedades que puedan surgir durante la realización de las actividades académicas.
- Si bien la fortaleza emocional es una herramienta valiosa para el trabajo con personas, también es muy importante ser conscientes de cuándo es momento para tomar una pausa y buscar ayuda profesional.

---

[1] En esta dirección se podrán encontrar algunas técnicas de respiración para fomentar la relajación: <https://psicologiaymente.com/vida/ejercicios-de-respiracion-para-relajarte>

## Apéndice D. Guía de Entrevista

### EJE 1: REPRESENTACIONES ACERCA DE LA BELLEZA

1. Me gustaría que en esta hoja dibujes a una mujer que consideras bella.
  - a. ¿Por qué la dibujaste así?
  - b. ¿Qué características tiene?
    - i. ¿Cómo se ve físicamente?
    - ii. ¿Cómo sería su personalidad?
2. ¿Qué piensas cuando escuchas “belleza femenina”?
  - i. ¿Qué imagen se te viene a la mente?
  - ii. ¿Cómo se ve una mujer bella para ti? ¿Podrías mencionar a alguna mujer conocida que consideres bella?
  - iii. ¿Por qué elegiste a esta mujer famosa? ¿Qué características posee?
  - iv. ¿Cuáles de estas características son relevantes para ti?
3. ¿Cuáles dirías que son las implicancias de ser bella? ¿Qué efectos puede tener?
  - a. ¿Cuál es el rol de la belleza en la imagen que tienen las demás personas sobre una mujer?
    - i. ¿Cómo el ser bella influye en las relaciones interpersonales, tanto en el ámbito amoroso como amical?
  - b. ¿Cuál sería el rol de la belleza en el éxito académico/laboral de una persona?

### EJE 2: REPRESENTACIONES DE BELLEZA PRESENTES EN LA CULTURA PERUANA

4. ¿Qué es considerado bello en la sociedad peruana?
  - a. ¿De qué manera?
5. ¿Cuáles consideras que son las exigencias de belleza en la cultura peruana?
  - a. ¿Cómo dirías que son las exigencias respecto al cuerpo? ¿Podrías mencionar algunas?
    - i. ¿Qué opinas sobre estas exigencias?
  - b. ¿Habría alguna diferencia entre lo que se les exige a hombres y mujeres?
    - i. ¿Qué opinas sobre estas diferencias?
6. ¿Podrías nombrarme una mujer peruana que sea considerada bella por la mayoría de peruanos? Puede ser una cantante, modelo, figura pública, etc.
  - a. ¿Qué características señalan los demás que la hacen bella?
  - b. ¿En qué medida concuerdas con esto? ¿Por qué?

### EJE 3: INFLUENCIA DE OTROS AGENTES SOCIALIZADORES EN LAS REPRESENTACIONES DE BELLEZA

7. ¿Qué ideas respecto a la belleza estuvieron presentes durante tu vida?
  - a. ¿Quiénes te transmitían estas ideas?
  - b. ¿Qué es lo que te decían? ¿Me puedes dar ejemplos?

- c. ¿Cómo te sentías con esas ideas? ¿Qué rol jugaron dichas ideas en tu concepción de lo que es bello?
8. ¿Cómo se han mantenido estas ideas a lo largo del tiempo? ¿Han ido cambiando?
- a. ¿Qué personas o medios influyeron en este cambio?
  - b. ¿Dirías que los medios de comunicación tuvieron un impacto sobre estas ideas de belleza?

#### **EJE 4: ESTÁNDARES DE BELLEZA EN EL K-POP**

9. ¿Podrías comentar un poco sobre las diferencias entre lo que se considera bello en Perú y en Corea del Sur?
- a. ¿Cómo son los estándares coreanos de belleza que se ven reflejados en el *k-pop*?
10. ¿Quiénes son tus *idols*<sup>1</sup> de *k-pop* femeninas favoritas?
- a. ¿Cuáles son las características que los demás suelen resaltar de ellas? ¿Por qué crees que ocurre esto?
  - b. ¿Cuáles son las características que, para ti, más resaltan de ellas? ¿Por qué?
  - c. ¿Qué características dirías que la hacen atractiva para ti? (rostro, cuerpo, piel, cabello, actitud)
    - i. ¿Cómo estas características que tú consideras atractivas difieren o van en línea con los estándares de belleza coreanos?
    - ii. Si dice que no: En todo caso, ¿podrías nombrarme a alguna *idol* (mujer) que consideres atractiva?
11. ¿Crees que hay exigencias sobre cómo deben verse o comportarse las *idols*? ¿Como cuáles?
- a. ¿Podrías brindar un ejemplo?
  - b. ¿Qué opinas acerca de estas exigencias?
  - c. ¿Son diferentes según sean hombres o mujeres?
12. ¿Cómo crees que logran mantener esta belleza?
- a. ¿Qué piensas sobre estos métodos?

**Se muestra una imagen de Jeongyeon de Twice**

---

<sup>1</sup> *idol*: término que refiere a un artista musical surcoreano firmado bajo una agencia de entretenimiento coreana. Se diferencian de otros artistas debido al proceso de entrenamiento al cual se ven sometidos para poder iniciar con su carrera musical.



13. ¿Conoces a esta *idol*?
- ¿Qué opinas de ella?
  - ¿Tienes conocimiento sobre las opiniones de otras personas hacia esta *idol*?
  - ¿De qué modo difieres o concuerdas con esos comentarios?

**Se muestra una imagen de Wonyoung de IVE**



14. ¿Conoces a esta *idol*?
- ¿Qué opinas de ella?
  - ¿Tienes conocimiento sobre las opiniones de otras personas hacia esta *idol*?
  - ¿De qué modo difieres o concuerdas con esos comentarios?
15. ¿Podrías nombrarme a alguna idol femenina que consideres atractiva?
- ¿Qué características hace que sea atractiva para ti? (rostro, cuerpo, piel, cabello)
  - ¿Cómo estas características que tú consideras atractivas difieren o van en línea con los estándares de belleza coreanos?

#### **EJE 5: REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA BELLEZA A PARTIR DEL CONSUMO DEL K-POP**

16. ¿Cómo concibes la belleza desde que consumes k-pop? ¿En qué aspectos?
- ¿Cómo dirías que es un cuerpo bello? (forma y/o tamaño)
  - ¿Cuáles serían rasgos faciales bellos?
  - ¿Cómo dirías que es la actitud de una persona bella?

17. ¿Cómo dirías que los diferentes estándares de belleza (peruanos y coreanos) influyen en lo que tú consideras bello?
  - a. ¿Dirías que alguna predomina?
18. ¿Qué opinas sobre estos distintos estándares?
  - a. ¿Crees que es posible alcanzarlos?
  - b. Desde tu perspectiva, ¿dirías que alguno es más sencillo de satisfacer para las mujeres? ¿En qué sentido?

### **Apéndice E. Ficha de Datos Sociodemográficos**

1. ¿Qué grupos sigues principalmente, grupos femeninos o masculinos?
  - a. ¿Cuáles?
  - b. ¿Desde hace cuánto tiempo?
2. ¿De qué grupos sueles hacer covers o de cuales has hecho?
3. ¿Te identificas como feminista?
  - a. ¿Qué entiendes por feminista? ¿Qué actitudes o ideas dirías que las caracteriza? ¿Cuáles de estas cumples?
4. ¿Trabajas y/o estudias?
  - a. ¿En qué trabajas/ qué carrera estudias?
5. ¿Quieres comentar algo más antes de culminar con la entrevista?

