



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO**  
**INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA SALUD**  
**LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA**

---

**TESIS**

**CONDUCTAS ALIMENTARIAS DE RIESGO, INSATISFACCIÓN CORPORAL,  
INTERNALIZACIÓN DEL MODELO ESTÉTICO-CULTURAL Y FORMACIÓN  
DE AUDIENCIAS CRÍTICAS EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN MEDIA  
SUPERIOR**

**Para obtener el título de  
Licenciado en Psicología**

**PRESENTA**

Sebastian Salinas Guzmán

**Directora**

Dra. Lilián Elizabeth Bosques Brugada

**Codirectora**

Dra. Silvia Platas Acevedo

**Comité tutorial**

Dr. Abel Lerma Talamantes

Dr. Luis Israel Ledesma Amaya

Dra. Mariana Valdez Aguilar

Mtra. María Luisa Escamilla Gutiérrez

Mtro. Julio César Vargas Ramos

**Proyecto PAPIIT IN310620: “Autodetección de riesgo y prevención  
temprana en línea. Trastornos alimentarios y problemas relacionados”.**

Pachuca de Soto, Hgo., México., junio de 2023



05 de julio de 2023  
 Asunto: Autorización de impresión formal

DR. ABEL LERMA TALAMANTES  
 JEFE DEL ÁREA ACADÉMICA DE PSICOLOGÍA  
 Head of academic psychology area

Con base en lo establecido en el Título Cuarto, Capítulo I, Artículos 37 y 40 del Reglamento de Titulación, manifestamos a usted que se autoriza la impresión formal del trabajo de investigación del pasante **Sebastian Salinas Guzmán**, bajo la modalidad de Tesis Individual cuyo título es: **“Conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, internalización del modelo estético-cultural y formación de audiencias críticas en estudiantes de educación media superior”** debido a que reúne los requisitos de decoro académico a que obligan los reglamentos en vigor para ser discutidos por los miembros del jurado.

“AMOR, ORDEN Y PROGRESO”

Nombres de los Docentes Jurados	Cargo	Firma de Aceptación del Trabajo para su Impresión Formal
Dr. Abel Lerma Talamantes	Presidente	
Dra. Lilián Elizabeth Bosques Brugada	Primer Vocal	
Dra. Romana Silvia Platas Acevedo	Segundo Vocal	
Dra. Mariana Valdez Aguilar	Tercer Vocal	
Dr. Luis Israel Ledesma Amaya	Secretario	
Mtra. María Luisa Escamilla Gutiérrez	Suplente	
Mtro. Julio César Vargas Ramos	Suplente	



ÁREA ACADÉMICA DE PSICOLOGÍA

Circuito ex-Hacienda La Concepción s/n  
 Carretera Pachuca Actopan, San Agustín  
 Tlaxiaca, Hidalgo, México. C.P. 42160  
 Teléfono: 52 (771) 71 720 00  
 Ext. 4325,4313,4326  
 psicologia@uaeh.edu.mx



[www.uaeh.edu.mx](http://www.uaeh.edu.mx)

## **Agradecimientos**

En primer lugar quiero agradecer a mi familia por estar siempre a mi lado, apoyarme y de momentos impulsarme para seguir adelante cuando yo ya estaba agotado. Agradezco infinitamente a mi padre, a mi hermano y a mi madre en especial, por ser una gran profesional en la psicología, por ser un ejemplo a seguir y por sobre todo ser mi guía y mi apoyo en este gran camino que he vivido para concluir mi tesis.

Agradezco a la Dra. Elizabeth Bosques, por su acompañamiento, disposición y paciencia en todo este proceso de investigación y por brindarme las herramientas necesarias para poder completar este trabajo.

De igual forma agradezco a la Dra. Gilda Gómez Pérez-Mitré y Dra. Silvia Platas Acevedo, por la cercanía y la disposición, además de permitirme trabajar en el proyecto Autodetección de riesgo y prevención temprana en línea. Trastornos alimentarios y problemas relacionados, junto con una universidad de excelencia y prestigio como lo es la Universidad Nacional Autónoma de México.

Quiero agradecer a las grandes amistades que hice en este proceso universitario, por ser mi apoyo y mi sonrisa en los días universitarios, si bien fuimos separados un gran tramo de nuestra carrera debido a la pandemia, siempre los llevaré en mi corazón.

Por último agradezco a todas las personas que siempre me acompañan, esas valiosas amistades que han estado presentes siempre, y una vez más a mi padre, madre y hermano, por siempre estar para mí.

El presente trabajo fue realizado gracias al apoyo recibido por el proyecto PAPIIT IN310620: “Autodetección de riesgo y prevención temprana en línea. Trastornos alimentarios y problemas relacionados”, otorgado al Laboratorio de Factores de Riesgo, TCA, Imagen Corporal, Autolesión y Problemas Relacionados, Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.

## Índice

<b>Resumen</b>	<b>6</b>
Abstract	7
Introducción	8
<b>Capítulo 1. Conductas alimentarias de riesgo e Insatisfacción corporal</b>	<b>10</b>
1.1. Definición de conductas alimentarias de riesgo.	10
1.1.2 Definición TCAIA	10
1.3 Conductas compensatorias	11
1.4 Episodios de atracón	12
1.5 Ayuno	12
1.6 Imagen corporal	13
1.6.1 Insatisfacción corporal	13
<b>Capítulo 2. Adolescencia como etapa de vulnerabilidad de las conductas alimentarias de riesgo</b>	<b>15</b>
2.1 Desarrollo biológico	16
2.2. Desarrollo psicológico y social	17
<b>Capítulo 3. Influencias socioculturales asociadas a las conductas alimentarias de riesgo</b>	<b>20</b>
3.1. Modelo de influencia tripartita	21
3.1.1. Influencia de los padres	21
3.1.2. Influencia de los pares	22
3.1.3. Influencia de los medios	24
3.2. Formación de audiencias críticas como factor protector del desarrollo de las conductas alimentarias de riesgo.	25
<b>Capítulo 4. Método</b>	<b>28</b>
4.1 Planteamiento del problema	28
4.1.1 Justificación	28
4.2. Preguntas de investigación	29
4.3. Hipótesis	29
4.4. Objetivos	30
4.4.1 Objetivo general	30
4.4.2. Objetivos específicos	30
4.5. Corte, alcance tipo y diseño de estudio	31
4.6. Contexto de la investigación	31
4.7. Participantes	31
4.7.1. Criterios de inclusión	31
4.7.2. Criterios de exclusión	32
4.7.3. Criterios de eliminación	32
4.8 Instrumentos y materiales	32
4.8.1 Procedimiento	34
4.9. Análisis de datos	34

4.10. Definición de variables	35
4.11. Aspectos éticos	36
<b>Capítulo 5. Resultados</b>	<b>37</b>
5.1 Datos descriptivos de las variables	37
5.1.1 Datos de escolaridad	37
5.1.2 Datos familiares	38
5.1.3 Índice de masa corporal	41
5.1.4 Medidas de tendencia central de las variables	42
5.2 Análisis inferenciales	43
5.2.1 Análisis de comparación.	43
5.2.2 Relación de las conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas.	45
<b>Capítulo 6. Discusión</b>	<b>50</b>
6.1. Conclusiones	54
6.2. Limitaciones de la investigación	55
6.3. Futuras investigaciones	56
<b>Referencias</b>	<b>57</b>
<b>Anexos</b>	<b>68</b>
Anexo 1. Consentimiento informado	69
Anexo 2. Datos sociodemográficos	70
Anexo 3. Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal (CIMEC)	71
Instrumentos para mujeres	71
Anexo 4. Test de Actitudes Alimentarias	75
Anexo 5. Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva	78
Anexo 6. Cuestionario de Influencias Socioculturales Sobre el Modelo Estético Corporal (CIMEC).	81
Sección masculina	81
Anexo 7. Test de actitudes alimentarias	85
Anexo 8. Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva	88
Anexo 9. Cuestionario de Imagen Corporal	91
Anexo 10	92

## Índice de tablas y figuras

Tabla 1 Definición de variables .....	33
Figura 1 Datos de escolaridad .....	35
Figura 2 Escuela de procedencia .....	36
Figura 3 Datos familiares .....	36
Figura 4 ¿Qué lugar ocupas entre tus hermanos? .....	37
Figura 5 ¿Cuál es el nivel de escolaridad de tu padre/madre? .....	38
Figura 6 ¿A qué se dedica tu padre/madre?.....	38
Figura 7 Distribución de frecuencias por índice de masa corporal en la muestra total .....	39
Tabla 2 Puntuaciones medias y de desviación estándar de los factores .....	40
Tabla 3 Medianas de los factores .....	42
Tabla 4 Asociaciones entre las variables de estudio de la muestra total .....	43
Tabla 5 Coeficientes de correlaciones .....	45
Tabla 6 Coeficientes de correlaciones .....	48

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo conocer la relación de las conductas alimentarias de riesgo y la insatisfacción corporal con la internalización del modelo estético corporal y la formación de audiencias críticas en adolescentes de educación media superior. Para esta investigación se contó con la participación de 118 adolescentes de 15 a 18 años ( $M = 16.32$ ,  $DE = 1.04$ ) de distintas escuelas de la zona centro del país (84 mujeres y 34 hombres). Para evaluar las variables se aplicó una batería de instrumentos que incluyó el *Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal*, el *Test de Actitudes Alimentarias*, la *Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva*, y se consideró el índice de masa corporal. Se realizó un estudio de corte cuantitativo, de alcance descriptivo-correlacional. Como resultados, en la muestra total destacan las correlaciones ( $p < .01$ ) del interés por la publicidad con la insatisfacción corporal ( $r_s = .37$ ) y las conductas alimentarias de riesgo ( $r_s = .37$  al  $.40$ ). Y al analizar las correlaciones por sexo, sobresalen las correlaciones ( $p < .01$ ) de la internalización del modelo estético-corporal con la insatisfacción corporal (varones:  $r_s = .63$ ; mujeres:  $r_s = .72$ ) y con las conductas alimentarias de riesgo (varones:  $r_s = .53$  a  $.66$ ; mujeres:  $r_s = .49$  al  $.74$ ). Es interesante discutir el impacto que aún generan los medios de comunicación masivos tradicionales (como la radio y la televisión) en la insatisfacción corporal de los adolescentes.

**Palabras clave:** Conductas alimentarias de riesgo, Insatisfacción corporal, Audiencias críticas, Influencias socioculturales.

## Abstract

The objective of this research was to know the relationship between risky eating behaviors and body dissatisfaction with the internalization of the body aesthetic model and the formation of critical audiences in adolescents of high school students. For this research, 118 adolescents from 15 to 18 years old ( $M = 16.32$ ,  $SD = 1.04$ ) from different schools in the central area of the country (84 women and 34 men) participated. To evaluate the selected topics, a group of instruments were applied, that included the Questionnaire of Sociocultural Influences on the Body Aesthetic Model, the Eating Attitudes Test, the Critical Reception Scale towards Television Advertising, and the body mass index was considered. A quantitative study with a descriptive-correlational scope was carried out. As results, in the total sample, the correlations ( $p < .01$ ) of interest in advertising with body dissatisfaction ( $r_s = .37$ ) and risky eating behaviors ( $r_s = .37$  to  $.40$ ) stand out. And when analyzing the correlations by sex, the correlations ( $p < .01$ ) of the internalization of the aesthetic-corporal model with body dissatisfaction (men:  $r_s = .63$ ; women:  $r_s = .72$ ) and with the eating behaviors of risk (men:  $r_s = .53$  to  $.66$ ; women:  $r_s = .49$  to  $.74$ ). It is interesting to discuss the impact that traditional mass media (such as radio and television) still have on body dissatisfaction among adolescents.

Key Words: Eating disorder, Body dissatisfaction, Critical audiences, Sociocultural influences.

## Introducción

En la actualidad los medios juegan un papel muy importante en el desarrollo de modelos corporales a seguir, además de tener un gran impacto en diversas conductas y comportamientos, relacionados a temas alimentarios, que los adolescentes interiorizan o vuelven parte de su día a día en busca de este concepto de “ideal” o “correcto” (Losada et al., 2015). A partir de esto resulta importante entender cómo es que los jóvenes abstraen información de los medios, qué tanto impacto tiene en ellos, cómo se relaciona con diversos factores familiares o sociales como los amigos o padres, y también observar la forma en que todos estos elementos pueden influir en la práctica de conductas alimentarias de riesgo.

Tomando en cuenta lo anterior se puede señalar que las conductas alimentarias de riesgo son aquellas prácticas, actitudes o manifestaciones relacionadas con la alimentación no saludable, que no cubren los criterios diagnósticos para ser contemplados como trastornos de la conducta alimentaria y de la ingesta de alimentos (TCAIA) que varían en frecuencia e intensidad (Unikel-Santoncini et al., 2022). En esta investigación se consideraron diversos factores que resultan importantes comprender y explicar, tal como la insatisfacción corporal que se puede definir como una distorsión perceptiva por una discrepancia entre el cuerpo real y el cuerpo deseado, o por el simple disgusto del propio cuerpo (Jiménez-Flores et al., 2017). La internalización del modelo estético corporal que es comprendida como el grado en el que un individuo se involucra en los ideales de belleza, y al mismo tiempo realiza conductas que lo llevarán al ideal (Thompson & Stice, 2001). Y por último, la recepción crítica hacia la publicidad televisiva, que representa aquellas estrategias que permiten a los receptores de mensajes publicitarios (a través los medios de comunicación televisiva), relacionarse con de una manera más reflexiva (Charles & Orozco, 1990); y cómo se evalúa la recepción crítica hacia la publicidad televisiva (Rodríguez, 2008).

A lo largo de esta investigación, todos estos factores fueron tomados en cuenta, considerando que la adolescencia es una época de diversos cambios físicos, que pueden llegar a determinar en gran parte el nivel de satisfacción o aceptación que tienen los jóvenes de su cuerpo, esto en torno a los estándares impuestos por la sociedad (Guzmán et al., 2014). Además, en la adolescencia también se presentan cambios psicológicos, como Erikson en 1980 lo ha señalado, las personas en esta etapa del desarrollo están en búsqueda y formación de su identidad, además integran ciertas características de sus padres, pares o del entorno

social y cultural que les rodea (Hamman & Hendricks, 2005). De acuerdo con Erikson (1993), uno de los objetivos más importantes para esta fase de la vida será la consolidación de una identidad, en conjunto con los otros factores ya mencionados, es claro que el entorno sociocultural jugará un papel muy importante en el logro y formación de estos objetivos.

En esta investigación se analizaron estos factores a través de un estudio cuantitativo correlacional, en el cual se aplicaron un total de tres instrumentos, los cuales consideran factores importantes para este trabajo. Una vez obtenida la información se hizo análisis de esta, donde se resaltaron correlaciones entre los diversos factores de cada instrumento, encontrando así puntos de convergencia en los adolescentes de la sociedad actual.

La presente tesis está conformada por seis capítulos, en el primero se define el concepto de conductas alimentarias de riesgo e insatisfacción corporal, en el segundo capítulo se describe a la adolescencia a partir de factores psicológicos y sociales, así como una etapa de vulnerabilidad para la práctica de conductas alimentarias de riesgo, en el tercer capítulo se describen elementos de las influencias socioculturales asociadas a las conductas alimentarias de riesgo, una vez que se definieron elementos teóricos, así como del estado del arte de la problemática estudiada, en el capítulo cuatro, se describen cada uno de los elementos que conforman el método de esta tesis, en el capítulo cinco se describen los resultados divididos en dos apartados: análisis descriptivos y análisis inferenciales, en el capítulo seis se discuten los resultados confrontándolos con los datos arrojados por otros estudios; asimismo, se describen limitaciones metodológicas, así como sugerencias para futuros estudios. Para finalizar se presenta el listado de referencias revisadas en este reporte, además se anexan el consentimiento informado, y los instrumentos que se aplicaron en la muestra de estudio.

## **Capítulo 1. Conductas alimentarias de riesgo e Insatisfacción corporal**

### **1.1. Definición de conductas alimentarias de riesgo.**

Las conductas alimentarias de riesgo (CAR) se pueden definir como aquellas conductas o manifestaciones similares a los trastornos de la conducta alimentaria y de la ingesta de alimentos (TCAIA) que varían en frecuencia e intensidad (Unikel-Santoncini et al., 2022). Las CAR, están bastante relacionadas con la búsqueda de cumplir un ideal físico o el bajar de peso (lo cual se profundizará más adelante). Este tipo de conductas pueden ser un llamado de atención, que perfila la posibilidad de padecer en un futuro algún TCAIA. Las CAR pueden estar ligadas a diferentes factores, tales como: pérdidas afectivas, miedo a crecer, la percepción subjetiva de los sucesos estresantes de la vida, la etapa del desarrollo en la que se encuentra la persona, entre otros (Mancilla et al., 2006).

#### **1.1.2 Definición TCAIA**

Los TCAIA se caracterizan por la alteración persistente de la alimentación o del comportamiento relacionado con la alimentación; estas alteraciones implican un desorden en el consumo o absorción de los alimentos, que genera un deterioro notable en el individuo, particularmente en la salud física y/o el funcionamiento psicosocial (American Psychiatric Association [APA], 2022).

Las CAR pueden tener un origen multifactorial, que incluyen aspectos socioculturales, la familia, los estilos de crianza, pérdidas afectivas, la etapa de desarrollo, sexo, género, etcétera. Respecto a los factores familiares se ha identificado que influyen: los ambientes rígidos, sobreprotectores e intrusivos, con una escasa capacidad de independencia y autonomía (Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, 2008).

Asimismo, el factor sociocultural junto con el crecimiento exponencial de las redes sociales y los medios masivos de comunicación han creado un entorno que puede llegar a ser bastante hostil para los espectadores de estas, ya que generan un constante flujo de información en torno a temas de apariencia física, que pueden llegar a generar conflictos en la autopercepción corporal, que sumado a los diferentes factores (ya antes mencionados) pueden llegar a conjugarse y desembocar en CAR o incluso en un TCAIA (Lladó et al., 2017).

Como ya se señaló, las CAR son conductas o manifestaciones similares a los TCAIA, que varían en intensidad y frecuencia, que pueden presentarse como patrones más leves en comparación a los TCAIA (Unikel-Santoncini et al., 2022). Las CAR pueden presentarse a través de conductas, tales como: dietas restrictivas, episodios de atracón y conductas compensatorias, entre otras (Díaz de León-Vázquez et al., 2017).

Dentro de la población susceptible o en riesgo de presentar CAR hay un gran grupo de personas que podrían incluirse. Estos individuos muchas veces se definen en función de variables demográficas, personales, o familiares, también personas en grupos minoritarios, familias en las cuales alguna de las dos figuras paternas se encuentra ausente o bajo nivel educativo (Mancilla et al., 2006). El nivel socioeconómico puede ser también un factor de riesgo; sin embargo, en este aspecto no se han encontrado pruebas contundentes al respecto, pero se ha visto un aumento de casos en todas las clases sociales (Hernández-Escalante & Laviada-Molina, 2014). A continuación, se ahonda en la caracterización de las CAR.

## **1.2. Dieta restrictiva**

La dieta restrictiva es una de las conductas que están mayormente asociadas a las CAR, ya que es muy común en las personas que desean evitar el aumento de peso. La dieta restrictiva es definida como la evitación intencional de la ingesta de alimentos, con el objetivo de evitar el aumento de peso, en estas conductas también se incluye la restricción de los alimentos con el mismo objetivo (Ortega, 2016). Esta evitación por el consumo de alimentos puede tener diferentes niveles, que van desde el no consumir alimentos que son considerados como “engordantes”, incluso omitir alguna de las comidas a lo largo del día (como el desayuno, comida o cena), llegando a un ayuno prolongado. La dieta restrictiva es considerada como una de las señales de alarma que dan aviso sobre el riesgo de desarrollar algún TCAIA (Bojórquez et al., 2008; Collins & Quinton, 2020; Patel & Preedy, 2023).

## **1.3 Conductas compensatorias**

Las conductas compensatorias son prácticas que están estrechamente relacionadas a la búsqueda de controlar el peso o evitar subir de peso. Entre estas se encuentra: el uso de laxantes, el ejercicio excesivo, uso de diuréticos, autoinducción, vómito, etcétera (Patel & Preedy, 2023). Este tipo de conductas y prácticas ya son una llamada de atención para la

persona que las llevan a cabo, aunque éstas no tengan un diagnóstico de algún TCAIA, ya que las conductas compensatorias conllevan diversos efectos negativos a la salud o el posible desarrollo de algún TCAIA (Hernández-Escalante & Laviada-Molina, 2014). También las conductas compensatorias pueden estar ligadas a otro tipo de comportamiento de riesgo, como los episodios de atracón seguidos de alguna de las prácticas que se mencionaron anteriormente como el uso de laxantes, otras conductas purgativas, ejercicio excesivo entre otras (Calvopiña, 2014).

#### **1.4 Episodios de atracón**

La característica principal de los episodios de atracón es la pérdida de control sobre lo que se come, el episodio de atracón es un estilo de alimentación (Cuadro & Baile 2015). Los episodios de atracón además de reconocerse como una CAR, implican la presencia regular de los atracones al menos una vez a la semana durante tres meses, estos se llevan a cabo con descontrol y malestar, sumado a que después de estos episodios de atracón no se busca compensar con conductas que ya se han mencionado, como lo son, el vómito autoinducido, el ejercicio físico, el consumo de laxantes y/o el ayuno (APA, 2022).

#### **1.5 Ayuno**

El ayuno es una práctica bastante común entre diferentes grupos de personas que buscan reducir peso o bajar los niveles de grasa corporal; la realización de esta práctica puede llevar a diversos problemas de salud o un posible riesgo de llegar a sufrir algún TCAIA. El ayuno se puede definir como la abstinencia de todo alimento y líquido durante un período definido, generalmente un solo día (24 horas) o varios días (Ortega, 2016). Se ha encontrado que la implementación del ayuno puede estar ligado a los TCAIA, las personas que llevan a cabo esta práctica muestran una mayor relación con problemáticas como la idealización de un cuerpo delgado, niveles más bajos de autoestima, y estas personas se muestran mayormente propensas a llevar a cabo episodios de atracón, en comparación con las personas que no practican el ayuno (Cuccolo et al., 2022). El abordaje del ayuno puede ser un tanto polémico, ya que en algunos casos se ha demostrado que puede ayudar en algunos temas facilita el control de peso, masa corporal, grasa corporal y otros puntos, por esto mismo esta práctica puede estar un tanto normalizada, incluso habiendo culturas que dentro de su religión practican el ayuno. Sin embargo, esta práctica también puede estar relacionada con el inicio de un

TCAIA (Barragán et al., 2014). Por esto mismo, es importante prestar atención a los motivos por los cuales se lleva a cabo el ayuno. Se sabe que por ejemplo en la cultura egipcia se suele practicar el ayuno en algunas épocas del año. La diferencia radica en que, en este caso, el ayuno se ha vinculado a creencias religiosas y culturales, además de que es una conducta controlada, y no precisamente de riesgo (Polychrou, 2021).

## **1.6 Imagen corporal**

La imagen corporal es un factor muy importante en el desarrollo de la identidad de cada persona, ya que esta representa en gran medida la forma en que una persona se percibe y qué juicios atribuye al cuerpo propio (Cortez et al. 2016). Además, la imagen corporal es un determinante sobre la forma en que las personas actúan sobre sí, influenciadas además de la insatisfacción corporal, por factores sociales, culturales, de aprendizaje, entre otros aspectos que se conjugan con la autopercepción del individuo (Sánchez & Solórzano, 2020).

La imagen corporal se define como la representación mental que cada individuo construye acerca de sí mismo y la conciencia de cómo percibe su cuerpo (Narváz & Talavera 2016). Ahora bien, la configuración total del pensamiento sobre la insatisfacción corporal estará determinada por aspectos cognitivos, perceptivos, emocionales, conductuales y culturales (Quiroz, 2015). La insatisfacción corporal en adolescentes cobra bastante relevancia para los jóvenes, ya que es en esta etapa del desarrollo en donde suele manifestarse la no aceptación de los cambios corporales, por lo que se presenta la insatisfacción corporal, y que podría desencadenar la práctica de CAR (Duno & Acosta, 2019).

### **1.6.1 Insatisfacción corporal**

Ya se señaló que la no aceptación de la imagen corporal podría encaminar a los jóvenes a practicar conductas de riesgo, pero ¿qué es la insatisfacción corporal? Esta se puede definir como la presencia de juicios que adjudican un valor al cuerpo que no coinciden con las características reales de los individuos (Medina-Gómez et al., 2019). Por esto resulta de suma relevancia estudiar la insatisfacción corporal en los adolescentes en relación con las CAR, ya que un desfase sobre la autopercepción corporal y la realidad puede tener un impacto negativo en el aspecto conductual y cognitivo de los jóvenes que los lleve a realizar comportamientos alimentarios no saludables. Ahora será importante conocer cómo es que los adolescentes

abstraen estos modelos estéticos, los interiorizan y por qué la adolescencia resulta una etapa de vulnerabilidad para cada persona debido al desarrollo y cambios cognitivos, sociales, físicos y conductuales que vive cada persona.

## **Capítulo 2. Adolescencia como etapa de vulnerabilidad de las conductas alimentarias de riesgo**

Es importante partir por definir la adolescencia. El término adolescencia deriva del latín *adolescere* que significa “crecer hacia la adultez” (Gaete, 2015). La Organización Mundial de la Salud ([OMS], 2023) define a la adolescencia como la etapa que transcurre desde los 10 a los 19 años. En esta etapa se presentan diferentes tipos de cambios fisiológicos, estimulados por las hormonas masculinas o femeninas, así como estructurales o anatómicos; cambios psicológicos, que se reflejan en la integración de la personalidad e identidad; así como la adaptación a los cambios socioculturales que la adolescencia conlleva (Secretaría de Salud, 2015). Con base en Gaete (2015), esta etapa de la vida se representa en tres rangos etarios: a) Adolescencia temprana: desde los 10 a los 13-14 años, b) Adolescencia media: desde los 14-15 a los 16-17 años, y c) Adolescencia tardía: desde los 17-18 años en adelante. Este es un cálculo aproximado de la edad en la cual se vive cada etapa. Cada una de estas fases tiene una función en el desarrollo del adolescente, tanto biológica, como psicosocial. En ese momento de la vida de los individuos y en los tres estadios (mencionados anteriormente) se logran diversas tareas y metas, que posteriormente determinarán aspectos fundamentales en la vida adulta de las personas.

La adolescencia es una etapa muy importante en la vida de cualquier persona, en esta se desarrollarán rasgos característicos de los individuos, además es una etapa crítica de transición entre la infancia y la adultez (Molina et al., 2003). Como ya se ha mencionado, la adolescencia puede marcar el rumbo de la salud psicológica de una persona, factores como los estilos de crianza, los modelos a seguir, la percepción subjetiva de las situaciones estresantes, la adaptación sociocultural, entre otros, pueden determinar el nivel de riesgo que existe en una persona para llevar a cabo CAR o llegar a padecer un TCAIA (Guzmán et al., 2012; Hampshire et al., 2022; Stice & van Ryzin, 2019; Zubatsky et al., 2015). Por ello, es importante prestar suma atención a los jóvenes adolescentes, ya que a temprana edad se pueden identificar rasgos y conductas de riesgo, lo cual puede ser un factor clave en la prevención de alguna problemática psicológica. A continuación se ahonda en cada una de las esferas de desarrollo de la adolescencia.

## 2.1 Desarrollo biológico

El desarrollo biológico en la adolescencia es una importante etapa de cambios en la vida de los jóvenes, se logra una maduración que está marcada principalmente por la aparición de las características sexuales secundarias, el crecimiento, el aumento de estatura y diversas modificaciones en la composición corporal. En esta etapa de maduración se vivirán un conjunto de fenómenos de crecimiento y diferenciación celular, estos eventos generarán la aparición de diversas funciones determinadas en el organismo. Es importante tener en cuenta que cada persona tiene su propio reloj biológico, que determinará su progreso hacia la madurez y que este proceso se vive a diferentes tiempos en cada persona (Gómez-Campos et al., 2013).

Desde una perspectiva estrictamente biológica, las características sexuales secundarias se presentan en los adolescentes como las diversas características somáticas que permiten distinguir a simple vista los sujetos que se encuentran en plena capacidad reproductiva y que permiten denotar una diferencia entre sexos para asegurar la continuidad de la especie. Las características sexuales son muy importantes al considerar el desarrollo biológico en los y las adolescentes, ya que éstas son un parámetro vital al considerar la maduración de una persona adolescente. En las mujeres estas características se vuelven notorias por el desarrollo de los senos, la aparición de vello púbico y axilar, así como la menarquía. En los hombres el desarrollo de caracteres secundarios se nota principalmente en el desarrollo testicular y la eyaculación, de igual manera se presenta la aparición de vello púbico y axilar (Mascorro, 2021).

Además de los cambios mencionados, se pueden nombrar otros que también llegan a ser bastante notorios, como lo son el aumento de estatura, crecimiento de extremidades, cambios en la voz, aumento de la capacidad física, e incluso cambios en la estructura dental. Otro aspecto bastante importante al observar el crecimiento del adolescente es la maduración esquelética, la cual está determinada por la maduración de los huesos de una persona, estos cambios se caracterizan principalmente por la sustitución del cartílago por hueso, o el crecimiento del hueso o en la vaina fibrosa del hueso subperiostio (American Academy of Pediatrics, 2019).

El cambio y desarrollo del cuerpo del adolescente, implica una necesidad de adaptación a las nuevas características físicas que se van presentando diariamente. Por esto mismo esta

etapa de cambios puede ser un determinante importante en la aceptación del propio cuerpo (Papalia & Martorell, 2016).

Los cambios y el buen recibimiento de éstos pueden estar sujetos a la percepción que tenga el adolescente respecto a la sensación de satisfacción con el cuerpo, sumado a la relación con el cumplimiento de algunos estándares de “belleza” o “aceptación” que están impuestos por la sociedad (Guzmán et al., 2014). Cabe señalar, que en el siguiente capítulo se abordará esta temática con mayor profundidad.

## **2.2. Desarrollo psicológico y social**

Como ya se ha señalado, en la adolescencia se viven diversos procesos en prácticamente cualquier aspecto de la vida. El desarrollo psicológico y social es un proceso bastante importante durante la adolescencia y en su transcurso hacia la adultez. Dentro de ajustes más relevantes se encuentran los asociados con el pensamiento, al respecto Piaget (1976) planteó que en esta etapa se evoluciona en el pensamiento cognoscitivo, así se va del pensamiento concreto hacia el pensamiento abstracto, lo cual sucede aproximadamente de los doce años de edad en adelante, incluyendo la vida adulta. Por lo que el adolescente va logrando poco a poco analizar y manipular deliberadamente esquemas de pensamiento, y también puede llegar a manejar el razonamiento hipotético deductivo. Esta capacidad de adentrarse en el mundo de las ideas le permite a la persona en cuestión considerar diversas posibilidades hipotéticas, lo que puede ser productivo para la resolución de problemas, comprender tópicos o construir teorías en torno a temas sociales, científicos, religiosos, entre otros (Muuss, 1996).

Uno de los procesos más importantes que vive el adolescente es la búsqueda de la identidad y la consolidación de todos los aspectos que esta conlleva. Erikson (1980) afirmó que los adolescentes se encuentran en búsqueda de la forma en la cual se pueden relacionar con el mundo. Algunos de los aspectos importantes que suelen lograrse en esta etapa es la identificación, evaluación y selección de valores y roles que se llevarán a cabo durante la vida adulta Erikson (1980). Otro punto importante también señalado por Erikson es la búsqueda de la identidad y singularidad, en ese momento los y las jóvenes buscan definirse como personas distintas a sus padres y pares y no solo como extensiones de estos; sin embargo, los adolescentes integrarán ciertas características de sus padres, pares o del entorno social y

cultural que les rodea (Hamman & Hendricks, 2005). En resumen, de acuerdo con Erikson, la tarea más importante de esta etapa es la búsqueda de una identidad propia.

El desarrollo surgido en la adolescencia lleva a la persona a la madurez biológica, psicológica y social, todo esto en conjunto brindará el potencial para lograr la independencia, vista como una forma de diferenciación de las personas que le rodean y con las cuales convive, como lo es su familia, amigos o pares y las demás personas en general. Como ya se ha señalado, si todas estas tareas se cumplen se puede lograr una consolidación de la identidad y autonomía como persona, o como adulto llegando al final de la adolescencia sin problemas (Gaete, 2015). Al lograr la integración de la identidad también se favorecen diversos aspectos inherentes al buen cumplimiento de las tareas de la adolescencia, tales como la aceptación del propio cuerpo, el conocimiento objetivo, la aceptación de la propia personalidad, la identidad sexual, vocacional y una ideología personal. El logro de estas tareas conduce al joven hacia la felicidad y al cumplimiento satisfactorio de tareas posteriores, y en su defecto, si se falla en el cumplimiento de estas tareas puede conducirse a la infelicidad, la desaprobación social y dificultad en el logro de tareas a futuro (Rodríguez-Sacristán, 1998).

Durante la adolescencia se vive una independencia del núcleo familiar, que llegado al final de este proceso implica una separación gradual en la cual la persona en cuestión será económica y emocionalmente independiente. Al inicio de este proceso se suele generar cierta oposición hacia las opiniones, consejos o críticas parentales, las cuales se reciben con recelo, así como menor interés por las actividades parentales, también existe una búsqueda de otros individuos a los cuales externar amor. Llegada la mitad del proceso de la adolescencia hay un mayor acercamiento a los amigos, y suelen presentarse mayor cantidad de conflictos con los padres. Por último, en la última fase de la adolescencia suele generarse una reintegración a la familia, comprendiendo los valores y consejos que de inicio no se entendían. También puede que se presente cierto miedo o dificultad para aceptar nuevas responsabilidades, lograr la independencia económica, entre otros cambios (Güemes-Hidalgo et al., 2017).

En la época actual, se ha presentado un retraso al incorporarse a la vida adulta después del periodo adolescente, esto debido al aumento de tiempo al completar los estudios, la difícil incorporación al mundo laboral o la obtención de un trabajo estable. Es importante mencionar que los adolescentes de antes no eran “mejores” que los de ahora, simplemente este desarrollo

de los jóvenes es un reflejo de la sociedad actual, junto con las problemáticas y ventajas que esta presenta en la vida de cualquier individuo (Gaete, 2015).

En la adolescencia los amigos y grupos sociales forman una parte muy importante en la vida del joven en cuestión. Al inicio de la adolescencia hay gran interés en la amistad con personas del mismo sexo, de los cuales la opinión que tengan tomará gran relevancia. Llegado el punto medio de la adolescencia las amistades toman incluso un papel más relevante en la vida del adolescente, las y los jóvenes se sumergen tanto en este círculo en el cual forma parte conforme a valores, ideales valores, reglas, formas de vestir, actuar, etc. Esta integración al grupo de amigos implica un intento de separación de la familia. Al final del proceso se pierde el interés por la exploración de nuevas amistades y también se pierde interés en el grupo, por lo que ahora el adolescente buscará las relaciones íntimas y una pareja (Morales & Díaz, 2017).

### **Capítulo 3. Influencias socioculturales asociadas a las conductas alimentarias de riesgo**

Es sabido que la influencia sociocultural tiene un gran peso en la vida de los adolescentes, y en cómo estos se perciben de forma física y psicológica; es ahí en donde en gran medida, suelen reconocerse modelos a seguir por parte de los jóvenes. Estos factores socioculturales, incluyen a los roles que son asignados a las personas dependiendo su sexo (sean hombres o mujeres), estos roles llevan una carga de influencia social, la cual forma parte importante en esta asignación (Amaya, 2013). En la actualidad se interactúa con una gran cantidad de información que comparten los medios de comunicación, y que particularmente promueven la delgadez y los cuerpos estereotipados, incluso el cómo tener un cuerpo delgado otorga cierto estatus a las personas que lo poseen. En específico estos mensajes van dirigidos en la mayoría de los casos a las mujeres, las cuales incluso pueden ser rechazadas en diferentes esferas de su vida si es que no cumplen con estos estereotipos (Balantekin et al., 2018; Cash, 1990; Espósito, 2015; Ferguson et al., 2014; Toro et al., 1994). Otro tipo de información que bombardea al público adolescente son las imágenes de cuerpos musculosos y atléticos, en los cuales la búsqueda es lograr ser más “grande” regularmente este tipo de información puede estar referida hacia los varones, o se expone comúnmente en hombres (Alvarez et al., 2009; Cervantes, 2015; Gómez-Peresmitré, 2014; Gómez-Peresmitré et al., 2000; Gómez-Peresmitré et al., 2010; Grogan, 2021; Tiggemann & Anderberg, 2020).

En una forma más general las exigencias físicas en torno a la delgadez y la insatisfacción corporal se pueden hacer visibles desde la edad escolar, donde una insatisfacción corporal “buena” es asociada a la popularidad, al éxito, la inteligencia etcétera (Cavieres et al., 2019). De cualquier modo, es claro que, los medios de comunicación, la influencia de la familia y los pares generan un gran impacto en la vida de los adolescentes, así como en su percepción y satisfacción corporal.

Para explicar de mejor manera esa influencia, es viable apoyarse en la Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura (1977), la cual se enfoca principalmente en estudios de índole conductual y cognitivos en la psicología. A través del concepto de modelamiento resulta factible tener un punto de referencia para entender cómo ciertas conductas o pensamientos acerca de la delgadez son aprendidos por las personas desde sus primeros años de vida (Bandura, 1965). Bandura plantea cuatro aspectos importantes para lograr este moldeamiento. El primero es la atención, la persona en cuestión debe prestar atención al modelo observado, el

siguiente punto es la retención, en este aspecto, la persona debe ser capaz de recordar el modelo previamente mencionado, posteriormente está la reproducción de las conductas ejecutadas por el modelo, y por último está la motivación, en la cual ya existe un estímulo positivo para querer replicar las conductas observadas, lo cual puede estar condicionado por castigos o por reforzamientos en la conducta (Nabavi, 2012). Teniendo en cuenta esto, se puede tener una perspectiva más amplia para entender cómo es que ciertas conductas se crean sobre los ideales estéticos físicos y la delgadez, estos aprendizajes se reflejan el día a día en la sociedad, ya sea con la familia, en el grupo de pares o en los medios de comunicación.

### **3.1. Modelo de influencia tripartita**

El modelo tripartita plantea un punto relevante el cual se ha vislumbrado en los capítulos anteriores. Este modelo multifactorial denominado *Tripartite Influence Model*, es una perspectiva teórica que promueve la comprensión etiopatogénica sociocultural de los TCAIA (van den Berg et al., 2002). Hace referencia a tres esferas de la vida de las personas y, en este caso específico, de los adolescentes, en donde se describe cómo los padres, el grupo de pares y los medios de comunicación tienen un papel crucial en el desarrollo de la autopercepción de la insatisfacción corporal y la aceptación o perturbación de la misma (Cavieres et al., 2019). Además, el modelo propone que los mecanismos de comparación social e internalización del ideal de delgadez median o parcialmente median el efecto de las tres influencias primarias sobre la insatisfacción corporal (Huang et al., 2020).

#### **3.1.1. Influencia de los padres**

Ahora bien, a continuación, se describen cada uno de los factores considerados en el Modelo Tripartita. Particularmente en este apartado se aborda la influencia de los padres y madres en la satisfacción corporal y las CAR. En este sentido los padres tienen una influencia indirecta con sus hijos, ya que estos observarán, aprenderán y replicarán ciertas conductas de sus progenitores, incluidas conductas relacionadas con las estrategias de pérdida de peso, aceptación de diferentes tipos de cuerpos, entre otras. De forma directa se podrían tomar en cuenta los comentarios (aprobatorios y desaprobatarios) y actitudes que generan los padres en torno al hijo sobre su físico, de igual manera la forma en que se conceptualiza la dieta y el ejercicio (Raspovic et al., 2022). Estas conductas serán un factor determinante en la formación

de conductas alimentarias en los niños y adolescentes (Cavieres et al., 2019). Otro punto importante al momento de considerar la influencia de los padres en los adolescentes en torno a la formación de CAR, son los comentarios sobre el peso y figura corporal, que se dicen directamente a las personas, ya sea desde que son niños o en la adolescencia, es claro que estos comentarios tienen un impacto relevante en la auto percepción de las personas y el desarrollo de pensamientos acerca de los ideales estéticos. Incluso se ha mencionado que, los comentarios a los niños o adolescentes, sobre el peso y la figura, tienen una implicación directa en la sensación del cuerpo de las personas, en comparación por ejemplo con actitudes indirectas, como las que se mencionaron anteriormente (Neumark-Sztainer et al., 2010). Estos comentarios influyen aún más en las etapas de desarrollo, lo cual será un factor determinante a futuro y que puede ser un parteaguas para el desarrollo de CAR. Dicho patrón de comportamiento puede encontrarse aún más presente en las mujeres adolescentes, a través de las madres incitando a la realización de dietas para bajar de peso, así como de miembros de la familia con comentarios incómodos respecto al peso de las adolescentes (Hazzard et al., 2020; Langdon-Daly & Serpell, 2017; Smith et al., 2016). Es claro que los padres generan un gran impacto en sus hijos en torno a las conductas alimentarias, aceptación corporal y auto percepción, con ellos los jóvenes comparten gran parte de su vida, hábitos y formas de pensar que son sin duda una gran influencia en el desarrollo de cada persona.

### **3.1.2. Influencia de los pares**

Como siguiente punto a desarrollar se encuentra la influencia de pares. Este grupo puede ser identificado como las personas que comparten un contexto social, cultural y cronológico con el adolescente en cuestión. A lo largo de esta tesis se ha mencionado la importancia que tienen los pares en los adolescentes y cómo estos impactan en la vida de los jóvenes actualmente. Además, los mensajes transmitidos por los pares pueden ser entendidos más claramente y, por ende, tener mayor probabilidad de ser interiorizados e influir directamente sobre las cogniciones, las actitudes y las conductas del adolescente, además entre ellos se dan soporte emocional, se brindan un sentido de pertenencia e identidad, así como un espacio para probar y adoptar valores independientes a los de los padres (Kail & Cavanaugh, 2006; Salas, 2021). Como puede afirmarse, durante la adolescencia el grupo de pares funge como referente de los roles y los comportamientos socialmente aceptables para quienes están en esa etapa del desarrollo (Amaya-Hernández et al., 2017).

Sumado a lo anterior, los amigos y personas que comparten socialmente con los adolescentes pueden ser determinantes en la práctica de algunos tipos de conductas que posteriormente serán replicadas o interiorizadas, por ejemplo, al realizar deportes, en la forma de vestir, de actuar, entre otros. Dentro de estas conductas replicadas o asociadas a los grupos de pares también se encuentran las conductas aprendidas de los amigos (Beyens et al., 2016).

Asimismo, y tal como se ha reportado en varios estudios, la influencia de los pares tiene relación con el desarrollo de la imagen corporal y las CAR se ha documentado desde edades muy tempranas e incluso hasta los 23 años (Amaya et al., 2019; Unikel-Santoncini et al., 2022; Villalobos et al., 2020).

Con base a lo señalado anteriormente, la promoción sociocultural en la cual se ha propiciado la promoción de la interiorización de la delgadez como señal de un cuerpo saludable, bello, libre e incluso exitoso, puede llegar a desencadenar problemáticas en torno a las conductas alimentarias de riesgo (Mancilla-Díaz et al., 2010).

Esto en conjunto con la influencia de los pares puede llegar a ser un factor relevante al momento de generar la interiorización corporal de cada persona y también cómo se percibe, enfocándonos en este aspecto y en el tema principal de este apartado de este trabajo es posible empezar a vislumbrar cómo lo mencionado en el párrafo anterior se relaciona con la influencia de pares. Los pares contribuyen a que los adolescentes interioricen ciertos modelos estéticos dominantes, todo esto se da a través de diversos factores, como lo son mensajes, interacción y la popularidad que la persona alcanza en torno a su aspecto físico. Esto teniendo en cuenta al argumento de que los pares generan juicios acerca de las personas enfocándose en su aspecto físico, presentando una mayor aceptación por los adolescentes considerados “más atractivos”; y por el otro lado, discriminación o rechazo a las personas menos atractivas de acuerdo con los estándares planteados en ese entorno, lo que puede llevar a generar preocupación por la apariencia física y así acercarse a algunas CAR (Amaya, 2013). A continuación, se profundizará sobre la influencia social a través de los medios de comunicación.

### 3.1.3. Influencia de los medios

La influencia de los medios juega un papel muy importante dentro de la percepción y satisfacción corporal. Ya que estos muchas veces son los que determinan los modelos propuestos a seguir por la sociedad en torno a los ideales corporales. Es en estos espacios en donde también se genera una interiorización de diferentes conceptos que serán puntos clave en el desenvolvimiento de las personas y de las conductas alimentarias que desarrollarán en un futuro de acuerdo con lo que les ha sido presentado como "ideal" o "correcto" (Losada et al., 2015). Así se construye el denominado "modelo estético corporal" que se conceptualiza como el estereotipo de cuerpo ideal (construido social y mediáticamente), y que es usado por la publicidad como prototipo de "cuerpo bello" o "cuerpo al que se debe aspirar tener" (Raich, 2000). Toro et al. (1994) contemplaron como elementos que contribuyen en la interiorización del modelo estético corporal aquellos factores culturales que funcionan como facilitadores o que justifican la extrema delgadez debido a razones estéticas y de exposición social.

Para muchas adolescentes, e incluso mujeres adultas, este ideal irreal que retratan particularmente los medios de comunicación es percibido como real. Esas imágenes se centran en el valor del aspecto y la delgadez por lo que tienen un impacto negativo significativo en la satisfacción corporal, preocupación del peso, patrones alimentarios y bienestar emocional de la persona (Salazar-Molar et al., 2021). La influencia que los medios de comunicación ejercen en nuestra sociedad condiciona la necesidad de estudiar el papel que juegan éstos en el inicio y desarrollo de CAR (León et al., 2022). Desde algunas décadas atrás, los estudios realizados han mostrado resultados coincidentes en cuanto a la asociación de la exposición a los medios de comunicación con el inicio y desarrollo de la insatisfacción corporal, las CAR y/o los TCAIA (Levine et al., 1999; Levine et al., 1994; Patel & Preedy, 2023).

Este espacio sería el último punto dentro del modelo tripartita presentado para explicar y comprender cómo es que se puede llegar a incurrir en CAR y TCAIA, explicando de qué forma los medios de comunicación se relacionan con la influencia de pares y la influencia de los padres, se podrá tener un marco más amplio sobre las conductas de riesgo.

Como se señaló, los medios de comunicación suelen tener un impacto grande sobre los adolescentes, como lo son algunas revistas enfocadas en temas de belleza suelen presentar modelos con distintos tipos de características que hacen alusión a la belleza y al erotismo, otro

ejemplo podría ser la televisión, uno de los medios con más impacto en la actualidad y desde hace varios años, en este espacio se comparten imágenes ideales relacionadas estándares y a la belleza física, que incluso se relacionan con el éxito, la salud y el bienestar (Manrique et al., 2018). Sin embargo, hoy en día las redes sociales parecen estar tomando el lugar de algunos medios de comunicación “antiguos” o tradicionales. Hoy en día los y las jóvenes suelen identificar ciertos modelos a seguir dentro de diversas plataformas como lo son Instagram, Tik tok, facebook, entre otras (Fardouly et al., 2018; Gil, Ruiz, & del Olmo, 2022, Liu, 2021; Maes & Vandebosch, 2022; Tiggemann & Zaccardo, 2018). En estas redes también suelen mostrarse diversos modelos estéticos a seguir que pueden permear las formas en que los jóvenes de las nuevas generaciones interiorizan y comprenden el mundo actual en torno a temas estéticos, de hábitos y estereotipos (Frederick et al., 2022; Kaufman, 2020). De igual manera estas redes sociales logran generar un impacto parecido a lo que se tiene con la televisión, revistas, cine, etc. (Siibak, 2010; Tiidenberg & Gómez, 2015). Sin embargo, sería de gran relevancia girar la atención hacia estos medios digitales para comprenderlos a fondo.

### ***3.2. Formación de audiencias críticas como factor protector del desarrollo de las conductas alimentarias de riesgo.***

La prevención es uno de los puntos centrales para cualquier sistema de salud, antes de cualquier tipo de intervención de emergencia o sobre una respectiva enfermedad el prevenir siempre debe ser el primer paso para acercarse a un estado de salud óptimo. La información, la accesibilidad a sistemas de salud efectivos y programas de prevención, junto con la información, pueden marcar una diferencia radical al momento de reducir la incidencia de TCAIA y CAR, o incluso de cualquier enfermedad o problemática de salud.

En 2017, la Secretaría de Salud de México, reportó que cada año se registran cerca de 20 mil casos de anorexia y bulimia, siendo la población de entre 15 y 19 años la más afectada (Secretaría de Salud, 2017). Asimismo, Villalobos y colaboradores (2020) al investigar la evolución de las CAR en adolescentes mexicanos (de 2006 a 2018), encontraron una prevalencia de CAR normativas (consideran respuestas de adolescentes señalando que en los últimos tres meses “frecuentemente o muy frecuentemente” les había preocupado engordar, habían hecho ejercicio en exceso o dieta para tratar de bajar de peso) que pasó de 11.9% a 15.7%, y las CAR no normativas (incluyen respuestas de adolescentes que consideran que en

los últimos tres meses “frecuentemente o muy frecuentemente” habían vomitado después de comer, ayunado o usado pastillas, diuréticos o laxantes con el fin de bajar de peso o habían experimentado atracones o perdido el control sobre lo que comían).

Por otro lado, como ya se ha señalado la publicidad diseña modelos vendibles y crea un aspecto para todo aquél que quiera reflejarse en ella, particularmente dirigida a los adolescentes y jóvenes, por lo que cobra relevancia la necesidad de promover acciones asociadas con la lectura de mensajes en los medios de comunicación, de tal manera que se recepcionen de forma crítica, que forme audiencias críticas. Charles y Orozco (1990) describieron esas acciones como aquellas estrategias que permiten a los receptores relacionarse con los medios de una manera más reflexiva. Una de las fundadoras de la alfabetización en los medios o audiencias críticas fue Elizabeth Thoman (1977), quien definió a las audiencias críticas como la habilidad de interpretar y crear significado personal de cientos de símbolos verbales y visuales que vemos todos los días a través de la televisión, radio, periódicos, revistas y campañas publicitarias.

Bustos (2001), señala que los individuos son seres que desempeñan un papel activo en esta relación con los medios y que son capaces de analizar y transformar la información que reciben, e incluso desecharla. Según Rodríguez y Gómez-Peresmitré (2007) es sumamente relevante que los adolescentes aprendan a resistir a las presiones socioculturales hacia la delgadez, y que en este sentido el activismo pueda considerarse como un abordaje proactivo, el cual, en el campo de los trastornos alimentarios, se refiere a las protestas expresadas por la promoción de mensajes indeseables o insanos en la publicidad de algunos productos. Específicamente, las protestas giran en torno a aquellos comerciales que promueven el ideal de delgadez, con el propósito de provocar un cambio en las políticas de promoción de productores y fabricantes.

Teniendo en cuenta todo lo revisado anteriormente es importante que exista conciencia por parte de los diversos espacios explorados durante este trabajo, como los son los padres, las amistades, espacios sociales, en medios de comunicación y redes sociales. Resulta prácticamente imposible proteger a una persona de distintos estímulos, experiencias o modelos que le puedan llevar a tener alguna problemática en el ámbito alimenticio, es por eso que la educación, la cercanía, la escucha activa, el respeto y la empatía resaltan como puntos mediadores entre todo este mundo de información y estándares. Dichos puntos serán el factor

protector más importante para cualquier niño o adolescente, ya que, a través de esto, las personas pueden aprender a mediar entre lo que reciben de su entorno, en cómo se perciben a sí mismos y el nivel de autoestima, satisfacción corporal que presentan.

Proteger a las audiencias críticas a través de la educación y la comprensión tanto de jóvenes como adultos, resultará en el mejor programa de prevención existente, en el cual estas problemáticas se atienden desde el primer momento y en espacios comunes como lo puede ser el hogar o la escuela.

## **Capítulo 4. Método**

### **4.1 Planteamiento del problema**

Esta investigación formula un planteamiento relevante en el mundo actual, al abordar las CAR y TCAIA, ya que los medios de comunicación han cambiado de forma drástica en los últimos años y han generado un impacto diferente debido a que éstos también han evolucionado, por lo cual conocer cómo es que las nuevas generaciones interiorizan ideales y los desarrollan en la sociedad es un punto vital para ahondar en la comprensión de las conductas de riesgo (Derenne & Beresin, 2018; Peat et al., 2014). Dentro de las características de esta investigación es posible generar un análisis con datos observables y medibles, a través del uso de cuestionarios digitales, en los cuales se genera un consentimiento del uso de información. Como se mencionó, el mundo se mueve cada vez más rápido debido a medios digitales, por lo cual, con esta investigación se puede partir para generar conocimiento y herramientas más precisas en la comprensión de las CAR y TCAIA en las generaciones más jóvenes.

#### **4.1.1 Justificación**

La presente investigación tiene como finalidad conocer si existe relación entre la formación de audiencias críticas, las influencias socioculturales y las conductas alimentarias de riesgo. Este tema resulta de gran relevancia, ya que desde el siglo pasado los medios de comunicación generan un gran impacto en los y las jóvenes, sin embargo, al día de hoy, el foco de atención se ha trasladado a diversas plataformas, lo cual también implica un cambio en diversos temas de autopercepción, autoestima y satisfacción corporal.

Por otra parte, las conductas alimentarias de riesgo se presentan en la sociedad actual con frecuencia incluso por momentos como un problema de salud pública. Es por lo que este estudio puede aportar datos e información importante para futuras investigaciones, o para replantear el panorama de investigación, ya que resulta necesario adaptarse a las nuevas tendencias y formas de comunicación.

## 4.2. Preguntas de investigación

¿Se observarán asociaciones de las conductas alimentarias de riesgo y la insatisfacción corporal con la internalización de las influencias socioculturales y la formación de audiencias críticas en estudiantes de nivel medio superior?

¿Se identificarán diferencias entre estudiantes hombres y mujeres adolescentes en cuanto a conductas alimentarias de riesgo, imagen corporal, internalización de las influencias socioculturales y formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior?

## 4.3. Hipótesis

H<sub>0</sub>: No existe relación de las conductas alimentarias de riesgo y la insatisfacción corporal con la internalización de las influencias socioculturales y la formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.

H<sub>1</sub>: Sí existe relación de conductas alimentarias de riesgo y la insatisfacción corporal con la internalización de las influencias socioculturales y la formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.

H<sub>0</sub>: No hay diferencias estadísticamente significativas de los niveles de conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, internalización de las influencias socioculturales y formación de audiencias críticas entre estudiantes hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.

H<sub>1</sub>: Sí hay diferencias estadísticamente significativas de los niveles de conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, internalización de las influencias socioculturales y formación de audiencias críticas entre estudiantes hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.

## **4.4. Objetivos**

### **4.4.1 Objetivo general**

Establecer las relaciones de la insatisfacción corporal y las conductas alimentarias de riesgo con la internalización de las influencias socioculturales y la formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.

### **4.4.2. Objetivos específicos**

- Describir los niveles de las conductas alimentarias de riesgo en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.
- Describir el grado de insatisfacción corporal en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.
- Describir el nivel la internalización de las influencias socioculturales sobre el modelo estético corporal en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.
- Describir el grado de formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.
- Describir los índices de masa corporal de hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.
- Establecer las diferencias de las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal, la internalización de las influencias socioculturales y la formación de audiencias críticas entre hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior.

#### **4.5. Corte, alcance tipo y diseño de estudio**

El presente estudio es de corte cuantitativo, con un alcance descriptivo-correlacional y de diseño no experimental de tipo transversal.

#### **4.6. Contexto de la investigación**

Esta investigación se llevó a cabo a través de medios digitales, la aplicación se hizo mediante un formulario de *Google*, el cual contenía los instrumentos seleccionados. El formulario fue compartido a maestros y catedráticos de preparatorias de la zona centro del país para que fuera respondido por los alumnos. Es importante mencionar que la recopilación de datos se hizo de forma virtual debido a la pandemia causada por el virus Sars-Cov2.

#### **4.7. Participantes**

Para llevar a cabo el presente estudio se realizó cálculo del poder estadístico y del tamaño del efecto a priori con *G\*Power* versión 3.1 para *Windows* (Faul et al., 2009) el cual indicó un tamaño muestra de al menos 111 participantes para correlaciones de una cola ( $1 - \beta = .95$ ;  $f^2 = .30$ ;  $p = .05$ ). De esta manera, para este estudio se seleccionó una muestra (no probabilística de tipo intencional) conformada por 118 adolescentes de nivel medio superior, de diferentes regiones del centro de México, como lo son el área metropolitana de la Ciudad de México y el estado de Hidalgo. En total fueron 34 hombres y 84 mujeres, en un rango de edad de 15 a 18 años, una media de 16.32 ( $DE = 1.04$ ) para hombres y 16.27 ( $DE = 0.92$ ) para mujeres.

##### **4.7.1. Criterios de inclusión**

Los criterios de inclusión para esta investigación consideraron:

- Ser estudiante adolescente de nivel medio superior.
- Estudiar en la zona centro de México (se consideraron estudiantes de la zona metropolitana de la Ciudad de México y del estado de Hidalgo).

#### **4.7.2. Criterios de exclusión**

Para los criterios de exclusión se consideró no ser estudiante adolescente de preparatoria, ni habitar en la zona centro del país.

#### **4.7.3. Criterios de eliminación**

Se eliminaron a participantes que:

- Declinaron participar en el estudio.
- Que decidieron abandonar el estudio y se rehusaron a continuar a responder la batería de pruebas psicométricas.
- No respondieron de manera satisfactoria con el formulario para la recopilación de datos, debido a la falta de información para ser considerados en el desarrollo de la investigación.

### **4.8 Instrumentos y materiales**

*Encuesta sociodemográfica.* Dentro de los instrumentos se incluyó una encuesta sociodemográfica en la cual se solicitó información como sexo, edad, semestre en curso, escolaridad, ocupación de los padres, peso y altura, lo cual se utilizó para poder obtener el Índice de Masa Corporal (IMC) de los participantes (Anexo 2).

*Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal (CIMEC;* Toro et. al, 1994) fue creado para población española con el propósito de analizar la interiorización de las influencias culturales sobre el modelo estético corporal. El instrumento original está conformado por 40 reactivos que evalúan influencias de los modelos sociales, ansiedad por la imagen corporal e influencia por situaciones sociales, este instrumento cuenta con un alfa de Cronbach de .93 (Vázquez et al., 2021). El CIMEC fue validado para la población mexicana por (Vázquez et al., 2000) en este se obtuvo coeficiente de alfa de Cronbach de .93 donde se evalúan cuatro factores: influencia de la publicidad, malestar por la imagen corporal y conductas para la reducción de peso, influencia de modelos estéticos corporales e influencia de las relaciones sociales en la asimilación de modelos estéticos. Este cuestionario cuenta con 52 reactivos con tres tipos de respuesta (nunca = 0, a veces = 1, siempre = 2), donde una puntuación mayor es un indicador de una mayor influencia por parte de los modelos sociales.

En esta investigación se aplicó la versión de (Rodríguez, 2008) para mujeres con 32 reactivos enfocados en 5 factores: Malestar por la imagen corporal, Influencia de la publicidad, Influencia de los mensajes verbales, Influencia de las situaciones sociales e Influencia de los modelos sociales; y para los varones se aplicó versión masculina de este test (Velázquez, 2003; Anexo 3 y 6).

*Test de Actitudes Alimentarias* (EAT-40; Garner & Garfinkel, 1979). Su objetivo es medir síntomas y características de la anorexia nerviosa. Este test cuenta con 40 reactivos con seis tipos de respuesta tipo Likert con seis opciones de respuesta (nunca, casi nunca, algunas veces, bastantes veces, casi siempre y siempre); y con una escala que va de cero a tres. El instrumento fue creado para población canadiense por Garner y Garfinkel en 1979 tomando en cuenta dos submuestras de mujeres diagnosticadas con anorexia nerviosa. Este instrumento arrojó un alfa de Cronbach de .94 en la muestra total de .79 en las mujeres con anorexia nerviosa. Con la puntuación total, este instrumento diferenció entre mujeres con anorexia nerviosa y las mujeres control de la dirección esperada. Para la adaptación de este instrumento en población mexicana se retomó la versión en castellano de (Castro et al., 1991), la cual se adecuó para población mexicana por (Alvarez-Rayón et al., 2004). Para ser aplicada a una muestra clínica de 276 mujeres diagnosticadas con trastornos de la conducta alimentaria, este instrumento mostró una consistencia interna total adecuada ( $\alpha = .93$ ). Para efectos del presente estudio, se emplearon los factores seleccionados de Restricción Alimentaria o Dieta Restrictiva ( $\alpha = .88$ ), Obsesión por Adelgazar ( $\alpha = .85$ ) y Preocupación por la Comida ( $\alpha = .77$ ) respectivamente para cada factor. Para este instrumento, se puede ver que la mejor predicción diagnóstica para anorexia nerviosa o bulimia nerviosa se obtuvo con el punto de corte de 28 (sensibilidad = 83% y especificidad = 91%). En términos generales el EAT demostró que cuenta con las propiedades psicométricas necesarias para la aplicación en mujeres mexicanas (Franco et al., 2011; Anexos 4 y 7).

*Cuestionario de Imagen Corporal* (BSQ, por sus siglas en inglés; Cooper et al., 1987) busca identificar la presencia de insatisfacción con la imagen corporal. El BSQ consta de 34 preguntas en su versión original, con seis tipos de respuestas de escala tipo Likert que van de uno a seis (nunca, casi nunca, algunas veces, bastantes veces, casi siempre y siempre). En el presente estudio se utilizó una versión corta de este instrumento que cuenta con 8 reactivos extraídos del cuestionario original; sus propiedades psicométricas fueron analizadas en una

muestra de 492 mujeres universitarias, y el cual arrojó una consistencia interna de .91 para población mexicana (Franco-Paredes et al., 2021; Anexo 9).

*Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva* (ERC, Rodríguez, 2008) fue creada para población mexicana de adolescentes y evalúa los siguientes factores: gusto, confianza, interés en la publicidad, y lectura de mensajes en la misma. Este instrumento fue validado en población mexicana por (Rodríguez, 2008). El ERC está conformado por 18 reactivos tipo Likert que van de uno a cinco (nunca, a veces, frecuentemente, muy frecuentemente y siempre), y se califica dando mayor valor a la respuesta que representa un mayor riesgo o mayor habilidad en la recepción crítica hacia la publicidad. El test cuenta con un alfa de Cronbach de .65, donde se evalúan cuatro factores: gusto por la publicidad, confianza en la publicidad, interés en la publicidad y lectura de mensajes en la publicidad. Debido a que este instrumento fue creado para población mexicana, se utilizó la versión original de la escala para este estudio (Anexos 5 y 8).

#### **4.8.1 Procedimiento**

Para el trabajo de campo de esta investigación se realizó un formulario en *Google Forms*, el cual incluía el consentimiento informado, una encuesta sociodemográfica y los instrumentos mencionados (ver Anexos). Se contactó con las autoridades de las instituciones educativas y se les solicitó permiso para hacerles llegar este formulario a los alumnos a través de sus profesores, el cual era respondido de forma virtual en el transcurso de sus clases.

#### **4.9. Análisis de datos**

Con la finalidad de describir las variables sociodemográficas se realizó estadística descriptiva en medidas de tendencia central y de dispersión. Para determinar si existen diferencias estadísticamente significativas en las variables de interés por sexo, se efectuaron análisis de comparación *t* de Student y *U* de Mann-Whitney para muestras independientes, de acuerdo a las características de nivel de medición y de distribución normal de las variables. Y con el propósito de analizar las asociaciones entre las variables de estudio se llevaron a cabo correlaciones bivariadas  $r_s$  de Spearman. Y Todos los análisis se realizaron con el programa SPSS (SPSS, 2009).

#### 4.10. Definición de variables

**Tabla 1**

*Definiciones conceptuales y operacionales de las variables de estudio*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Sexo	Características físicas y biológicas que definen a hombres y a mujeres (OMS, 2018).	Reporte de encuesta sociodemográfica <i>ex profeso</i> .
Conductas alimentarias de riesgo	Son conductas o manifestaciones similares a los trastornos de la conducta alimentaria y de la ingesta de alimentos (TCAIA) sin embargo varían en frecuencia e intensidad (Unikel-Santoncini et. al, 2004).	Puntuaciones totales de los factores dieta restrictiva, preocupación por la comida y obsesión por adelgazar del Cuestionario de Actitudes Alimentarias (EAT-40; Alvarez-Rayón et al., 2004; Garner, & Garfinkel, 1979).
Preocupación por la comida	Grado en que una persona muestra preocupación por la cantidad de comida ingerida, así como de las porciones calóricas que contiene.	Puntuación total del factor preocupación por la comida, del Cuestionario de Actitudes Alimentarias (EAT-40; Alvarez-Rayón et al., 2004; Garner & Garfinkel, 1979).
Dieta restrictiva	Hace referencia a la evitación intencional de la ingesta de alimentos, con el objetivo de evitar el aumento de peso (Ortega, 2016).	Puntuación total del factor dieta restrictiva del EAT-40; (Alvarez-Rayón et al., 2004; Garner & Garfinkel, 1979).
Obsesión por adelgazar	Tendencia no saludable por intentar bajar de peso, a través de prácticas como la dieta.	Puntuación total del factor obsesión por adelgazar del EAT-40 (Alvarez-Rayón et al., 2004; Garner & Garfinkel, 1979).
Insatisfacción con la Imagen corporal	La insatisfacción con la imagen corporal hace referencia a una distorsión perceptiva por una discrepancia entre el cuerpo real y el cuerpo deseado, o por el simple disgusto del propio cuerpo (Jiménez-Flores, 2017).	Puntuación total del Cuestionario de Imagen Corporal (BSQ, Cooper et al., 1987; Franco-Paredes et al., 2021).
Internalización de la figura ideal	Grado en el que un individuo se involucra en los ideales de belleza, y al mismo tiempo realiza conductas que lo llevaran al ideal (Thompson & Stice, 2001).	Puntuación total del Cuestionario de Influencias Socioculturales Sobre el Modelo Estético Corporal (CIMEC), creado por (Toro et. al, 1994; Vázquez et. al., 2000; Vázquez-Arévalo et al., 2021).
Recepción crítica hacia la publicidad televisiva	Son aquellas estrategias que permiten a los receptores relacionarse con los medios de una manera más reflexiva. Charles y Orozco (1990); Evalúa la recepción crítica hacia la publicidad televisiva (Rodríguez, 2008).	Puntuación total de la Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva (ERC, Rodríguez, 2008).
Gusto por la publicidad	Nivel de agrado que genera observar publicidad, tomando en cuenta aspecto positivos como la risa la música, gente de apariencia familiar etc. (Rodríguez, 2008).	Puntuación total del factor gusto por la publicidad en la ERC (Rodríguez, 2008).

**Tabla 1**

*Definiciones conceptuales y operacionales de las variables de estudio (continuación)*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Confianza por la publicidad	Grado de credibilidad que un individuo otorga a la información obtenida a través de la publicidad (Rodríguez, 2008).	Puntuación total del factor confianza por la publicidad de la ERC (Rodríguez, 2008).
Interés por la publicidad	Nivel de atracción producido al visualizar la publicidad y su susceptibilidad a la persuasión de los mensajes contenidos. (Rodríguez, 2008).	Puntuación total del factor interés por la publicidad de la ERC (Rodríguez, 2008).
Lectura de mensajes	Capacidad de observar y decodificar el contenido de los mensajes en la publicidad (Rodríguez, 2008).	Puntuación total del factor lectura de mensajes de la ERC (Rodríguez, 2008).

#### **4.11. Aspectos éticos**

Para llevar a cabo la presente investigación, se tomaron en cuenta los principios de la declaración de Helsinki (Asociación Médica Mundial, 2023), así como de la Ley General de Salud (Diario Oficial de la Federación, 1984) y el Código Ético del Psicólogo (Sociedad Mexicana de Psicología, 2010), en donde se estipula que se debe contar con el consentimiento informado a los participantes de la investigación, garantizando el respeto a la dignidad y seguridad de los mismos. Por lo que, al inicio del formulario de Google que fue enviado a los participantes, se adjuntó un consentimiento informado (ver anexo 1), en el cual se notifica la forma en la que serán utilizados los datos recabados en la investigación. Asimismo, al estar de acuerdo con lo comunicado en el consentimiento los jóvenes dieron “click” en la opción acepto, en caso de no aceptar, el cuestionario automáticamente se envía sin responder los cuestionarios, garantizando así una participación voluntaria. No se solicitaron datos que puedan comprometer su identidad.

## Capítulo 5. Resultados

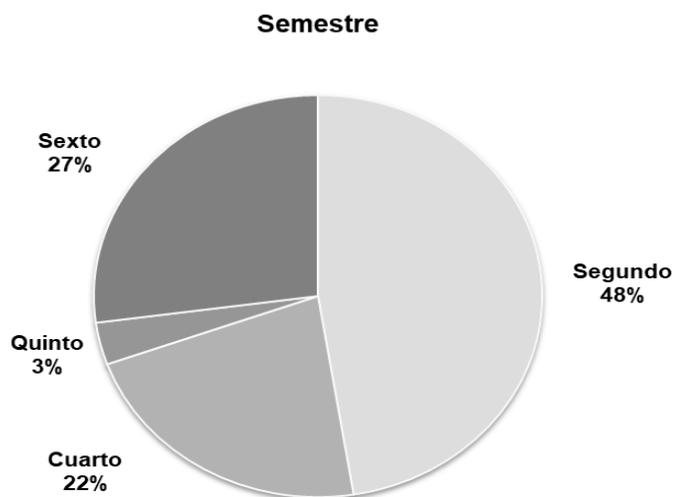
### 5.1 Datos descriptivos de las variables

#### 5.1.1 Datos de escolaridad

Respecto a la escolaridad, se obtuvo una muestra de participantes en donde cerca de la mitad (47.5%) cursaba el segundo semestre, la otra mitad cursaba cuarto, quinto y sexto semestre (ver figura 1).

**Figura 1**

*Descripción de datos respecto al semestre que se encontraban cursando los participantes (N = 118)*



Ahora bien, en cuanto a la escuela de procedencia el 33.9% de participantes estaba inscrito en una escuela pública de nivel medio de la Ciudad de México, y el 66.1% en diversas escuelas también del nivel medio del estado de Hidalgo (ver figura 2).

## Figura 2

Descripción de datos respecto a la escuela de procedencia de los participantes (N = 118)



### 5.1.2 Datos familiares

En cuanto a los datos que arrojó la pregunta “¿Con quién vives en casa?” Se encontró que más de la mitad (63.6%) viven con madre, padre y hermano(s), le sigue los estudiantes que solo viven con madre y padre (15.3%), el resto vive con mamá, papá, padre y/o madre y otros (ver figura 3).

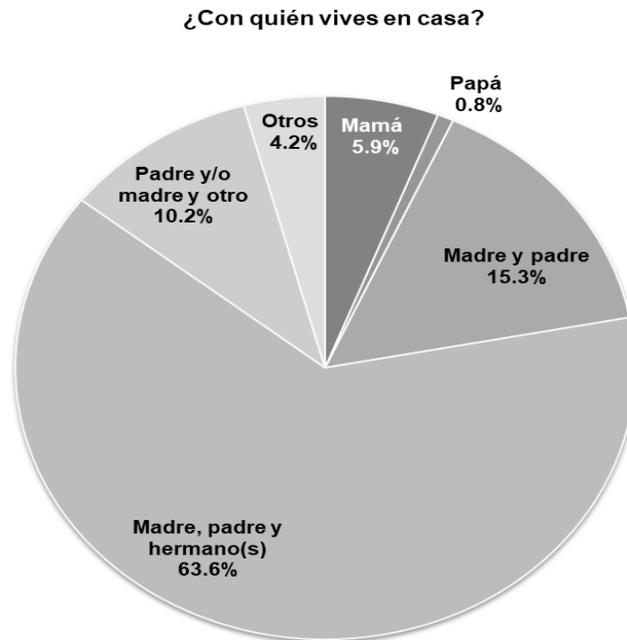
Con relación a la pregunta “¿Qué lugar ocupas entre tus hermanos?” Se encontró un 39.8% que es el menor, seguido del 34.7% que es el mayor, 19.5% es el de en medio y 5.9% es hijo único (ver figura 4).

De manera por demás interesante una tercera parte de padres y madres cursó como máximo nivel de escolaridad la preparatoria (31.4% y 38.1% respectivamente); y cerca del 27% tanto de padres como madres tienen nivel de licenciatura (ver figura 5).

Ahora bien, la mitad de los padres se dedican a un oficio (55.1%), en cambio las madres no trabajan en un 39.8%. Pero cabe señalar que el 33.9% de los padres son profesionistas y las madres en un 28.8% (ver figura 6).

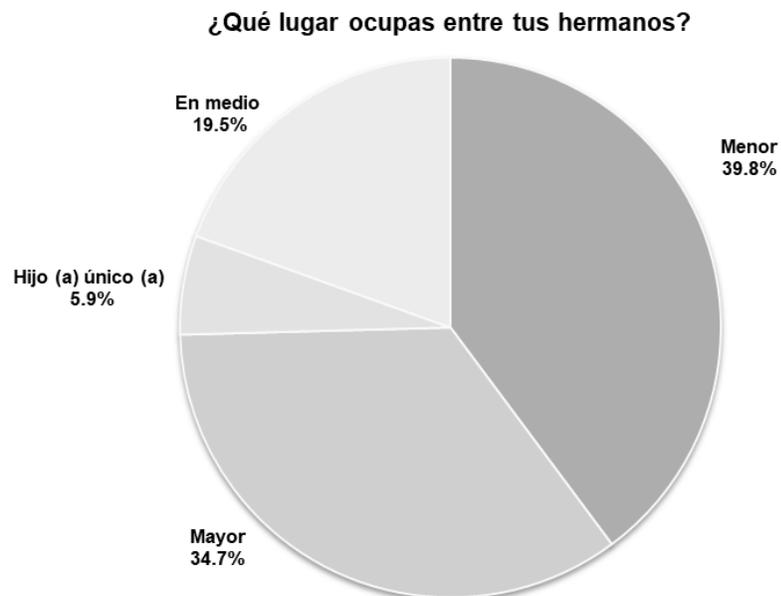
**Figura 3**

*Descripción de datos respecto a con quién viven en casa los participantes (N = 118)*



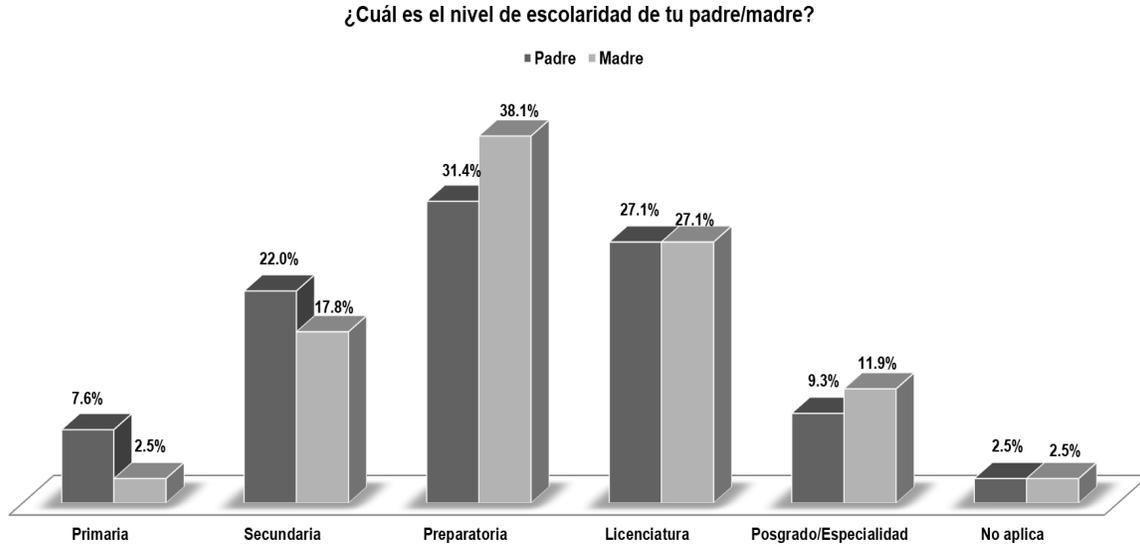
**Figura 4**

*Descripción de datos respecto al lugar que los participantes ocupan entre sus hermanos (N = 118)*



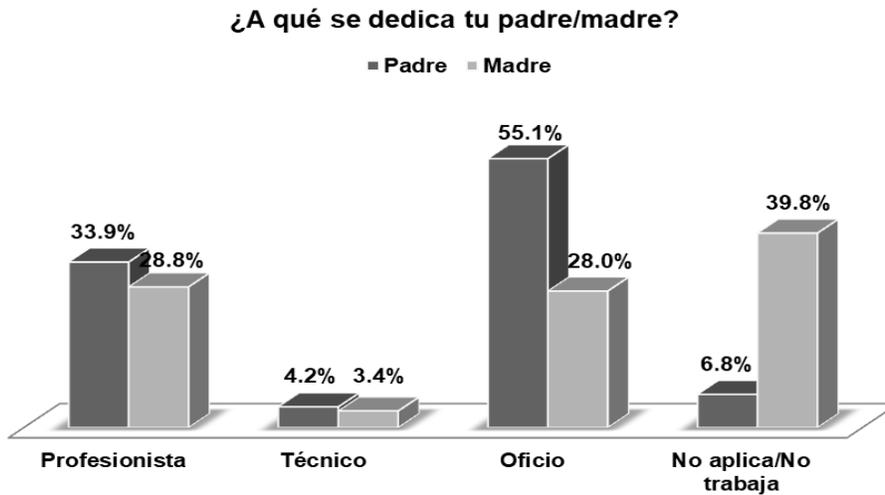
**Figura 5**

Descripción de datos respecto a la escolaridad de los padres y las madres de los participantes (N = 118)



**Figura 6**

Descripción de datos respecto a la ocupación de los padres y las madres de los participantes (N = 118)

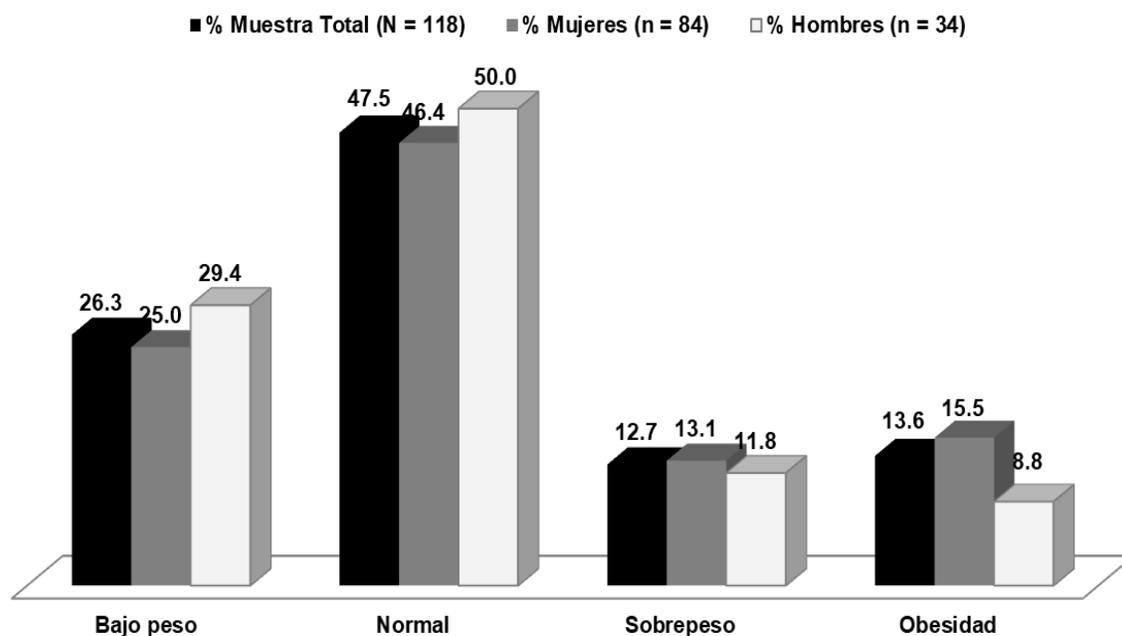


### 5.1.3 Índice de masa corporal

Como ya se señaló, de acuerdo con los datos proporcionados por los participantes (referente al peso y altura), se calculó el IMC, siguiendo los parámetros establecidos por la OMS (2021). Al respecto, se obtuvo que 47.5% ( $n = 56$ ) de los adolescentes presentan un peso normal, el 26.3% ( $n = 31$ ) tienen bajo peso, el 13.6% ( $n = 16$ ) con obesidad, y por último el 12.7% ( $n = 15$ ) con sobrepeso (ver figura 7). Cabe destacar, que al realizar el análisis de comparación (con base en la prueba paramétrica  $t$  de Student para muestras independientes) con el propósito de determinar las posibles diferencias del IMC por sexo entre los participantes, no se observaron diferencias significativas entre los grupos ( $t [gl\ 116] = 0.10\ p > .05$ ).

**Figura 7**

*Distribución de frecuencias por índice de masa corporal en las muestras total ( $N = 118$ ), de mujeres ( $n = 84$ ) y de varones ( $n = 34$ )*



### 5.1.4 Medidas de tendencia central de las variables

Específicamente en el tratamiento estadístico se utilizaron: análisis de frecuencias, medidas de tendencia central y de dispersión, análisis de varianza, correlaciones bivariadas.

Para los análisis inferenciales de los datos obtenidos se realizaron diversos tipos de pruebas, y con el propósito de determinar si se emplearían pruebas paramétricas o no paramétricas, en primer lugar, se realizaron pruebas de Kolmogorov-Smirnov para una muestra, considerando la totalidad de los estudiantes que participaron, así como análisis por sexo. Y como se puede observar en la tabla 2, en diversos factores (de mediciones ordinales) no se encontraron distribuciones normales, por lo cual se optó por realizar pruebas no paramétricas de correlación Spearman y pruebas de comparación para muestra independientes *U* de Mann-Whitney. Sólo para el caso de la comparación del IMC (variable de medición escalar) por sexo se llevó a cabo una prueba *t* de Student para muestras independientes.

**Tabla 2**

*Puntuaciones medias y de desviación estándar de los factores y pruebas de Kolmogorov-Smirnow para una muestra*

Factores	Muestra total (N = 118)			Muestra Mujeres (n = 84)			Muestra Hombres (n = 34)		
	M	DE	Z	M	DE	Z	M	DE	Z
Edad	16.29	0.95	2.58***	16.27	0.92	2.16***	16.32	1.03	1.40*
Peso	60.77	12.58	1.33	58.12	10.11	1.00	67.32	15.55	1.33
Talla	1.63	0.09	0.62	1.60	0.07	0.71	1.72	0.06	0.78
IMC	22.80	3.70	1.24	22.82	3.49	0.76	22.75	4.23	1.17
IC	23.69	10.88	1.07	24.08	11.33	0.87	22.71	9.80	0.63
Conductas alimentarias de riesgo									
RA	19.39	7.98	1.67**	19.30	8.04	1.32	19.62	7.92	1.33
PC	9.81	3.27	1.08	9.65	3.23	0.95	10.18	3.40	0.88
OA	15.34	6.60	0.91	15.24	6.68	0.76	15.59	6.49	0.73

**Tabla 2**

*Puntuaciones medias y de desviación estándar de los factores y pruebas de Kolmogorov-Smirnow para una muestra (continuación)*

Factores socioculturales									
Factores	Muestra total (N = 118)			Muestra Mujeres (n = 84)			Muestra Hombres (n = 34)		
	M	DE	Z	M	DE	Z	M	DE	Z
Factores socioculturales									
ERC	45.05	10.13	0.96	45.95	10.52	0.95	42.82	8.87	0.59
GP	15.46	4.79	1.06	16.12	4.94	0.99	13.82	4.00	0.70
CP	9.21	2.82	2.12***	9.30	3.07	2.12***	9.00	2.09	1.03
IP	7.79	2.93	1.71**	7.76	2.91	1.45*	7.85	3.02	0.99
LMP	12.59	3.61	1.00	12.77	3.69	0.93	12.15	3.44	0.76
IDP	0.39	0.41	1.43***	0.40	0.41	---	0.34	0.39	1.41*
CIMEC	0.61	0.34	1.16	0.63	0.35	0.82	0.56	0.30	1.06
IMV			---	0.63	0.54	1.42*			---
ISS			---	0.58	0.50	1.41*			---
IMS			---	0.42	0.40	1.96**			---
IFD	0.66	0.42	---			---	0.66	0.42	0.84
IFM	1.04	0.39	---			---	1.04	0.39	1.16
IRS	0.55	0.37	---			---	0.55	0.37	1.20

*Nota:* IMC = índice de masa corporal, IC = insatisfacción corporal, RA = dieta restrictiva, PC = preocupación por la comida, OA = obsesión por adelgazar, ERC = Escala de Recepción Crítica a la Publicidad Televisiva, GP = gusto por la publicidad, CP = confianza en la publicidad, IP = interés por la publicidad, LMP = lectura de mensajes publicitarios, IDP = influencia de la publicidad, IMV = Influencia de los mensajes verbales, ISS = Influencia de las situaciones sociales, IMS = Influencia de los modelos sociales, IFD = Influencia de la figura delgada, IFM = Influencia de la figura musculosa, IRS = Influencia de las relaciones sociales. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

## 5.2 Análisis inferenciales

### 5.2.1 Análisis de comparación.

Con el propósito de conocer las diferencias entre hombres y mujeres adolescentes estudiantes de bachillerato en cuanto a índice de masa corporal, conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas, se realizaron pruebas no paramétricas *U de Mann-Whitney* para muestras independientes. Como resultado en general no se observaron diferencias significativas por sexo en las variables de interés, solamente se identificó una diferencia estadísticamente significativa en el factor de gusto por la publicidad ( $U = 882.50$ ,  $p < .05$ ), es decir las mujeres reportaron un mayor gusto por la publicidad en comparación a los varones.

**Tabla 3**

*Medianas de los factores y comparaciones U de Mann-Whitney para muestras independientes*

Variable	Muestra total (N = 118)	Mujeres (n = 84)	Hombres (n = 34)	U	95% de Intervalo de confianza	
	M <sub>e</sub>	M <sub>e</sub>	M <sub>e</sub>		Inferior	Superior
Índice de masa corporal	22.23	22.41	21.97	1,275.50	22.12	23.47
Insatisfacción corporal	21.50	22.50	20.50	1,365.00	21.70	25.67
<b>Conductas alimentarias de riesgo</b>						
Dieta restrictiva	17.00	17.00	17.00	1,397.00	17.94	20.84
Preocupación por la comida	9.50	9.00	10.00	1,318.50	9.21	10.40
Obsesión por adelgazar	15.00	15.00	14.50	1,403.00	14.14	16.54
<b>Factores socioculturales</b>						
Recepción crítica hacia la publicidad televisiva	45.50	46.00	42.500	1,108.50	43.20	46.90
Gusto por la publicidad	15.00	16.00	14.00	882.50*	14.59	16.33
Confianza en la publicidad	9.00	9.00	9.00	1,382.50	8.70	9.73
Interés en la publicidad	7.00	7.00	7.00	1,424.50	7.25	8.32
Lectura de mensajes de la publicidad	13.00	13.00	12.00	1,274.00	11.93	13.25
Internalización de la figura ideal	0.53	0.61	0.47	1,264.00	.54	.67

Nota: \*  $p < .05$ .

### 5.2.2 Relación de las conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas.

Con la finalidad de establecer las relaciones de los factores índice de masa corporal, conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas, en la muestra total (N = 118), se llevaron a cabo pruebas correlación no paramétricas  $r_s$  de Spearman (Tabla 4). A continuación, se describen las asociaciones de magnitudes fuertes y moderadas con base a la propuesta de Coolican (2018):

- *Dieta restrictiva.* Se apreció una correlación estadísticamente significativa, positiva y moderada de la dieta restrictiva con la influencia de la publicidad ( $r_s = .40, p < .001$ ); de esta forma se puede decir que, una mayor práctica de dieta restrictiva está asociada a mayor influencia de la publicidad en estudiantes de educación media superior.
- *Recepción crítica hacia la audiencia televisiva.* Y con respecto a la recepción crítica hacia la audiencia televisiva, y como se esperaba, se hallaron relaciones de magnitud fuerte con gusto por la publicidad ( $r_s = .76, p < .001$ ), el interés por la publicidad ( $r_s = .62, p < .001$ ) y lectura de mensajes en la publicidad ( $r_s = .64, p < .001$ ); y también se observó una correlación moderada de la recepción crítica hacia la audiencia televisiva con la confianza en la publicidad ( $r_s = .51, p < .001$ ). En este sentido, a mayor recepción crítica hacia la publicidad televisiva, son mayores el interés por la publicidad, la lectura de mensajes y, con menor intensidad, la confianza en la publicidad en estudiantes de educación media superior.

**Tabla 4**

*Coefficientes de correlación entre las variables de estudio en muestra total (N = 118)*

Factores	ERC	GP	CP	IP	LMP
IMC	.18*	.15	.03	.14	.09
IC	.25**	.04	.17	.37**	.32**
RA	.19**	-.07	.29**	.40**	.13
PC	.22**	-.02	.27**	.39**	.23*
OA	.24**	.02	.12	.37**	.29**

*Nota:* F1:IMC = índice de masa corporal, F2 :IC = insatisfacción corporal, F3 :RA = dieta restrictiva, F4 :PC = preocupación por la comida, F5 :OA = obsesión por adelgazar, F6 :ERC = Escala de Recepción Crítica a la Publicidad Televisiva, F7 :GP = gusto por la publicidad, F8 :CP = confianza en la publicidad, F9 :IP = interés por la publicidad, F10 :LMP = lectura de mensajes publicitarios. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

Además de considerar los factores de índice de masa corporal, conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas, en la muestra general se agregaron los factores del cuestionario CIMEC (Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal) para hombres ( $n = 34$ ), los cuales son influencia de la publicidad, influencia de la figura delgada, malestar con la insatisfacción corporal, influencia de la figura musculosa e influencia de las relaciones sociales. Para los hombres se llevaron a cabo pruebas correlaciones no paramétricas de Spearman (ver tabla 5). Dentro de los análisis resultantes se destacan asociaciones:

- *Insatisfacción corporal.* Las correlaciones calculadas en la muestra de varones revelaron asociaciones estadísticamente significativas, positivas y fuertes de la insatisfacción corporal con la dieta restrictiva ( $r_s = .73, p < .001$ ), con la preocupación por la comida ( $r_s = .64, p < .001$ ) y la obsesión por adelgazar; es decir ( $r_s = .73, p < .001$ ), a mayor insatisfacción corporal, mayor práctica de dieta restrictiva, mayor preocupación por la comida y mayor obsesión por adelgazar.
- *Dieta restrictiva.* De las asociaciones analizadas del factor de dieta restrictiva sobresalen aquellas correlaciones estadísticamente significativas, positivas y fuertes con la influencia de los modelos sociales ( $r_s = .72, p < .001$ ), y la influencia sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .66, p < .001$ ); asimismo, se apreciaron relaciones positivas y moderadas de la dieta restrictiva con la recepción crítica hacia la publicidad televisiva ( $r_s = .45, p < .001$ ), la confianza en la publicidad ( $r_s = .44, p < .001$ ), el interés en la publicidad ( $r_s = .53, p < .001$ ), y la influencia de la figura delgada ( $r_s = .46, p < .001$ ); esto nos indica que a mayor práctica de dieta restrictiva, mayor, influencia de los modelos sociales, influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal, práctica de dieta restrictiva, mayor recepción crítica hacia la publicidad televisiva, confianza e interés en la publicidad, e influencia de la figura delgada en los varones estudiantes de educación media superior.
- *Preocupación por la comida.* Con respecto al factor de preocupación por la comida se hallaron correlaciones estadísticamente significativas, positivas y fuertes con el interés por la publicidad ( $r_s = .60, p < .001$ ), la influencia de los modelos sociales ( $r_s = .67, p < .001$ ), e influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .61, p < .001$ ). De igual forma, se encontraron asociaciones estadísticamente significativas, positivas y moderadas de la preocupación por la comida con la recepción crítica hacia la publicidad televisiva ( $r_s = .56, p$

< .001), la confianza en la publicidad ( $r_s = .44, p < .001$ ), la influencia de la figura delgada ( $r_s = .44, p < .001$ ); esto quiere decir que a mayor preocupación por la comida, mayor obsesión por adelgazar, interés por la publicidad, influencia de los modelos sociales e influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal, recepción crítica hacia la publicidad televisiva, confianza en la publicidad e influencia de la figura delgada en los varones estudiantes de educación media superior.

- *Obsesión por adelgazar.* Al analizar los resultados en función del factor obsesión por adelgazar, destaca una correlación estadísticamente significativa, positiva y fuerte con influencia de los modelos sociales ( $r_s = -.67, p < .001$ ); y de magnitud moderada con recepción crítica de la audiencia televisiva ( $r_s = .41, p < .001$ ), el interés por la publicidad ( $r_s = .46, p < .001$ ), y la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .53, p < .001$ ); de tal manera que, a mayor obsesión por adelgazar, mayor influencia de los modelos sociales y, en menor magnitud, a mayor obsesión por adelgazar, también son mayores el interés por la publicidad y la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal en los varones estudiantes de educación media superior.

**Tabla 5**

*Coefficientes de correlación de IMC, Insatisfacción corporal y CAR con recepción crítica hacia la publicidad televisiva e influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal en la muestra de varones*

Factor	Recepción crítica hacia la publicidad televisiva							Influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal			
	IC	ERC	GP	CP	IP	LMP	IDP	IFD	IFM	IRS	CIMEC
IMC	.16	.22	.24	.04	.28	-.02	.07	.05	-.04	.11	.09
IC	-	.48**	.33*	.40*	.54*	.28	.74**	.38*	.25	-.03	.63**
RA	.73**	.45**	.31*	.44**	.53**	.07	.72**	.46**	.28	.14	.66**
PC	.64**	.56**	-.32*	.44**	.60**	.31*	.67**	.44**	.36*	-.05	.61**
OA	.73**	.41*	.32*	.13	.46**	.30*	.67*	.23	.33*	-.11	.53**

*Nota:* F1:IMC = índice de masa corporal, F2 :IC = insatisfacción corporal, F3 :RA = dieta restrictiva, F4 :PC = preocupación por la comida, F5 :OA = obsesión por adelgazar, F6 :ERC = Escala de Recepción Crítica a la Publicidad Televisiva, F7 :GP = gusto por la publicidad, F8 :CP = confianza en la publicidad, F9 :IP = interés por la publicidad, F10 :LMP = lectura de mensajes publicitarios, F11 :IDP = influencia de la publicidad F12:IMV = influencia de los mensajes verbales, F13 :IFD = influencia de la figura delgada, F14 :IFM = influencia de la figura musculosa, F15 :IRS = influencia de las relaciones sociales, F16 :CIMEC = Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal, \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

Para el estudio con mujeres, se aplicaron en su gran mayoría los mismos factores con algunas diferencias con los hombres. Los factores tomados en cuenta para la muestra general que son índice de masa corporal, conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas, se mantuvieron para las mujeres en conjunto con el cuestionario CIMEC para mujeres ( $n = 84$ ), sólo que en este caso se tomaron en cuenta los factores individuales del CIMEC para mujeres que son: la influencia de la publicidad, la influencia de los mensajes verbales, la influencia de las situaciones sociales y la puntuación total del CIMEC. Para las mujeres también se llevaron a cabo pruebas de correlación no paramétricas de Spearman (ver tabla 6). Dentro de los análisis resultantes se destacan asociaciones:

- *Índice de masa corporal.* En el IMC se advierte una correlación estadísticamente significativa, moderada y positiva con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .41, p < .001$ ); esto quiere decir que a mayor índice de masa corporal, mayor influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal en la muestra de mujeres estudiantes a nivel medio superior.
- *Insatisfacción corporal.* Con respecto a la insatisfacción corporal se apreció una correlación estadísticamente significativa, positiva y fuerte con el índice de masa corporal ( $r_s = .29, p < .001$ ), dieta restrictiva ( $r_s = .64, p < .001$ ), preocupación por la comida ( $r_s = .67, p < .001$ ) y obsesión por adelgazar ( $r_s = .83, p < .001$ ); es decir que, a mayor nivel de insatisfacción corporal, mayor índice de masa corporal, mayor práctica de dieta restrictiva, mayor preocupación por la comida y mayor obsesión por adelgazar.
- *Dieta restrictiva.* De manera similar a lo observado en el factor de insatisfacción corporal, se identificaron correlaciones estadísticamente significativas, positivas y moderadas de la dieta restrictiva con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .63, p < .001$ ), con la influencia de la publicidad ( $r_s = .58, p < .001$ ), y con el interés por la publicidad ( $r_s = .35, p < .001$ ); es decir que, esto hace referencia a que a mayor dieta restrictiva mayor, mayor influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal, mayor influencia de la publicidad, y mayor interés en ésta, en las estudiantes de nivel medio superior.
- *Preocupación por la comida.* De manera interesante a lo analizado en los dos factores anteriores, también se encontraron correlaciones estadísticamente significativas, positivas y

moderadas de la preocupación por la comida con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .49, p < .001$ ), y con la influencia de la publicidad ( $r_s = .40, p < .001$ ); a decir de estos coeficientes, se puede interpretar que a mayor nivel de preocupación por la comida, mayor influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal e influencia de la publicidad en las estudiantes de nivel medio superior.

- *Obsesión por adelgazar.* En el factor de obsesión por adelgazar se advierte un patrón similar a lo identificado en los factores anteriores, al apreciarse correlaciones estadísticamente significativas, positivas y fuertes de la obsesión por adelgazar con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal ( $r_s = .74, p < .001$ ), y con la influencia de la publicidad ( $r_s = .61, p < .001$ ); en este entendido, un mayor grado de obsesión por adelgazar, mayor influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal e influencia de la publicidad en la muestra de mujeres estudiantes de nivel medio superior.

**Tabla 6**

*Coefficientes de correlación de IMC, Insatisfacción corporal y CAR con recepción crítica hacia la publicidad televisiva e influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal en la muestra de mujeres*

Factor	Recepción Crítica hacia la publicidad televisiva						Influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal				
	IC	ERC	GP	CP	IP	LPM	IDP	IMV	ISS	IMS	CIMEC
<b>IMC</b>	.29**	.15	.10	-.00	.09	.10	.35**	.11	.30**	.10	.41**
<b>IC</b>	-	.18	-.06	.08	.30**	.33**	.56**	.16	.14	.26*	.72**
<b>RA</b>	.64**	.12	-.19*	.25*	.35*	.15	.58**	.15	.19*	.23*	.63**
<b>PC</b>	.67**	.12	-.10	.19*	.32**	.20*	.40**	.05	.01	.20*	.49**
<b>OA</b>	.83**	.18*	-.82	.11	.32**	.29**	.61**	.18	.23*	.20*	.74**

*Nota:* F1:IMC = índice de masa corporal, F2 :IC = insatisfacción corporal, F3 :RA = dieta restrictiva, F4 :PC = preocupación por la comida, F5 :OA = obsesión por adelgazar, F6 :ERC = Escala de Recepción Crítica a la Publicidad Televisiva, F7 :GP = gusto por la publicidad, F8 :CP = confianza en la publicidad, F9 :IP = interés por la publicidad, F10 :LMP = lectura de mensajes publicitarios, F11 :IDP = influencia de la publicidad F12:IMV = influencia de los mensajes verbales, F13 :IFD = influencia de la figura delgada, F14 :IFM = influencia de la figura musculosa, F15 :IRS = influencia de las relaciones sociales, F16 :CIMEC = Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ .

## Capítulo 6. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo establecer la relación y diferencias entre estudiantes hombres y mujeres adolescentes en cuanto a conductas alimentarias de riesgo, insatisfacción corporal, influencias socioculturales y formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de bachillerato.

En un primer momento, se analizaron las comparaciones de las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal, las influencias socioculturales y la formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de bachillerato. En general, y contrario a lo que se esperaba, no se identificaron diferencias estadísticamente significativas por sexo de los participantes, sólo se observó una discrepancia en cuanto al gusto por la publicidad, en el cual las mujeres mostraron un mayor gusto por los mensajes publicitarios en comparación a los varones. Se han reportado resultados similares (Flament et al., 2012), en donde se observó que, la internalización de los modelos estéticos corporales pro-delgadez pueden ser parecidos entre hombres y mujeres. Estos hallazgos podrían dejar de manifiesto que, no solamente las mujeres refieren estar intensamente interesadas por alcanzar una forma corporal delgada, también los varones han cobrado interés por, además de desarrollar cierto grado de musculatura, mantener una silueta esbelta.

En el estudio de Caldera et al., (2019) donde se investigaron predictores de conductas alimentarias de riesgo en estudiantes de bachillerato en México igualmente, se obtuvieron diferencias, aunque éstas no fueron muy marcadas. En ese caso las mujeres se muestran con una mayor tendencia a las CAR; sin embargo, esa pequeña brecha entre hombres y mujeres ya daba indicios para plantear una hipótesis en la cual los hombres fueran igualmente susceptibles a este tipo de conductas, tomando en cuenta la temporalidad, la edad y la zona geográfica de esta investigación. De manera semejante, Caldera et al., identificaron el crecimiento de la práctica de CAR en hombres, llegando al punto de cada vez encontrar una brecha más pequeña entre hombres y mujeres.

De acuerdo a Thompson et al. (1999), los medios de comunicación generan una gran cantidad de información que establece modelos y patrones a seguir a prácticamente toda la sociedad occidental, modas que van y vienen de forma rápida y fugaz. Por ejemplo, en la época de la lectura se hablaba sobre del bombardeo que existía para promover los cuerpos

delgados en las mujeres y cómo los medios empezaban a ser duramente criticados por dar una gran visibilidad a cuerpos que distaban bastante de la mujer promedio de la época. Es claro que en nuestra época estos modelos siguen existiendo, pero como se dijo al inicio, simplemente se van modificando a lo largo del tiempo, van y vienen, sin embargo el impacto de los medios de comunicación puede llegar a ser muy grande en la práctica de CAR o incluso en el desarrollo de los TCAIA.

Bosques (2015), ya había señalado la importancia de considerar a los hombres en estudios relacionados a conductas alimentarias, insatisfacción corporal y los aspectos sociales involucrados. Ya que a lo largo de los años se ha comprobado que los varones también sufren cierta presión por la sociedad para adecuarse a diversos estándares sociales que les rodean, como se consideró en esta investigación, teniendo en cuenta el deseo de una figura musculosa y de una figura delgada.

Ahora bien, con el propósito de conocer la relación de las conductas alimentarias de riesgo e insatisfacción corporal con las influencias socioculturales y formación de audiencias críticas en hombres y mujeres estudiantes de nivel medio superior, se obtuvieron resultados parcialmente correspondientes con lo pronosticado. Como se observó en los resultados de los instrumentos aplicados, la *Escala de recepción crítica hacia la publicidad televisiva* sólo correlacionó de manera más relevante con la dieta restrictiva con la influencia por la publicidad en la población general.

Sin embargo, los datos se vuelven más significativos al analizar los resultados en cada una de las muestras por sexo, en el caso de las varones cobró notoria relevancia las asociaciones de insatisfacción corporal y la dieta restrictiva con la recepción crítica por la publicidad televisiva, la confianza por la publicidad y el interés por la publicidad. En tanto que, la preocupación por la comida se identificó asociada con la influencia de los modelos sociales e influencia sociocultural del modelo estético corporal. También resultó interesante notar que en el factor de obsesión por adelgazar se obtuvieron relaciones tanto con componentes de la recepción crítica televisiva (publicidad y televisión) como con la influencia del modelo sociocultural estético corporal.

De acuerdo con el Modelo Tripartita, uno de sus elementos como lo son los medios de comunicación, permite observar cómo estos medios generan gran impacto en los adolescentes

a la hora de recibir información, imágenes modelos etc. Incluso estas correlaciones tienen un nivel fuerte de relación entre sí, se puede decir que estos elementos sin duda impactan de gran forma a la juventud.

Tomando en cuenta otra perspectiva del Modelo Tripartita como lo es la influencia de los pares, como se mencionó en Cavieres et al. (2019), la madre juega un papel muy importante en el desarrollo de conductas y hábitos alimenticios y de actividad física, sobre todo con las hijas mujeres. Es importante tener en cuenta que los jóvenes abstraen de los padres, diversas formas de relacionarse con la comida y la actividad física. Incluso estos mismos pueden llegar a tener un gran impacto en sus hijos cuando hacen ciertos comentarios o promueven algún tipo de conducta.

Se puede afirmar, que la comparación social con pares o con las imágenes percibidas en la publicidad también juega un papel vital al internalizar el ideal de delgadez o sobre la aceptación y formación de la insatisfacción corporal (Huang et al., 2021). Esto se puede observar en las correlaciones obtenidas en la investigación, donde por ejemplo conductas como dieta restrictiva o la preocupación por la comida se relacionan de forma fuerte con factores como el gusto por la publicidad, interés por la publicidad, lectura de mensajes, y con la puntuación total de la escala de recepción crítica hacia la publicidad televisiva, esto permite identificar que de acuerdo con el Modelo Tripartita, cómo es que los medios de comunicación tienen un gran peso en temas de idealización de modelos estéticos e incluso la práctica de diversas conductas encaminadas a estos modelos.

Dentro de las correlaciones entre factores, en los hombres destaca la insatisfacción corporal con factores relacionados a la publicidad y la recepción crítica, como el mismo instrumento de recepción crítica hacia la publicidad, la confianza e interés por la publicidad, retomando a Raich (2020) se puede comprobar que los medios generan una gran influencia en los jóvenes en lo que es el cuerpo “ideal” y los modelos estéticos que se presentan y que permean nuestra sociedad.

Por otro lado, otro fenómeno interesante es la práctica de dieta restrictiva, que mostró correlación con los factores asociados a la insatisfacción corporal, sumándose el interés por la publicidad y la influencia de la figura delgada en varones. Otro punto que apoya la premisa de los medios en torno al bombardeo de información presentando cuerpos “deseados” o “ideales”.

Ahora bien, teniendo en cuenta a Manrique et al. (2018) respecto a lo señalado en cuanto a cumplir los estándares de belleza vinculados al éxito, en esta tesis se encontró una correlación fuerte entre la preocupación por la comida y factores como la influencia en los modelos sociales y la influencia sobre el modelo estético sociocultural, lo cual denota que esta búsqueda del ideal de belleza, en efecto se asocia con estándares y niveles de tipo sociocultural en el día a día de los adolescentes.

Continuando con las muestras del nivel de impacto que tienen los medios sobre los jóvenes tanto de forma teórica como práctica, en este trabajo se encontraron resultados que apoyan estos postulados, por ejemplo, la obsesión por adelgazar se relaciona de forma significativa y fuerte con la influencia de los modelos sociales y de forma moderada con factores como la recepción crítica, interés por la publicidad y la influencia del modelo estético corporal.

Además de lo ya mencionado, se pudo ver cómo los medios de comunicación generan un gran impacto en los jóvenes, teniendo en cuenta que en esta investigación se obtuvo una correlación fuerte entre la puntuación total de la escala de recepción crítica hacia la publicidad junto con la influencia de la figura delgada y la influencia sobre el modelo estético corporal. Ya se ha abordado cómo los medios de comunicación forman parte de un proceso (Rodríguez, 2008), en el cual se activan motivaciones y estrategias que generan un interés en los espectadores por la información que reciben, que muchas veces suelen ser modelos de moda o que “venden” mejor.

A lo mencionado en el párrafo anterior, se agregan resultados como el factor de confianza a la publicidad, que correlacionó de forma moderada con la influencia delgada, la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal y la influencia de los modelos sociales. Además de la relación entre el interés por la publicidad y la influencia del modelo estético corporal, la influencia de los modelos sociales, influencia de la figura delgada y la influencia de la figura musculosa. Este tipo de correlaciones eran esperadas debido a la teoría y el uso de los instrumentos y sus factores, sin embargo refuerzan la postura del gran impacto que pueden tener los medios de comunicación y en la actualidad considerar las redes sociales.

En el caso de las mujeres se encontraron correlaciones fuertes entre el índice de masa corporal y la influencia del modelo estético corporal de forma moderada. Igualmente, la práctica

de dieta restrictiva correlacionó con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal, la influencia de la publicidad y el interés por la publicidad; por otro lado la preocupación por la comida tuvo correlación con la influencia sociocultural del modelo estético corporal y la influencia de la publicidad, todos estos factores se correlacionaron de forma moderada.

Ahora bien, respecto a los factores que correlacionaron de forma fuerte, en primer lugar, se tiene la insatisfacción corporal con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal y la influencia de la publicidad. De igual manera, la obsesión por adelgazar tuvo una relación igualmente fuerte con la influencia de la publicidad. Para las mujeres se encontró una correlación fuerte entre el índice de masa corporal y la influencia del modelo estético corporal. La insatisfacción corporal se correlacionó con el modelo estético corporal junto con la influencia de la publicidad. Diversos autores (e. g., Siibak, 2010; Tiidenberg & Cruz, 2015), han dejado claro que los medios de comunicación y además en la actualidad las redes sociales, generan un gran impacto en los jóvenes y en su forma de percibir modelos ideales en cuanto a la figura estética. Continuando con las correlaciones se pudo ver que en la práctica de dieta restrictiva hubo de nuevo una correlación con el modelo estético corporal, así como la influencia e interés por la publicidad. Este tipo de resultados solo resaltan aspectos relevantes como los que se han mencionado en Rodríguez y Gómez-Peresmitré (2007) en torno a la recepción crítica, donde los adolescentes deben aprender a aprovechar o desechar la información que les resulta muy útil y así poder evitar la incursión en prácticas de riesgo.

En los análisis de correlación realizados en la muestra de varones, se observaron nuevamente resultados similares a los identificados en las mujeres; se encontraron asociaciones de la preocupación por la comida con la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal y con la influencia de la publicidad. Asimismo, se identificó una asociación de la obsesión por adelgazar con la influencia de la publicidad. Factores y prácticas que están claramente relacionadas a prácticas e intereses meramente vinculados con el impacto de la publicidad y a la recepción crítica de esta misma información.

## **6.1. Conclusiones**

En el presente estudio se analizaron las comparaciones de las conductas alimentarias de riesgo, la insatisfacción corporal, la influencia sociocultural del modelo estético-corporal y la formación de audiencias críticas de la publicidad televisiva en hombres y mujeres estudiantes

de nivel medio superior. En general, no se encontraron diferencias sustanciales por sexo de los participantes, sólo se identificó que las mujeres reportaron un mayor gusto por los mensajes publicitarios en comparación con los hombres.

Con base en los análisis de correlación llevados a cabo en esa investigación, para la muestra general se observó que una mayor práctica dieta restrictiva fue correspondiente con una elevada influencia por la publicidad.

En el grupo de los varones, las correlaciones detectadas indicaron que, a mayor insatisfacción corporal y dieta restrictiva son mayores también la recepción crítica por la publicidad televisiva, la confianza y el interés por la publicidad. Asimismo, una mayor preocupación por la comida estuvo asociada con una elevada influencia de los modelos sociales e influencia sociocultural del modelo estético corporal. También es posible decir que, a mayor grado de obsesión por adelgazar fueron mayores también el riesgo de recepción crítica televisiva (publicidad y televisión), así como la influencia del modelo sociocultural estético corporal.

Finalmente, en la muestra de las mujeres se encontró que, a mayor índice de masa corporal, mayor influencia del modelo estético corporal. De igual forma a mayor nivel de práctica de dieta pro-adelgazamiento, mayores niveles de la influencia sociocultural sobre el modelo estético corporal, la influencia de la publicidad y el interés por la publicidad. De manera similar, se apreció que un incremento de la preocupación por la comida estuvo asociado a mayores niveles de la influencia sociocultural del modelo estético corporal y la influencia de la publicidad.

## **6.2. Limitaciones de la investigación**

Llama la atención que, en la presente investigación, no se lograron identificar relaciones importantes del IMC con los factores de estudio. Al respecto, debido a la contingencia por la pandemia, no fue posible tomar otro tipo de medidas antropométricas, como el porcentaje de grasa o el índice de masa magra, que nos permitieran profundizar en la posible vinculación de factores de orden biológico con nuestras variables de estudio.

La naturaleza del estudio fue considerando una muestra no probabilística y de tipo intencional por lo que se pudiera ver comprometida la generalización de los análisis inferenciales presentados en la esta investigación.

### **6.3. Futuras investigaciones**

Para la realización de futuras investigaciones se sugiere elevar los análisis a regresiones lineales múltiples o comprobación de modelos empíricos (por medio de ecuaciones estructurales o análisis de senderos) que permitan evaluar el peso y representatividad que puedan llegar a poseer cada uno de los factores socioculturales sobre la insatisfacción corporal y las CAR.

Asimismo, incluir aspectos de regulación psicológica (como ansiedad, autoestima, estado de ánimo depresivo) como factores intervinientes de la relación de la influencia del modelo estético corporal, la formación de audiencias críticas de la publicidad con la insatisfacción corporal y las CAR.

Es importante tener en cuenta que en la actualidad además de la influencia o impacto que generan los medios de comunicación masivos tradicionales (televisión, radio, anuncios etc.) por así llamarlos, también será importante en los nuevos trabajos de investigación, considerar los nuevos medios de comunicación, como lo son específicamente las redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, etcétera) ya que en los últimos años, el crecimiento de estas redes ha sido exponencial y en ocasiones ya comienzan a desplazar a los medios tradicionales como medio de comunicación e impacto principal entre audiencias jóvenes.

## Referencias

- Alvarez, G., Escoto, M. C., Vázquez, R., Cerero, L. A., & Mancilla, J. M. (2009). Trastornos del comportamiento alimentario en varones: De la anorexia nerviosa a la dismorfia muscular. En A. López, & K. Franco (Eds.). *Comportamiento alimentario: Una perspectiva multidisciplinar* (pp. 138-157). Universidad de Guadalajara.
- Alvarez-Rayón, G., Mancilla-Díaz, J. M., Vázquez-Arévalo, R., Unikel-Santoncini, C., Caballero-Romo, A., & Mercado-Corona, D. (2004). Validity of the Eating Attitudes Test: A study of Mexican patients with eating disorders. *Eating and Weight Disorders*, 9, 243-248.
- Amaya, A., Alvarez, G., Ortega, M., & Mancilla, J. M. (2019). Influencia de pares en preadolescentes y adolescentes: un predictor de la insatisfacción corporal y las conductas alimentarias anómalas. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 8(1), 31-39.
- Amaya, H. A. (2013). *El rol de la autoestima, factores biológicos y socioculturales sobre la insatisfacción corporal y la dieta restrictiva* [Disertación doctoral]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Amaya-Hernández, A., Alvarez-Rayón, G., Ortega-Luyando, M., & Mancilla-Díaz, J. (2017). Influencia de pares en preadolescentes y adolescentes: Un predictor de la insatisfacción corporal y las conductas alimentarias anómalas. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 8(1), 31-39. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.12.001>
- American Academy of Pediatrics. (2019, 21 de mayo). *Etapas de la adolescencia*. <https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx#:~:text=Durante%20esta%20etapa%2C%20los%20ni%C3%B1os,los%20test%C3%ADculos%20en%20los%20varones>.
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: DSM-5-TR*. American Psychiatric Association Publishing.
- Asociación Médica Mundial. (2023, junio). Declaración de Helsinki de la AMM – Principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos. <https://www.wma.net/es/policias-post/declaracion-de-helsinki-de-la-amm-principios-eticos-para-las-investigaciones-medicas-en-seres-humanos/>
- Balantekin, K., Birch, L., & Savage, J. (2018). Family, friend, and media factors are associated with patterns of weight-control behavior among adolescent girls. *Eating and Weight*

- Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 23(2), 215-223. doi: <https://doi.org/10.1007/s40519-016-0359-4>.
- Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(6), 589-595. <https://doi.org/10.1037/h0022070>
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1). Prentice Hall.
- Barragán, C. M. C., López-Espinoza, A., Martínez, M. A. G., López-Uriarte, P., Aguilera, C. V. G., Salazar, E. J. G., & Sánchez, C. B. (2014). Efecto del ayuno sobre la conducta alimentaria en estudiantes universitarios. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 5(2), 124-135.
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8.
- Bojórquez, R. M. C., Escalante, M. L. Á., Sobrino, M. D. L. C. C., Arévalo, R. V., & Díaz, J. M. M. (2008). Restricción alimentaria y conductas de riesgo de trastornos alimentarios en estudiantes de Nutrición. *Psicología y Salud*, 18(2), 189-198.
- Bosques, B. L. E., (2015). *Efecto de la adhesión a los estereotipos de género sobre la sintomatología de trastorno del comportamiento alimentario y dismorfia muscular: identificación de variables mediadoras*. [Disertación doctoral]. Universidad Autónoma Nacional de México.
- Bustos, O. (2001). Género y socialización: familia, escuela y medios. En M.A. González y J. Mendoza. (Comps.): *Significados colectivos: procesos y reflexiones teóricas*. ITESM.
- Caldera, Z., I. A., Martín del Campo, R. P., Caldera, M. J. F., Reynoso, G. O. U., & Zamora, B. M. D. R. (2019). Predictores de conductas alimentarias de riesgo en estudiantes de bachillerato. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 10(1), 22-31.
- Calvopiña, L. D. P. (2014). *Factores de riesgo que inciden en la probabilidad de padecer trastornos de conducta alimentaria en adolescentes de la unidad educativa Sagrados Corazones de Rumipamba*. [Disertación doctoral]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Cash, T. F. (1990). The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes, and images. En T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds.), *Body Images: Development, Deviance, and Change* (pp. 51-79). Guilford Press.
- Castro, J., Toro, J., Salamero, M. & Guimerá, E. (1991). The Eating Attitudes Test: Validation of the Spanish version. *Psychological Assessment*, 2, 175-190.

- Cavieres, L. S., Cruzat-Mandich, C., Lizana, C. P., Behar, A. R., & Díaz-Castrillón, F. (2019). Vínculo madre/hija y su relación con insatisfacción corporal, modelos estéticos y conductas alimentarias. *Revista Chilena de Neuro-psiquiatría*, 57(4), 329-346.
- Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva. (2008). *Guía de trastornos alimentarios*. Secretaria de Salud. <https://www.gob.mx/salud/cnegsr/documentos/guia-de-transtornos-alimentarios>
- Cervantes, L. B. S. (2015). *Imagen corporal, promoción de actitudes saludables en varones adolescentes*. [Disertación doctoral]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Charles, C. M., & Orozco, G. G. (1990). *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*. Taurus.
- Charles, M., & Orozco, G. (1990). *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios*. Trillas.
- Collins, M., & Quinton, S. (2020). The inter-relationship between diet, selflessness, and disordered eating in Australian women. *Brain and Behavior* 10(9). doi: 10.1002/brb3.1774.
- Coolican, H. (2018). *Research methods and statistics in psychology (7 Ed.)*. Routledge.
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairbum, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of eating disorders*, 6(4), 485-494.
- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., Díaz-Castrillón, F., Behar, R., & Arancibia, M. (2016). Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(2), 116-124.
- Cuadro, E., & Baile, J. I. (2015). El trastorno por atracón: análisis y tratamientos. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6(2), 97-107.
- Cuccolo, K., Kramer, R., Petros, T., & Thoennes, M. (2022). Intermittent fasting implementation and association with eating disorder symptomatology. *Eating Disorders*, 30(5), 471-491. <https://doi.org/10.1080/10640266.2021.1922145>
- Derenne, J., & Beresin, E. (2018). Body image, media, and eating disorders—a 10-year update. *Academic Psychiatry* 42, 129-134 <https://doi.org/10.1007/s40596-017-0832-z>.
- Diario Oficial de la Federación. (1984). *Ley general de salud*. [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4652777&fecha=07/02/1984#gsc.tab=0](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4652777&fecha=07/02/1984#gsc.tab=0)
- Díaz de León-Vázquez, C., Rivera-Márquez, J. A., Bojorquez-Chapela, I., & Unikel-Santoncini, C. (2017). Variables associated with disordered eating behaviors among freshman

- students from Mexico City. *Salud Pública de México [online]*, 59(3), 258-265. <https://doi.org/10.21149/8000>.
- Duno, M., & Acosta, E. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios. *Revista Chilena de Nutrición*, 46(5), 545-553.
- Erikson, E. H. (1980). *Identity and the life cycle*. W. W. Norton & Company.
- Erikson, E. H. (1993). *Infancia y sociedad* (12ª Ed.). Ediciones Homré.
- Espósito, D. H. (2015). Influencia del modelo estético corporal prevalente e insatisfacción con la imagen corporal en estudiantes de escuela secundaria básica. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6(2), 91-96. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.08.001>.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395. doi: 10.1177/1461444817694499.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\* Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160.
- Ferguson, C., Muñoz, M., Garza, A., & Galindo, M. (2014). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>.
- Flament, M., F., Hill, E. M., Buchholz, A., Henderson, K., Tasca, G. A., & Goldfield, G. (2012). Internalization of the thin and muscular body ideal and disordered eating in adolescence: The mediation effects of body esteem. *Body Image*, 9(1), 68-75. doi:10.1016/j.bodyim.2011.07.007
- Franco, P. K., Alvarez, R. G. L., & Ramírez, R. R. E. (2011). Eating disorders questionnaires validated in Mexican women: A review of the literature. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/Mexican Journal of Eating Disorders*, 2(2), 148-164.
- Franco-Paredes, K., Viladrich, C., & Díaz-Reséndiz, F. J. (2021). Nuevas pruebas de validez y confiabilidad de la escala reducida del Cuestionario de Imagen Corporal (BSQ-8D) en una muestra de mujeres mexicanas. *Terapia Psicológica (En línea)*, 39(3), 291-307. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082021000300291>.
- Frederick, D. A., Reynolds, T. A., Barrera, C. A., & Murray, S. B. (2022). Demographic and sociocultural predictors of face image satisfaction: The US Body Project I. *Body Image*, 41, 1-16.

- Gaete, V. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Revista Chilena de Pediatría*, 86(6), 436-443. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rchipe.2015.07.005>
- Garner, D. M., & Garfinkel, P. E. (1979). The Eating Attitudes Test: An index of the symptoms of anorexia nervosa. *Psychological Medicine*, 9(2), 273-279.
- Gil, I. M., Ruiz, V. C., & del Olmo, A. J. L. (2022). Instagram and TikTok: The role of women in social media. VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review. *Revista Internacional De Cultura Visual*, 9(Monográfico), 1–11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3525>
- Gómez-Campos, R., De Arruda, M., Hobold, E., Abella, C. P., Camargo, C., Salazar, C. M., & Cossio-Bolaños, M. A. (2013). Valoración de la maduración biológica: usos y aplicaciones en el ámbito escolar. *Revista Andaluza de Medicina del Deporte*, 6(4), 151-160.
- Gómez-Peresmitré, G. (2014). *Imagen corporal y orientación sexual*. El Fénix.
- Gómez-Peresmitré, G., Granados, A., Jáuregui, J., Tafoya, S., & Unikel, C. (2000). Trastornos de la alimentación: Factores de riesgo en muestras del género masculino. *Psicología Contemporánea*, 7(1), 4-15.
- Gómez-Peresmitré, G., Jaeger, B., Pineda, G., & Platas, S. (2010). Cross-cultural study: Risk factors for dietary restraint in Mexican and German men. *Europe's Journal of Psychology*, 2, 105-122.
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Routledge. doi: 10.4324/9781003100041
- Güemes-Hidalgo, M., Ceñal González-Fierro, M. J., & Hidalgo Vicario, M. I. (2017). Desarrollo durante la adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales. *Pediatría Integral*, 21(4), 233-244.
- Guzmán, R. M. E., García, M., Solano, G., & Del Castillo, A. (2014). Modelo estético corporal, prácticas de crianza alimentaria e índice de masa corporal en estudiantes mexicanos de educación básica. *European Scientific Journal*, 10(25), 58-74.
- Guzmán, S. R. M. E., García, M. M, Fernández, T. L., y Gómez Peresmitré, G. (2012). Prácticas de crianza de madres de preadolescentes y adolescentes con obesidad, de escuelas públicas. En R. Díaz, S. Rivera, y I. Reyes (Eds.). *La psicología social en México*. AMEPSO.
- Hamman, D., & Hendricks, C. B. (2005). The role of the generations in identity formation: Erikson speaks to teachers of adolescents. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 79(2), 72-75.

- Hampshire, C., Mahoney, B., & Davis, S. K. (2022). Parenting styles and disordered eating among youths: A rapid scoping review. *Frontiers in Psychology, 12*, 802567. doi: 10.3389/fpsyg.2021.802567.
- Hazzard, V. M., Miller, A. L., Bauer, K. W., Mukherjee, B., & Sonnevile, K. R. (2020). Mother-child and father-child connectedness in adolescence and disordered eating symptoms in young adulthood. *Journal of Adolescent Health, 66*(3), 366-371. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.09.019>.
- Hernández-Escalante, V. M., & Laviada-Molina, H. A. (2014). Vómito autoinducido y ayuno compensatorio en mujeres sin diagnóstico de trastornos de la conducta alimentaria (TCA). *Revista Biomédica, 25*(1), 17-21.
- Huang, Q., Peng, W., & Ahn, S. (2021). When media become the mirror: A meta-analysis on media and body image. *Media Psychology, 24*(4), 437-489.
- Jiménez-Flores, P., Jiménez-Cruz, A., & Bacardí-Gascón, M. (2017). Insatisfacción con la imagen corporal en niños y adolescentes: revisión sistemática. *Nutrición Hospitalaria, 34*(2), 479-489.
- Kail, R. V., & Cavanaugh, J. C. (2006). *Desarrollo humano: una perspectiva del ciclo vital*. Cengage Learning.
- Kaufman, S. (2020, 20 de julio). *Young women on how TikTok has warped their body image during COVID pandemic.* 7 News. <https://7news.com.au/lifestyle/health-wellbeing/not-worth-it-young-women-on-how-tiktok-has-warped-their-body-image--c-1179929>
- Langdon-Daly, J., & Serpell, L. (2017). Protective factors against disordered eating in family systems: A systematic review of research. *Journal of Eating Disorders, 5*(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0141-7>.
- León, H. R. C., Del Angel-García, J. E., Gómez-Peresmitré, G., Platas, A. S., & Guzmán-Saldaña, G. (2022). Aportaciones empíricas a un modelo teórico-práctico de prevención de anorexia y bulimia nerviosas basado en el nivel de riesgo/Empirical contributions a theoretical-practical model for prevention of anorexia y bulimia nervosas based on the risk level. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/Mexican Journal of Eating Disorders, 12*(2), 173-185. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2022.2.646>
- Levine, M. P., Smolak, L., & Hayden, H. (1994). The relation of sociocultural factors to eating attitudes and behaviors among middle school girls. *The Journal of Early Adolescence, 14*(4), 471-490. <https://doi.org/10.1177/0272431694014004004>

- Levine, M., Piran, N., & Stoddard, C. (1999). Mission more probable: Media literacy, activism, and advocacy as primary prevention. En N. Piran, M. Levine y C. Steiner-Adair (Eds.): *Preventing eating disorders. A handbook of interventions and special challenges*. Philadelphia: Brunner/Mazel
- Liu, J. (2021 10 de junio). *The influence of the body image presented through TikTok trend-videos and its possible reasons*. [Sesión de congreso]. 2nd International Conference on Language, Art and Cultural Exchange (ICLACE 2021), Dali, China. doi: 10.2991/assehr.k.210609.072
- Lladó, G., González-Soltero, R., & Blanco, M. J. (2017). Anorexia y bulimia nerviosas: difusión virtual de la enfermedad como estilo de vida. *Nutrición Hospitalaria*, 34(3), 693-701.
- Losada, A., Leonardelli, E., & Magliola, M. (2015). Influencia sociocultural y los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 18(1), 380-410.
- Maes, C., & Vandebosch, L. (2022). Adolescent girls' Instagram and TikTok use: Examining relations with body image-related constructs over time using random intercept cross-lagged panel models. *Body Image*, 41, 453-459.
- Mancilla, J. M., Gómez, G., Alvarez, G., Franco, K., Vázquez, R., López, X., & Acosta, M. (2006). Trastornos del comportamiento alimentario en México. En J. M. Mancilla & G. Gómez (Eds.), *Trastornos alimentarios en Hispanoamérica* (pp. 123-171). El Manual Moderno.
- Mancilla-Díaz, J. M., Lameiras-Fernández, M., Vázquez-Arévalo, R., Alvarez-Rayón, G., Franco-Paredes, K., López-Aguilar, X., & Ocampo T. M. T. (2010). Influencias socioculturales y conductas alimentarias no saludables en hombres y mujeres de España y México. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 1(1), 36-47.
- Manrique, P., R. B., Suárez, R. L. M., Vallejo, F. K. M., Manrique, S. C. C., Santamaría, R. A. M., & Pincay, Á. A. G. (2018). Trastornos corporales en adolescentes e influencia de los medios de comunicación. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 37(4), 1-11.
- Mascorro, G. F. (2021). Determinación de órganos externos. Diferenciación sexual: mucho más que un cromosoma Y. *Ra Rió Guendaruyubi*, 4(12). <http://www.uabjo.mx/publicaciones>.
- Medina-Gómez, M. B., Martínez-Martín, M. A., Escolar-Llamazares, M. C., González-Alonso, Y., & Mercado-Val, E. (2019). Ansiedad e insatisfacción corporal en universitarios. *Acta Colombiana de Psicología*, 22(1), 13-30.
- Molina, R., Sandoval, J., & González, E., (2003). *Salud sexual y reproductiva en la adolescencia*. Mediterráneo.

- Morales, R. M., & Díaz, B. D. (2017). Noviazgo: evolución del significado psicológico durante la adolescencia. *Uaricha, Revista de Psicología*, 10(22), 20-31.
- Muuss, R. (1996). *Jean Piaget's cognitive theory of adolescence*. En: R. Muuss (Ed.). *Theories of adolescence* (6th ed.; pp. 140-75). McGraw-Hill.
- Nabavi, R. T. (2012). Bandura's social learning theory & social cognitive learning theory. *Theory of Developmental Psychology*, 1, 1-24.
- Narváez M. M. G., & Talavera, M. M. C. (2016). *Percepción de la imagen corporal y niveles de autoestima en estudiantes mujeres de la carrera de psicología*. [Disertación doctoral]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Neumark-Sztainer, D., Bauer, K. W., Friend, S., Hannan, P. J., Story, M., & Berge, J. M. (2010). Family weight talk and dieting: how much do they matter for body dissatisfaction and disordered eating behaviors in adolescent girls?. *Journal of Adolescent Health*, 47(3), 270-276.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). *La salud sexual y su relación con la salud reproductiva: un enfoque operativo*. Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/274656/9789243512884-spa.pdf>.
- Organización Mundial de la Salud. (2021, 9 de junio). *Obesidad y sobrepeso*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- Organización Mundial de la Salud. (2023, junio). *Salud del adolescente*. [https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1)
- Ortega, M. (2016). "Prevalence of disordered eating behaviors and its relation with body mass index: A Twenty-year analysis". [Disertación doctoral]. Universidad Autónoma Nacional de México.
- Papalia, D., & Martorell, G. (2016). *Desarrollo Humano*. McGraw-Hill.
- Patel, V. B., & Preedy, V. R. (2023). *Eating Disorders*. Springer.
- Peat, C. M., Von, H. A., Watson, H., Huang, L., Thornton, L. M., Zhang, B., Du, S., Kleiman, S. C., & Bulik, C. M. (2014). The association between internet and television access and disordered eating in a Chinese sample. *International Journal of Eating Disorders*, 48(6). doi:10.1002/eat.22359
- Piaget, J. (1976). Piaget's Theory. En B. Inhelder, H. H. Chipman, & C. Zwingmann, (Eds.) *Piaget and His School* (pp. 11-23). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-46323-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-46323-5_2)
- Polychrou, T. (2021). El ayuno religioso: origen y prácticas. *Estudios Neogriegos. Revista Científica de la Sociedad Hispánica de Estudios Neogriegos*, 20, 1-14.

- Quiroz, R. Y. (2015). *Autopercepción de la imagen corporal en adolescentes*. [Disertación de licenciatura]. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Raich, R. M. (2000). *Imagen corporal. Conocer y valorar el propio cuerpo*. Pirámide.
- Raspovic, A. M., Hart, L. M., Zali, Y., & Prichard, I. (2022). Body image profiles and exercise behaviours in early motherhood. A latent profile analysis. *Journal of Health Psychology*, 27(9), 2056-2067. doi: 10.1177/13591053211019114.
- Rodríguez de Elías, R., & Gómez-Peresmitré, G. (2007). Prevención de trastornos alimentarios mediante la formación de audiencias críticas y psicoeducación: un estudio piloto. *Revista Psicología y Salud*, 17(2), 269-276.
- Rodríguez, R. (2008). *Prevención primaria de trastornos alimentarios: formación de audiencias críticas y psicoeducación* [Disertación doctoral] Universidad Autónoma Nacional de México.
- Rodríguez-Sacristán, J. (1998). *Psicopatología del niño y del adolescente*. Ediciones Universitarias de Sevilla, (2ª ed.), tomos I y II.
- Salas, F. (2021). *Adolescencia: reconocimiento social y el grupo de pares en el actual contexto sociocultural*. XIII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVIII Jornadas de Investigación. XVII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. III Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. III Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología-Universidad de Buenos Aires.
- Salazar-Molar, L. S., Bosques-Brugada, L. E., & Vázquez-Vázquez, V. M. (2021). Conductas alimentarias de riesgo e interiorización del modelo estético corporal en participantes de certámenes de belleza. *Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, 10(19), 17-22. <https://doi.org/10.29057/icsa.v10i19.7782>
- Sánchez, B. K., & Solórzano, M. D. A. (2020). *Descripción de la percepción de la imagen corporal en personas que realizan actividad física en un gimnasio en Itagüí*. [Disertación doctoral] Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Secretaría de Salud (2015, 20 de agosto) *¿Qué es la adolescencia?* <https://www.gob.mx/salud/articulos/que-es-la-adolescencia>
- Secretaría de Salud (2017, 2 de enero). *Anorexia un trastorno de conducta alimentaria*. <https://www.gob.mx/salud/articulos/29920>
- Siihak, A. (2010). Constructing masculinity on a social networking site: The case-study of visual self-presentations of young men on the profile images of SNS Rate. *Young: Nordic Journal of Youth Research*, 18(4): 403-425. doi: 10.1177/110330881001800403.

- Smith, J. E., Erickson, S. J., Austin, J. L., Winn, J. L., Lash, D. N., & Amrhein, P. C. (2016). Mother–daughter relationship quality and body image in preadolescent girls. *Journal of Child and Family Studies*, 25(9), 2683-2694. <https://doi.org/10.1007/s10826-016-0452-3>.
- Sociedad Mexicana de Psicología. (2010). *Código Ético del Psicólogo*. Trillas.
- SPSS 18 para Windows [Software de cómputo]. (2009). Chicago, IL: SPSS, Inc.
- Stice, E., & van Ryzin, M. J. (2019). A prospective test of the temporal sequencing of risk factor emergence in the dual pathway model of eating disorders. *Journal of abnormal psychology*, 128(2), 119- 28. <https://doi.org/10.1037/abn0000400>.
- Thoman, E. (1977). *Media & Values*. <https://www.medialit.org/tribute-elizabeth-thoman-founder-center-media-literacy-memorial>.
- Thompson, J. K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 181-183. doi:10.1111/1467-8721.00144.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 35, 237-244.
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). "Strong Is the New Skinny": A Content Analysis of #fitspiration Images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003-1011. doi: 10.1177/1359105316639436.
- Tiidenberg, K., & Gómez, C. E. (2015). Selfies, image and the re-making of the body. *Body & Society*, 21(4), 77-102.
- Toro, J., Salamero, M., & Martínez, E. (1994). Assessment of sociocultural influences on the aesthetic body shape model in anorexia nervosa. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 89(3), 147–151. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0447.1994.tb08084.x>
- Unikel, C., Bojórquez, I., & Carreño, S. (2004). Validación de un cuestionario breve para medir conductas alimentarias de riesgo. *Salud Pública de México*, 46(6), 509-515.
- Unikel-Santoncini, C., Bojorquez-Chapela, I., Hernández-Serrato, M. I., & Villalobos-Hernández, A. (2022). Disordered eating behaviors and psychological correlates. Data from the Ensanut 2018-19. *Salud Pública de México*, 64(5), 471-477. doi: <https://doi.org/10.21149/13464>.

- van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K., & Covert, M. (2002). The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. *Journal of Psychosomatic Research, 53*(5), 1007-20.
- Vázquez, A. R., Valdez, A. M., López-Aguilar, X., & Mancilla-Díaz, J., M. (2021). Instrumentos de evaluación de las influencias socioculturales en la interiorización de ideales corporales en población hispana. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios, 11*(1). <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2020.1.614>.
- Vázquez, R., Alvarez, G., & Mancilla, J. M. (2000). Consistencia interna y estructura factorial del Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC), en población mexicana. *Salud Mental, 23*(6), 18-24.
- Velázquez, A. G. (2003). *Consistencia interna y estructura factorial del cuestionario de influencias del modelo estético corporal (CIMEC), en hombres mexicanos* [Disertación de licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.9.195/pd2005/0601040/Index.html>.
- Villalobos, A., Unikel, C., Hernández-Serrato, M. I., & Bojórquez, I. (2020). Evolución de las conductas alimentarias de riesgo en adolescentes mexicanos, 2006-2018. *Salud Pública de México, 62*(6), 734-744.
- Zubatsky, M., Berge, J., & Neumark-Sztainer, D. (2015). Longitudinal associations between parenting style and adolescent disordered eating behaviors. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity, 20*, 187-194.

# Anexos

## **Anexo 1. Consentimiento informado**

### **Estilos de Vida y Conducta Alimentaria en estudiantes de bachillerato**

Bienvenido (a) se te ha invitado a participar en el estudio sobre Estilos de Vida y Conducta Alimentaria en estudiantes de bachillerato. Tu participación es importante para nosotros, nos permitirá conocer formas de ser y/o pensar de jóvenes como tú. Consistirá en responder el siguiente formulario de Google. Lee y responde todas las preguntas de manera honesta posible. No existen respuestas buenas ni malas. Toda la información obtenida será utilizada para fines de la investigación, y ésta, será manejada solo por los integrantes del equipo. Tu participación será de manera voluntaria y anónima, por eso no se te solicita nombre al momento de responder este formulario. Te pedimos por favor que respondas a cada una de las preguntas, para obtener una fuente de datos relevante. Para cualquier aclaración o duda, puedes contactar a: Sebastián Salinas Guzmán, Correo electrónico: [sa316151@uaeh.edu.mx](mailto:sa316151@uaeh.edu.mx); Paola Meléndez Galindo: [me382002@uaeh.edu.mx](mailto:me382002@uaeh.edu.mx). Para poder acceder utiliza una cuenta de gmail

- Sí, acepto
- No acepto

## Anexo 2. Datos sociodemográficos

- Sexo
  - Hombre
  - Mujer
- Edad:
- Semestre
  - Primero
  - Segundo
  - Tercero
  - Cuarto
  - Quinto
  - Sexto
- Escuela actual:
- ¿Con quién vives en casa?:
- ¿Qué lugar ocupas entre tus hermanos?
  - Mayor
  - Medio
  - Menor
  - Hijo único(a)
- ¿A qué se dedica tu padre?
- Nivel de escolaridad de tu padre:
  - Profesionista
  - Técnico
  - Oficio
  - No trabaja/No aplica
- ¿A qué se dedica tu madre?
- Nivel de escolaridad de tu madre:
  - Profesionista
  - Técnico
  - Oficio
  - No trabaja/No aplica
- Peso (kg):
- Altura (m):

### **Anexo 3. Cuestionario de Influencias Socioculturales sobre el Modelo Estético Corporal (CIMEC) Instrumentos para mujeres**

Este cuestionario contiene una serie de preguntas referidas al impacto o influencia que distintos ambientes ejercen sobre las personas, concretamente sobre lo que piensan o sienten acerca de su propio cuerpo. No hay, pues, respuestas “buenas” ni “malas”. Tan sólo has de reflejar cuáles son tus experiencias en este terreno. Contesta seleccionando la respuesta que consideres más adecuada.

1. Cuando estás viendo una película, ¿miras las actrices fijándote especialmente si son gruesas o delgadas?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

2. ¿Tienes alguna amiga o compañera que haya seguido o esté siguiendo alguna dieta adelgazante?

Sí, más de 2  
Sí, 1 ó 2  
No, ninguna

3. Cuando comes con otras personas, ¿te fijas en la cantidad de comida que ingiere cada una de ellas?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

4. ¿Envidias el cuerpo de las bailarinas de ballet o el de las muchachas que practican gimnasia rítmica?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

5. ¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas de ropa que te han quedado pequeñas o estrechas?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

6. ¿Llaman tu atención los anuncios de televisión que anuncian productos adelgazantes?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

7. Entre tus compañeras y amigas, ¿suele hablarse del peso o del aspecto de ciertas partes del cuerpo?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

9. ¿Sientes deseos de consumir bebidas bajas en calorías cuando oyes o ves un anuncio dedicado a ellas?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

11. ¿Te atrae y a la vez te angustia (por verte gruesa) el contemplar tu cuerpo en un espejo, en un escaparate, etc.?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

12. Cuando vas por la calle, ¿te fijas en las personas que pasan para ver si están gordas o delgadas?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

13. ¿Has hecho régimen (dieta) para adelgazar una vez en tu vida?

Sí, más de 2  
Sí 1 ó 2  
No, ninguna

16. ¿Envidias la delgadez de las modelos que aparecen en los desfiles de modas o en los anuncios de prendas de vestir?

Sí, siempre  
Sí, a veces

No, nunca

17. ¿Te angustia que te digan que estás “llenita”, “gordita” o “redondita” o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

18. ¿Crees que tus amigas y compañeras están preocupadas por el excesivo volumen de sus caderas y muslos?

Sí, la mayoría  
Sí, algunas  
No, ninguna

19. ¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

22. ¿Has hecho algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar durante una temporada?

Sí, 3 ó más temporadas  
Sí, 1 ó 2 temporadas  
No, nunca

23. ¿Te atraen los libros, artículos de revistas, anuncios, etc. que hablan de calorías?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

25. ¿Te angustia la llegada del verano por tener que ir más ligera de ropa o tener que usar traje de baño?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

26. ¿Te interesan los artículos y reportajes relacionados con el peso, adelgazamiento o el control de la obesidad?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada.

27. ¿Tienes alguna amiga o compañera angustiada o muy preocupada por su peso o por la forma de su cuerpo?

Sí, más de 2

Sí, 1 ó 2  
No, ninguna

28. ¿Sientes deseos de seguir una dieta adelgazante cuando ves u oyes un anuncio dedicado a esos productos?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

29. ¿Te preocupa el excesivo tamaño de tus caderas y muslos?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

30. ¿Tienes alguna amiga o compañera que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar?

Sí, más de 2  
Sí, 1 ó 2  
No, ninguna

31. ¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante?

Sí, siempre  
Sí a veces  
No, nunca

34. ¿Crees que las muchachas jóvenes y delgadas son más aceptadas por los demás que las que no lo son?

Sí, seguro  
Sí, probablemente  
No, lo creo.

35. ¿Recuerdas frases, imágenes o melodías que acompañen a los anuncios de productos adelgazantes?

Sí, muchas veces  
Sí, a veces  
No, nunca

36. ¿Crees que tus amigas y compañeras están preocupados por el excesivo tamaño de su pecho?

Sí, la mayoría  
Sí, algunas  
No, ninguna

37. ¿Te atraen las fotografías de anuncios de muchachas con jeans, traje de baño o ropa interior?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

40. Si te invitan a un restaurante o participas en una comida colectiva, ¿te preocupa la cantidad de comida que puedas verte obligada a comer?

Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

45. ¿Te atrae y a la vez te angustia (por verte delgada) al contemplar tu cuerpo e n un espejo, un escaparate, etc.?

Sí, mucho  
Sí, algo

No, nada

48. ¿Crees que tus amigas y compañeras están preocupadas por el escaso volumen de sus caderas y muslos?

Sí, la mayoría

Sí, algunas

No, ninguna

51. ¿Crees que tus amigas o compañeras están preocupadas por el escaso tamaño de su pecho?

Sí, la mayoría

Sí, algunas

No, ninguna

#### **Anexo 4. Test de Actitudes Alimentarias**

Instrucciones:

- Lee cuidadosamente cada pregunta antes de contestarla
- Contesta de manera individual
- Al contestar cada pregunta, hazlo lo más verídicamente posible
- No hay respuestas "buenas" ni "malas".
- Recuerda que la información que proporcionas es confidencial

1. Me gusta comer con otras personas

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

2. Me da mucho miedo pesar demasiado

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

3. Procupo no comer aunque tenga hambre

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

4. Me preocupo mucho por la comida

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

5. Tengo en cuenta las calorías que tienen los alimentos que como

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

6. Evito específicamente comer alimentos con muchos carbohidratos. (ej. pan, arroz, papas, etc.)

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

7. Me preocupa el deseo de estar más delgada

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre

Siempre

8. Cada día como los mismos alimentos

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

9. Pienso en quemar calorías cuando hago ejercicio

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

10. Me preocupa la idea de tener grasa en el cuerpo

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

11. Procuero no comer alimentos con azúcar

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

12. Como alimentos dietéticos

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

13. Siento que los alimentos controlan mi vida

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

14. Paso demasiado tiempo pensando y ocupándome de la comida

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

15. Me siento incómoda después de comer dulces

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

16. Me comprometo a hacer dietas  
Nunca  
Casi nunca  
Algunas veces  
Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

17. Me gusta sentir el estómago vacío  
Nunca  
Casi nunca  
Algunas veces  
Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

18. Disfruto probando comidas nuevas y sabrosas  
Nunca  
Casi nunca  
Algunas veces  
Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

## Anexo 5. Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva

Instrucciones:

- Lee cuidadosamente cada pregunta antes de contestarla
- Contesta de manera individual
- Al contestar cada pregunta, hazlo lo más verídicamente posible
- No hay respuestas "buenas" ni "malas".
- Recuerda que la información que proporcionas es confidencial

1. Me agradan los comerciales que me hacen reír

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

2. Me agradan los comerciales donde se utiliza el tipo de música que me gusta

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

3. Recuerdo algunos anuncios porque son graciosos

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

4. Me llaman la atención los anuncios que me recuerdan a mis amigos o gente que conozco

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

5. Yo elijo qué programas y comerciales quiero ver en televisión

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

6. Los productos que se anuncian son los mejores productos que se pueden comprar

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

7. El uso de algunos productos que se anuncian por televisión nos harán ver y sentir mejor

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

8. Se puede confiar en la información que se dice en los comerciales

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente

Muy frecuentemente  
Siempre

9. Es necesario estar al pendiente de la publicidad para estar a la moda

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

10. Los productos que se anuncian por televisión sí funcionan

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

11. Llamam mi atención los anuncios que te dicen cómo verte y sentirte mejor

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

12. Me gusta tener la apariencia de actrices o modelos que salen en anuncios publicitarios

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

13. Me convencen con facilidad los anuncios que veo por televisión en comprar ciertos productos (p. ej. cosméticos, ropa, etc.).

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

14. Me llaman la atención los anuncios que resaltan la vanidad que podemos tener las mujeres

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

15. En muchos anuncios se resalta la importancia de tener un cuerpo delgado

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

16. La publicidad muestra principalmente a gente con un nivel social y económico alto

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

17. Las mujeres y los hombres que salen en los comerciales se parecen mucho entre sí, opuesto a lo que sucede en la vida real

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

18. Los anuncios de televisión dicen solo cosas buenas de un producto (no te dicen las cosas malas).

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

**Anexo 6. Cuestionario de Influencias Socioculturales Sobre el Modelo Estético Corporal (CIMEC).**  
**Sección masculina**

1. Cuando estás viendo una película ¿Mira a los actores fijándote especialmente en si son gordo o delgados?  
Sí, siempre  
Sí a veces  
No, nunca
2. ¿Tienes algún amigo o compañero que haya seguido o esté siguiendo alguna dieta adelgazante?  
Sí, más de 2  
Sí, 1 o 2  
No ninguno
3. Cuando comes con otras personas ¿Te fijas en la cantidad de comida que ingiere cada una de ellas?  
Sí, siempre  
Sí a veces  
No, nunca
4. ¿Envidias el cuerpo de gimnasta, nadadores y otros deportistas?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
5. En clases de educación física o haciendo deporte ¿Te ha preocupado que tus compañeros te vean gordo?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
6. ¿Llaman tu atención los anuncios de televisión de productos adelgazantes?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca
7. Entre tus compañeros y amigos ¿Suele hablarse del peso o del aspecto del cuerpo?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
8. ¿Te preocupa tener las piernas demasiado delgadas?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca
9. ¿Sientes deseos de consumir bebidas bajas en calorías cuando oyes o ves un anuncio dedicado a ellas?  
Sí, siempre  
Sí a veces  
No, nunca
10. ¿Hablas con las personas de tu familia acerca de las actividades o productos adelgazantes?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
11. ¿Te angustia (por verte gordito) el contemplar tu cuerpo en un espejo, en un aparador, etc.?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nunca
12. Cuando vas por la calle ¿Te fijas en las personas que pasan para ver si están gordas o delgadas?  
Sí, siempre

Sí, a veces  
No, nunca

13. ¿Has hecho régimen (dieta) para adelgazar alguna vez en tu vida?  
Sí, más de dos veces  
Sí, 1 ó 2 veces  
No, nunca

14. ¿Comentas a tus amigos y compañeros los anuncios y productos destinados a adelgazar?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

15. ¿Llaman tu atención los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

16. ¿Envidias la musculatura de algunos actores?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

17. ¿Has comido alguna vez más de lo normal para aumentar el peso o volumen de tu cuerpo?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nunca

18. ¿Evitas el contemplarte en un espejo o escaparate por miedo a verte demasiado delgado?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca

19. ¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

20. ¿Te preocupa el excesivo tamaño de tu estómago o de tu trasero?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No nada

21. ¿Te angustian los anuncios que te invitan a adelgazar?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

22. ¿Has hecho algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar durante alguna temporada?  
Más de tres temporadas  
1 ó 2 temporadas  
No, nunca

23. ¿Te atraen los libros, artículos de revistas, anuncios, etc., que hablan de calorías?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

24. ¿Está haciendo o ha hecho algo para adelgazar alguna de las personas de tu familia que viven contigo?  
Sí, 2 o más personas  
Sí, 1 persona  
No, nadie

25. ¿Te angustia la llegada del verano por tener que ir más ligero de ropa o tener que usar traje de baño?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
26. ¿Te interesan los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de la obesidad?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
27. ¿Tienes algún amigo o compañero angustiado o muy preocupado por el peso o la forma de tu cuerpo?  
Sí, más de 2  
Sí, 1 ó 2  
No, ninguno
28. ¿Sientes deseos de seguir una dieta adelgazante cuando ves u oyes un anuncio dedicado a esos productos?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca
29. ¿Te preocupa que tus brazos y pecho sean poco musculosos?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
30. ¿Tienes algún amigo o compañero que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar?  
Sí, más de 2  
Sí, 1 ó 2  
No, ninguno
31. ¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
32. ¿Hablas con tus amigos y compañeros acerca de productos o actividades adelgazantes?  
Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada
33. ¿Alguna vez has hecho ejercicio físico para desarrollar tu cuerpo o tus músculos?  
Sí, mucho  
Sí, a veces  
No, nada
34. ¿Crees que los muchachos y jóvenes delgados son más aceptados por los demás que los que no lo son?  
Sí, seguro  
Sí, probablemente  
No lo creo
35. ¿Recuerdas frases, imágenes o melodías que acompañen los anuncios de productos adelgazantes?  
Sí, muchas veces  
Sí, a veces  
No, nunca
36. Ante muchachos y hombres jóvenes ¿Te fijas en ellos para ver si son fuertes o musculosos?  
Sí, siempre  
Sí, a veces  
No, nunca
37. ¿Te ha dado vergüenza desnudarte ante tus compañeros por temor a que te vean demasiado delgado?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

38. ¿Tienes algún compañero o amigo que haya hecho o esté haciendo ejercicio físico para desarrollar su cuerpo o sus músculos?

Sí, muchos  
Sí, alguno  
No, ninguno

39. ¿Te resultan más simpáticas y atractivas las personas delgadas que las que no lo son?

Sí, casi siempre  
Sí, a veces  
Me da igual

40. Si te invitan a un restaurante o participas en una comida colectiva ¿Te preocupa la cantidad de comida que puedes verte obligado a comer?

Sí, mucho  
Sí, algo  
No, nada

## Anexo 7. Test de actitudes alimentarias

Instrucciones:

- Lee cuidadosamente cada pregunta antes de contestarla
- Contesta de manera individual
- Al contestar cada pregunta, hazlo lo más verídicamente posible
- No hay respuestas “buenas” ni “malas”.
- Recuerda que la información que proporcionas es confidencial

1. Me gusta comer con otras personas

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

2. Me da mucho miedo pesar demasiado

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

3. Procuero no comer aunque tenga hambre

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

4. Me preocupo mucho por la comida

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

5. Tengo en cuenta las calorías que tienen los alimentos que como

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

6. Evito específicamente comer alimentos con muchos carbohidratos. (p. ej. pan, arroz, papas, etc.)

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre
- Siempre

7. Me preocupa el deseo de estar más delgado

- Nunca
- Casi nunca
- Algunas veces
- Bastantes veces
- Casi siempre

Siempre

8. Cada día como los mismos alimentos

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

9. Pienso en quemar calorías cuando hago ejercicio

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

10. Me preocupa la idea de tener grasa en el cuerpo

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

11. Procuero no comer alimentos con azúcar

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

12. Como alimentos dietéticos

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

13. Siento que los alimentos controlan mi vida

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

14. Paso demasiado tiempo pensando y ocupándome de la comida

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces

Casi siempre

Siempre

15. Me siento incómodo después de comer dulces

Nunca

Casi nunca

Algunas veces

Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

16. Me comprometo a hacer dietas  
Nunca  
Casi nunca  
Algunas veces  
Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

17. Me gusta sentir el estómago vacío  
Nunca  
Casi nunca  
Algunas veces  
Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

18. Disfruto probando comidas nuevas y sabrosas  
Nunca  
Casi nunca  
Algunas veces  
Bastantes veces  
Casi siempre  
Siempre

## Anexo 8. Escala de Recepción Crítica Hacia la Publicidad Televisiva

Instrucciones:

- Lee cuidadosamente cada pregunta antes de contestarla
- Contesta de manera individual
- Al contestar cada pregunta, hazlo lo más verídicamente posible
- No hay respuestas “buenas” ni “malas”.
- Recuerda que la información que proporcionas es confidencial

1. Me agradan los comerciales que me hacen reír

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

2. Me agradan los comerciales donde se utiliza el tipo de música que me gusta

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

3. Recuerdo algunos anuncios porque son graciosos

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

4. Me llaman la atención los anuncios que me recuerdan a mis amigos o gente que conozco

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

5. Yo elijo qué programas y comerciales quiero ver en televisión

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

6. Los productos que se anuncian son los mejores productos que se pueden comprar

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

7. El uso de algunos productos que se anuncian por televisión nos harán ver y sentir mejor

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

8. Se puede confiar en la información que se dice en los comerciales

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente

Muy frecuentemente  
Siempre

9. Es necesario estar al pendiente de la publicidad para estar a la moda

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

10. Los productos que se anuncian por televisión sí funcionan

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

11. Llamam mi atención los anuncios que te dicen cómo verte y sentirte mejor

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

12. Me gusta tener la apariencia de actrices o modelos que salen en anuncios publicitarios

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

13. Me convencen con facilidad los anuncios que veo por televisión en comprar ciertos productos (p. ej. cosméticos, ropa, etc.).

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

14. Me llaman la atención los anuncios que resaltan la vanidad que podemos tener las mujeres

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

15. En muchos anuncios se resalta la importancia de tener un cuerpo delgado

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

16. La publicidad muestra principalmente a gente con un nivel social y económico alto

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

17. Las mujeres y los hombres que salen en los comerciales se parecen mucho entre sí, opuesto a lo que sucede en la vida real

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

18. Los anuncios de televisión dicen solo cosas buenas de un producto (no te dicen las cosas malas).

Nunca  
A veces  
Frecuentemente  
Muy frecuentemente  
Siempre

## Anexo 9. Cuestionario de Imagen Corporal

1. ¿Te has preocupado tanto por tu figura que has pensado que tendrías que ponerte a dieta?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

2. Al fijarte en la figura de otras personas ¿La has comparado con la tuya desfavorablemente?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

3. Estar desnuda(o) (e. j. cuando te bañas) ¿te ha hecho sentir gorda(o)?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

4. ¿Has evitado ir a eventos sociales (e. j. una fiesta) porque te has sentido mal con tu figura?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

5. ¿Te ha preocupado que otra gente vea llantitas alrededor de tu cintura o estómago?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

6. Cuando estás con otras personas ¿te ha preocupado ocupar demasiado espacio (e. j. sentándote en un sofá o en el autobús)?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

7. ¿Te has pellizcado algunas zonas del cuerpo para ver cuanta grasa tenías?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

8. ¿Has evitado situaciones en las que la gente pudiese ver tu cuerpo (e. j. vestidores comunes de piscinas o baños)?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente
- Siempre

Anexo 10

Tabla de Índice de Masa Corporal para adolescentes de ambos sexos

Edad (años)	MUJERES			
	BAJO PESO	NORMAL	SOBREPESO	OBESIDAD
10	≤13.5	16.6	≥19.0	≥22.6
11	≤13.9	17.2	≥19.9	≥23.7
12	≤14.4	18.0	≥20.8	≥25.0
13	≤14.9	18.8	≥21.8	≥26.2
14	≤15.4	19.6	≥22.7	≥27.3
15	≤15.9	20.2	≥23.5	≥28.2
16	≤16.2	20.7	≥24.1	≥28.9
17	≤16.4	21.0	≥24.5	≥29.3
18	≤16.4	21.3	≥24.8	≥29.5
19	≤16.5	21.4	≥25.0	≥29.7

Edad (años)	HOMBRES			
	BAJO PESO	NORMAL	SOBREPESO	OBESIDAD
10	≤13.7	16.4	≥18.5	≥21.4
11	≤14.1	16.9	≥19.2	≥22.5
12	≤14.5	17.5	≥19.9	≥23.6
13	≤14.9	18.2	≥20.8	≥24.8
14	≤15.5	19.0	≥21.8	≥25.9
15	≤16.0	19.8	≥22.7	≥27.0
16	≤16.5	20.5	≥23.5	≥27.9
17	≤16.9	21.1	≥24.3	≥28.6
18	≤17.3	21.7	≥24.9	≥29.2
19	≤17.6	22.2	≥25.4	≥29.7