



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA SALUD

MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA DE LA SALUD

TESIS

CONDUCTAS ALIMENTARIAS DE RIESGO Y ACTIVIDAD FÍSICA

EN ADOLESCENTES DE SECUNDARIA CONSUMIDORES DEL

HALLYU

**Para obtener el grado de
Maestro en Psicología de la Salud**

PRESENTA

Lic. en Psic. Juan Luis Arrieta Villarreal

Director(a)

Dra. Rebeca María Elena Guzmán Saldaña

Codirector(a)

Dra. Nayelli López Rocha

Miembros del Comité:

Dra. Romana Silvia Platas Acevedo

Dra. Mariana Valdez Aguilar

Mtro. Julio César Vargas Ramos

Pachuca de Soto, Hgo., enero 2025



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias de la Salud

School of Medical Sciences

Área Académica de Psicología

Department of Psychology

22 de enero de 2025

ICSa/MPS/014/2025

Asunto: Autorización de impresión de tesis

MTRA. OJUKY DEL ROCÍO ISLAS MALDONADO
DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
PRESENTE

El Comité Tutorial de la tesis titulada: *“Conductas Alimentarias de Riesgo y Actividad Física en Adolescentes de Secundaria Consumidores del Hallyu”*, realizada por el sustentante: Juan Luis Arrieta Villarreal, con número de cuenta: 295077, estudiante del programa de posgrado de Maestría en Psicología de la Salud, una vez que ha revisado, analizado y evaluado el documento recepcional de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 110 del Reglamento de Estudios de Posgrado tiene a bien extender la presente:

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Por lo que el sustentante deberá cumplir los requisitos del Reglamento de Estudios de Posgrado y con lo establecido en el proceso de grado vigente.



Atentamente
Amor, Orden y Progreso
Pachuca de Soto, Hidalgo a 22 de enero de 2025
El Comité Tutorial

- DIRECTORA Dra. Rebeca María Elena Guzmán Saldaña
- CO-DIRECTORA Dra. Nayelli López Rocha
- MIEMBRO DEL COMITÉ Dra. Romana Silvia Platas Acevedo
- MIEMBRO DEL COMITÉ Dra. Mariana Valdez Aguilar
- MIEMBRO DEL COMITÉ Mtro. Julio César Vargas Ramos

[Handwritten signatures of the committee members]

C.c.p. Archivo
AIVO/RMEGS



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

Este proyecto de investigación se realizó con el apoyo del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) encargados de promover el avance de la investigación científica, bajo el proyecto denominado “Conductas Alimentarias de Riesgo y Actividad Física en Adolescentes de Secundaria Consumidores de la Ola Hallyu”, con número de apoyo 843753 del programa 006221- Maestría en Psicología de la Salud y número de CVU 1204024 bajo la responsabilidad de la Dra. Rebeca María Elena Guzmán Saldaña y la revisión de la Dra. Nayelli López Rocha, Dra. Silvia Platas Acevedo, Dra. Mariana Valdez Aguilar y el Mtro. Julio César Vargas como parte del cuerpo académico Evaluación e Intervención transdisciplinaria del proceso Salud Enfermedad (UAEH-ICSA) de la Maestría en psicología de la Salud orientada a la investigación con número de cuenta 295077.

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia, esta tesis no solo es el resultado de mi esfuerzo individual, sino también el reflejo del amor, paciencia y el apoyo incondicional de quienes han estado a mi lado en cada paso. Sin su presencia constante, sin su fe en mí, y sin su acompañamiento en este reto, este logro no sería posible.

También, quiero expresar mi más profunda gratitud a la Dra. Rebeca, mi directora de tesis, quien, con su guía, paciencia y conocimientos, me orientó a lo largo de este proceso. Más allá de lo académico, quiero agradecerle profundamente por su apoyo en los momentos difíciles, por las palabras de aliento y por la disposición para escucharme. Gracias por haber creído por en mí y en este proyecto, por darme ese empujón cuando más lo necesité, y por recordarme que el esfuerzo tiene siempre una recompensa.

A mi codirectora de tesis, Dra. Nayelli, cuya *expertise* en la industria cultural coreana fue esencial para dar forma a esta investigación. Sus conocimientos, compromiso y disposición para compartir sus conocimientos hicieron de este proyecto una experiencia enriquecedora. Gracias por confiar en este proyecto y por brindarme las herramientas necesarias para abordar esta temática. Así mismo, durante el periodo de agosto a noviembre de 2024 se realizó una estancia (nacional) de investigación en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en Coyoacán, Ciudad de México; misma que se desarrolló bajo su supervisión.

A los alumnos que participaron en este estudio y a sus padres, madres o tutores, por su disposición y confianza al compartir sus experiencias. Su colaboración fue esencial para la realización de esta investigación y espero que este trabajo contribuya a visibilizar y comprender mejor sus vivencias.

A los directivos, docentes, equipo administrativo y de apoyo, y al psicólogo de la institución escolar que permitió llevar a cabo este estudio. Su apoyo, apertura y disposición para llevar a cabo esta investigación fueron fundamentales para que este proyecto pudiera concretarse.

A los miembros de mi comité: Dra. Silvia, Dra. Mariana y Mtro. Julio, cuyo tiempo, dedicación y sugerencias fueron de gran ayuda para que esta tesis se fortaleciera. Gracias por cada observación, y por cada recomendación que me permitió ver nuevas perspectivas. Sus palabras y exigencias fueron un impulso para mejorar constantemente en este trabajo y crecer profesionalmente.

A los profesores y colegas del Grupo de Investigación en Nutrición de la FES Iztacala, por permitirme formar parte del Seminario de TAIA, cuyo impacto en mi formación es invaluable. De manera particular, quiero expresar mi gratitud a la Dra. Rosalía, a la Dra. Xóchitl, al Dr. Juan Manuel y los alumnos del doctorado y postdoctorado por la retroalimentación recibida.

A mis profesores de la maestría, cuya enseñanza y compromiso me han enriquecido profundamente. Especialmente, agradezco a la Dra. Lilian y a la Mtra. María Luisa no solo por compartir sus conocimientos, sino también por su calidez humana. En los momentos difíciles, sus palabras fueron un aliento que me recordó que no estaba solo en este camino.

A Michelle, por su compañerismo y amistad en esta etapa. Compartir esta experiencia contigo hizo este camino mucho más llevadero y enriquecedor.

A Claudia, Kevin y Cintia, por su invaluable apoyo durante la aplicación de las pruebas. Su disposición, compromiso y tiempo fueron fundamentales para que esta investigación pudiera llevarse a cabo.

Finalmente, a todas las personas que de alguna manera contribuyeron a que este sueño se hiciera realidad. Cada palabra de aliento, cada gesto de apoyo y cada lección dejó una marca imborrable en mi vida.

Dedicatorias

Esta tesis es el reflejo de un viaje lleno de desafíos, aprendizajes y crecimiento, pero también es el testimonio del apoyo incondicional de quienes han estado a mi lado en este proceso. Por ello, quiero dedicar este logro a las personas que, con su presencia y apoyo han sido fundamentales en este recorrido.

A mi madre, por ser mi refugio, mi mayor motivación y quien siempre creyó en mí, incluso cuando yo dudaba. Tu amor incondicional, tu fortaleza y tus palabras de aliento han sido mi mayor impulso para superar los momentos difíciles. Gracias por enseñarme a no rendirme, a creer en mis sueños y a enfrentar los desafíos con valentía. Por cada sacrificio que hiciste, por cada consejo, por cada gesto de apoyo, te estaré eternamente agradecido. Este logro es tan tuyo como mío, porque sin ti, sin tu ejemplo y sin tu amor, nada de esto habría sido posible.

A mis hermanos y hermana, por ser mi inspiración y mi respaldo a lo largo de mi vida. Más allá de ser mis compañeros de camino, han sido mi refugio en los momentos difíciles y mi impulso para seguir adelante. Gracias por su apoyo incondicional, por las risas compartidas y por demostrarme, cada día, que siempre podemos contar el uno con el otro.

A mis sobrinos, mis ratones de laboratorio, por inspirarme a seguir creciendo y por traer alegría a mi vida en cada momento. Gracias por hacerme ver el mundo con sus ojos llenos de asombro y por darme fuerzas con su cariño.

A mis cuñadas y cuñado, por su apoyo constante y por estar siempre presentes en los momentos importantes. Gracias por su comprensión y por su disposición para ayudar en todo lo que necesitaba.

A mis abuelos, cuya sabiduría y amor han sido una guía constante en mi vida. Su ejemplo de trabajo duro, perseverancia y amor familiar me inspira a dar lo mejor de mí en cada desafío que enfrento.

Finalmente, a mi padre, cuya ausencia física se siente en cada instante, pero cuya presencia vive en todo lo que hago. Esta tesis, al igual que todo lo que he logrado en la vida, es un reflejo de tus

enseñanzas, de tu fortaleza y de los valores que me inculcaste. Desde pequeño me motivaste a luchar por mis sueños, pero también me enseñaste que la humildad, la honestidad y la dedicación son los verdaderos pilares del éxito. A lo largo de este proceso, muchas veces sentí tu ausencia, pero siempre supe que, de alguna manera, seguías guiándome. No sé si alguna vez podré agradecerte lo suficiente por todo lo que me diste, pero quiero que sepas que hoy, al finalizar este camino, todo lo que soy es un reflejo de lo que tú me enseñaste.

Índice

Resumen	16
Abstract	18
Introducción	20
Capítulo 1. Adolescencia	24
<i>1.1 Definición de Adolescencia</i>	
<i>1.2 Principales Cambios en el Desarrollo del Adolescente</i>	<i>26</i>
<i>1.3 Estadísticas sobre la Población Adolescente</i>	<i>33</i>
<i>1.4 Teorías Explicativas del Desarrollo Adolescente</i>	<i>34</i>
<i>1.5 El Adolescente y el Contexto Escolar</i>	<i>37</i>
Capítulo 2. Conductas Alimentarias de Riesgo (CAR) y Trastornos Alimentarios y de la Ingesta de Alimentos (TAIA)	39
<i>2.1 Definición de los TAIA</i>	
<i>2.2 Epidemiología de los TAIA</i>	<i>41</i>
<i>2.3 Modelos Explicativos de los TAIA</i>	<i>43</i>
<i>2.4 Factores de Riesgo para el Desarrollo de TAIA</i>	<i>46</i>
<i>2.5 Imagen Corporal (IC)</i>	<i>50</i>
2.5.1 Modelos Teóricos de IC.....	51
2.5.2 Instrumentos de Evaluación de la IC.....	55

<i>2.6 Conductas Alimentarias de Riesgo (CAR)</i>	57
<i>2.7 Instrumentos y Técnicas de Evaluación de las CAR</i>	61
Capítulo 3. Actividad Física (AF) y Trastornos Alimentarios y de la Ingesta de Alimentos (TAIA)	66
<i>3.1 Conceptualización de la AF</i>	
<i>3.2 Panorama de AF</i>	68
<i>3.3 Factores que intervienen en los niveles de AF</i>	69
<i>3.4 Modelos Teóricos de AF</i>	72
<i>3.5 AF como Factor Protector en la Salud</i>	76
<i>3.6 AF como Conducta de Riesgo</i>	77
<i>3.7 AF y su Relación con los TAIA</i>	78
<i>3.8 Instrumentos y Técnicas de Evaluación de la AF</i>	82
Capítulo 4. Hallyu y su Relación con el Modelo Estético Corporal	85
<i>4.1 Definición de Hallyu</i>	85
<i>4.2 Principales Productos</i>	88
<i>4.3 Evolución del Hallyu</i>	90
<i>4.4 Hallyu en México</i>	91
<i>4.5 Motivos de Popularidad del Hallyu</i>	92
<i>4.6 Factores asociados al desarrollo de TAIA entre Consumidores del Hallyu</i>	95

<i>4.7 Estado del Arte: Influencia del Hallyu en Adolescentes.....</i>	<i>99</i>
Capítulo 5. Planteamiento del Problema	115
<i>5.1 Justificación del Estudio</i>	<i>116</i>
<i>5.2 Pregunta de Investigación.....</i>	<i>116</i>
<i>5.2 Objetivo General de Investigación</i>	<i>117</i>
Capítulo 6. Fase 1: Estudio Cuantitativo.....	118
<i>6.1 Pregunta de Investigación</i>	
<i>6.2 Objetivos</i>	
<i>6. 3 Hipótesis</i>	
<i>6.4 Método.</i>	<i>119</i>
<i>6.5 Resultados</i>	<i>126</i>
<i>6.6 Discusión y Conclusiones.....</i>	<i>146</i>
<i>6.7 Sugerencias y Limitaciones.....</i>	<i>160</i>
Capítulo 7. Fase 2: Estudio Cualitativo.....	163
<i>7.1 Pregunta de investigación</i>	
<i>7.2 Objetivos</i>	
<i>7.3 Hipótesis</i>	<i>164</i>
<i>7.4 Método</i>	
<i>7.5. Resultados</i>	<i>174</i>

Capítulo 8. Discusión y Conclusiones Generales	208
<i>8.1 Primer contacto con el Hallyu</i>	208
<i>8.2 Consumo de Productos</i>	209
<i>8.3 Conductas de Imitación y CAR</i>	211
<i>8.4 AF y Baile</i>	212
<i>8.5 Relaciones interpersonales</i>	214
<i>8.6 Sugerencias y limitaciones</i>	217
Referencias	220
Anexos	266
<i>Anexo 1: Consentimiento Informado</i>	266
<i>Anexo 2: Asentimiento Informado</i>	267
<i>Anexo 3: Cuestionario de Consumo de K-pop y K-dramas</i>	268
<i>Anexo 4: Test Infantil de Actitudes Alimentarias (ChEAT)</i>	272
<i>Anexo 5: Cuestionario de Actividad e Inactividad Física (CAINM)</i>	274
<i>Anexo 6: Guía de Entrevista para la Etapa 2</i>	278
<i>Anexo 7: Aprobación de Comité de Ética</i>	279
<i>Anexo 8: Presentación en congreso</i>	280
<i>Anexo 9: Publicación</i>	281

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Estudios que abordan el impacto al bienestar psicosocial de los consumidores de Hallyu</i>	101
Tabla 2. <i>Estudios que abordan el impacto en la percepción de la imagen corporal, los ideales de belleza y a el riesgo de TAIA</i>	104
Tabla 3. <i>Características sociodemográficas de las participantes agrupadas en Consumidores y no consumidores</i>	131
Tabla 4 <i>Relación entre las variables de estudio en el grupo no consumidor a partir de r de Spearman</i>	142
Tabla 5. <i>Relación entre las variables de estudio en el grupo consumidor a partir de R de Spearman</i>	143
Tabla 6. <i>Descripción de los participantes por grupo</i>	167
Tabla 7. <i>Categorías de análisis</i>	172
Tabla 8. <i>Factores de influencia que incidieron en la motivación al consumo</i>	174
Tabla 9. <i>Evento reportado por los participantes para el inicio en el consumo</i>	177
Tabla 10. <i>Medios o producto por el que se introdujo al consumo</i>	178
Tabla 11. <i>Elementos atractivos para el consumo</i>	180
Tabla 12. <i>Conductas de imitación</i>	183
Tabla 13. <i>Consumo de productos</i>	185
Tabla 14. <i>Percepciones que favorecen el consumo</i>	186
Tabla 15. <i>Relación con otras fans</i>	188
Tabla 16. <i>Relación con amigos</i>	190
Tabla 17. <i>Relación con familia</i>	191

Tabla 18. <i>Relación con compañeros</i>	193
Tabla 19. <i>Relación con parejas</i>	195
Tabla 20. <i>Practica de Baile de K-pop</i>	196
Tabla 21. <i>Preferencia respecto al idioma para el consumo</i>	198
Tabla 22. <i>Efecto sobre funciones cognitivas</i>	199
Tabla 23. <i>Consumo de alcohol</i>	201
Tabla 24. <i>Maratones series</i>	203

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Modelo de los factores que influyen en el desarrollo y la manifestación de la IC</i>	52
Figura 2. <i>Un modelo cognitivo-conductual de desarrollo y experiencias de la imagen corporal</i>	53
Figura 3. <i>Esquema de la Estructura Hipotética del Concepto de Imagen Corporal</i>	54
Figura 4. <i>Factores que intervienen en el desarrollo de la imagen corporal en adolescentes</i>	55
Figura 5. <i>Modelo estructural de la relación entre el ejercicio físico y la autoestima</i>	73
Figura 6. <i>Modelo transteórico del cambio</i>	74
Figura 7. <i>Modelo de Conducta de Ejercicio</i>	75
Figura 8. <i>Procedimiento fase I</i>	124
Figura 9. <i>Uso de redes sociales por la muestra</i>	128
Figura 10. <i>Grado de interés hacia la cultura coreana</i>	129
Figura 11. <i>Medios de consumo de K-pop</i>	133
Figura 12. <i>Motivos de consumo de K-pop</i>	134
Figura 13. <i>Medios de consumo de K-dramas</i>	135

Figura 14. <i>Motivos de consumo de K-dramas</i>	136
Figura 15. <i>Pensamientos de familiares sobre el consumo de K-pop y/o K-dramas</i>	137
Figura 16. <i>Mercancía relacionada con el K-pop y/o K-dramas</i>	138
Figura 17. <i>Impacto percibido sobre la vida cotidiana</i>	139
Figura 18. <i>Procedimiento fase 2</i>	169

Abreviaturas

AF: Actividad Física.

AFD: Actividad Física Deportiva.

AN: Anorexia Nerviosa.

APA: American Psychiatric Association.

BN: Bulimia Nerviosa.

CAINM: Cuestionario de Actividad e Inactividad de los Estudiantes Mexicanos.

CAR: Conductas Alimentarias de Riesgo.

CHEAT: Cuestionario Infantil de Actitudes Alimentarias (Children Eating Actitudes Test)

CIE-10: Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades y Problemas Relacionados con la Salud en su décima revisión.

DHEA: Dehidroepiandrosterona

DSM-5: Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales, 5ta edición.

ENSANUT: Encuesta Nacional de Salud y Nutrición.

FSH: Hormona folículo estimulante

GnRH: Hormona liberadora de gonadotropina

IC: Imagen Corporal.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INJUVE: Instituto de la Juventud (México).

INSP: Instituto Nacional de Salud Pública.

K-Beauty: Korean Beauty

K-dramas: Korean Dramas

K-Pop: Korean Pop Music

LH: Hormona luteinizante

OMS: Organización Mundial de la Salud.

OPS: Organización Panamericana de la Salud.

SEP: Secretaria de Educación Pública

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences.

TAIA: Trastornos de la Alimentación y de la Ingesta de Alimentos.

TpA: Trastorno por Atracón.

UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

Resumen

Durante las últimas décadas, se ha observado un aumento en los Trastornos de la Alimentación y de la Ingesta de Alimentos (TAIA) y el sedentarismo en adolescentes, fenómenos derivados de una combinación de factores biopsicosociales. Simultáneamente, la cultura pop coreana ha ganado popularidad entre los jóvenes, pero su impacto en la salud de los adolescentes latinoamericanos sigue siendo un tema poco explorado. Este estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre las conductas alimentarias de riesgo, los niveles de actividad física y el consumo de productos Hallyu (K-pop y K-dramas) en estudiantes de secundaria.

La investigación se llevó a cabo en dos fases. En la primera fase, se aplicó una metodología cuantitativa con un diseño no experimental y transversal a 234 estudiantes de secundaria (61.1% mujeres y 39.9% hombres) de 12 a 17 años ($M=13.2$, $DE=0.98$). Se utilizó un Cuestionario de Datos Sociodemográficos (que incluyó preguntas sobre el consumo de productos del Hallyu), Test Infantil de Actitudes Alimentarias (ChEAT), y el Cuestionario de Actividad e Inactividad de los Estudiantes Mexicanos (CAINM) además de realizar mediciones antropométricas para calcular el Índice de Masa Corporal (IMC) y evaluar la percepción de la imagen corporal. Los resultados indicaron que el 29.4% consume productos Hallyu, el 16.6% presenta conductas alimentarias de riesgo y el 16% reportan niveles de actividad física adecuados. Se encontraron correlaciones significativas, aunque débiles ($r=.200$), entre el consumo de Hallyu y las conductas alimentarias de riesgo de manera particular con las conductas restrictivas y la preocupación por su peso corporal. En la segunda fase, se realizó un grupo focal con 17 consumidores de Hallyu, derivados de la primera fase, para explorar sus experiencias y percepciones. Los resultados señalan que el consumo de Hallyu entre adolescentes tiene un impacto profundo y multifacético que afecta su identidad, sentido de pertenencia, autoimagen y bienestar general. Este estudio ofrece un primer acercamiento

a la influencia de la cultura pop coreana en las conductas alimentarias y el estilo de vida de los adolescentes consumidores de Hallyu.

Palabras clave: Conductas Alimentarias de Riesgo, Actividad Física, Consumo Productos Hallyu, Adolescentes.

Abstract

Over the past decades, there has been an increase in Eating Disorders (ED) and sedentary behavior among adolescents, phenomena attributed to a combination of biopsychosocial factors. At the same time, Korean pop culture has gained popularity among young people, yet its impact on adolescent health in Latin America remains insufficiently studied. This study aims to analyze the relationship between risky eating behaviors, levels of physical activity, and the consumption of Hallyu products (K-pop and K-dramas) among secondary school students.

The research was conducted in two phases. In the first phase, a non-experimental, quantitative, cross-sectional design was applied to 234 secondary school students (61.1% female and 39.9% male) aged 12 to 17 years ($M=13.2$, $SD=0.98$). Instruments used included a Sociodemographic Questionnaire (which included questions about Hallyu product consumption), the Children's Eating Attitudes Test (ChEAT), and the Mexican Student Activity and Inactivity Questionnaire (CAINM), along with anthropometric measurements to calculate Body Mass Index (BMI) and assess body image perception. Results indicated that 29.4% of students consume Hallyu products, and 16.6% exhibit risky eating behaviors. Significant, though weak, correlations ($r=.200$) were found between Hallyu consumption and risky eating behaviors, particularly with restrictive behaviors and concern about their body weight.

In the second phase, a qualitative focus group with 17 Hallyu consumers identified from the first phase was conducted to explore their experiences and perceptions. The results indicate that Hallyu consumption among adolescents has a profound and multifaceted impact that affects their identity, sense of belonging, self-image and overall well-being. This study provides an initial insight into the influence of Korean pop culture on eating behaviors and lifestyle among adolescents who consume these products.

Keywords: Risky Eating Behaviors, Physical Activity, Consumption Hallyu Products,
Adolescents.

Introducción

Previo a la aparición de los Trastornos de Alimentarios y de la Ingesta de Alimentos (TAIA), se han identificado una serie de comportamientos, que dicho sea de paso son poco saludables, a los cuales se les ha denominado como Conductas Alimentarias de Riesgo (CAR). En este grupo de comportamientos se ubican la dieta restrictiva, los atracones, ayunos prolongados, el saltarse comidas, las conductas purgativas, entre otras; las cuales tienen como objetivo común la pérdida de peso corporal y el alcance de una figura delgada (Unikel et al., 2017).

Un aspecto importante a tomar en cuenta es que durante la adolescencia se experimentan múltiples cambios físicos, hormonales y psicológicos, que pueden predisponer a la presencia de CAR durante este periodo (Guadarrama et al., 2018; Villalobos et al., 2020). Esta situación es reforzada por factores de naturaleza sociodemográfica, ya que como lo han señalado Garfinkel y Garner (1980), dentro de la gama de componentes genéticos, psicológicos y sociales, se presentan factores predisponentes culturales asociados al desarrollo de TAIA, entre los que destacan las pautas socioculturales vinculadas a la difusión y presión sobre ideal de delgadez. En este sentido, investigaciones como las de Barriguete et al. (2022), Cruz et al. (2018), Fernández y Morales (2022), Franco et al. (2019), y Zamora et al. (2018) han demostrado la relación entre la difusión de la delgadez como sinónimo de belleza y salud a través de diversos medios, tales como revistas, televisión, redes sociales y campañas de prevención por parte de organismos en salud, y el posterior desarrollo de una imagen corporal negativa que propicia CAR como medio para alcanzar el modelo estético corporal demandado por la sociedad, sobresaliendo la práctica de conductas purgativas (vómito y uso de diuréticos) y de ejercicio físico compulsivo

Por otra parte, durante los últimos años se ha detectado un declive en los niveles de AF de los adolescentes de manera global, situación que ha incrementado el riesgo de padecer un gran número de enfermedades crónico degenerativas (Durán-Vinagre et al., 2021). Frente a esta

situación, uno de los factores mediadores que se ha detectado en los adolescentes, es el uso de sus redes sociales para seguir a “influencers deportivos”, reportando una mayor adherencia a la AF, así como un incremento en la motivación para su práctica (Durán-Vinagre et al, 2022; Gil et al, 2022).

Del mismo modo, a partir de las últimas décadas del siglo XX, se ha dado un auge en la exportación de productos audiovisuales provenientes de Corea del Sur, fenómeno al que se le ha nombrado como “Hallyu”. Mosquera en el año de 2019 indicó que, a través de estos productos, se refuerza un ideal de feminidad y masculinidad donde se alimenta un canon de belleza ligado a la delgadez entre sus consumidores.

Por lo anterior, la presente investigación tuvo como objetivo determinar la presencia de conductas alimentarias de riesgo y los niveles de actividad física en adolescentes de secundaria que consumen Hallyu, así como conocer la relación entre las variables de estudio. Del mismo modo, explorar las experiencias y vivencias de los adolescentes que consumen los productos del Hallyu, y que además reporten la presencia de conductas alimentarias de riesgo y de AF, así como los elementos de su entorno que pudiesen representar un factor de riesgo o protección. Este estudio fue llevado a cabo bajo un diseño mixto de dos etapas, en la primera de índole cuantitativa se contó con la participación de 235 alumnos de la escuela Secundaria General Número de 6 de Pachuca de Soto; de los cuales 17 fueron retomados para una segunda fase, de enfoque cualitativa para profundizar en sus experiencias de consumo y como estas pudiesen influir sobre el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo y de AF.

La investigación de la presente tesis se divide de la siguiente manera:

Capítulo 1: Se define la adolescencia, destacando los principales cambios que ocurren durante este periodo. Se presentan datos epidemiológicos relacionados con la distribución poblacional a nivel local, nacional e internacional, y se analizan los factores de riesgo y protección

propios de esta etapa. Además, se revisan algunas teorías y modelos que nos permiten comprender este periodo de la vida.

Capítulo 2: Se aborda el tema de los TAIA y las CAR. Este capítulo analiza sus características, los datos epidemiológicos en diversos contextos, y los factores de riesgo y protección asociados. Se presta especial atención a la imagen corporal y se discuten los factores que pueden favorecer o proteger ante los TAIA. Asimismo, se presentan algunos instrumentos de medición utilizados para evaluar la presencia de estos trastornos.

Capítulo 3: Se define la AF y el sedentarismo en la población adolescente. Se ofrecen datos epidemiológicos relacionados y se abordan los modelos explicativos y los factores vinculados a estos fenómenos. También se explora la asociación entre las CAR y la AF, y se describen los instrumentos de evaluación disponibles para la población mexicana.

Capítulo 4: Se explica qué es el Hallyu, se proporciona una definición desde diversas perspectivas y se describe su evolución. Se examinan los principales productos derivados de este fenómeno y su posible asociación con el desarrollo de los TAIA, la insatisfacción corporal y la AF en adolescentes.

Capítulo 5: Se presenta el proceso de investigación llevado a cabo, que incluye el planteamiento del problema, la justificación, la pregunta de investigación, el objetivo general, los objetivos específicos, las hipótesis y el tipo de diseño de la investigación.

Capítulo 6: Se describe el método empleado durante la fase cuantitativa de la investigación, así como los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos a los alumnos, incluyendo la medición de cada una de las variables estudiadas y los resultados de las correlaciones. También se ofrece una discusión de estos resultados y se formulan las conclusiones derivadas de ellos.

Capítulo 7: Se detalla el método utilizado en la fase cualitativa y se ofrece una breve descripción del entorno en el que se llevó a cabo esta investigación. Del mismo modo, se describen los resultados obtenidos de los grupos focales, junto con su discusión y las conclusiones derivadas de estos.

Capítulo 8: Se discuten los resultados obtenidos en ambas fases de investigación mediante un enfoque mixto.

Finalmente, se presenta el listado de referencias consultadas para esta tesis. En los anexos se incluyen los instrumentos empleados, el dictamen emitido por el comité de ética del ICSa, los formatos de asentimiento y consentimiento informado, la evidencia de la presentación en un congreso a nivel nacional, y la publicación de un artículo.

Capítulo 1. Adolescencia

En este capítulo se define qué es la adolescencia y cuáles son los principales cambios experimentados en esta etapa. Del mismo modo, se brindan algunas estadísticas sobre la población adolescente reportadas a nivel mundial, nacional y local.

Por otra parte, se hace una revisión de algunos de los modelos teorías sobre el desarrollo del ser humano durante la adolescencia.

1.1 Definición de Adolescencia

Se considera como adolescente a aquella persona que se encuentra en la etapa que transcurre entre los 10 a 19 años; esta etapa es singular para el desarrollo humano, ya que es un momento importante para sentar las bases de una buena salud, experimentando un rápido crecimiento físico, cognoscitivo y psicosocial, mismo que se ve reflejado en como los adolescentes “se sienten, piensan, toman decisiones e interactúan con su entorno” (OMS, s.f., parr. 2).

Por su parte, Garassini (2020) y Papalia et al. (2012), señalan que la adolescencia, en su carácter de construcción social, no tiene un comienzo claro, debido a que es a partir del siglo XX que el mundo occidental comienza a definir a la adolescencia como una etapa del desarrollo, misma que se ve marcada por la cultura, la economía y la sociedad en la que se desarrolla el ser humano, generándose así diversos rituales que marcan la transición de la infancia a la edad adulta. Sin embargo, señalan que la adolescencia puede ser registrada entre los 11 a 20 años.

Así mismo, durante mucho tiempo se ha señalado que la adolescencia es un periodo de vida en donde se aprecia de forma universal una gran agitación e inestabilidad crítica para el ser humano, donde los jóvenes viven un síndrome que se acerca a lo patológico (Garassini, 2020; Krauskopf, 2007). Sin embargo, este tipo de prensa ha llevado a que la sociedad se vincule con el adolescente desde el miedo y el perjuicio de que el adolescente es apático, irresponsable y poco comprometido (OMS, 2023).

Además, se ha identificado que la adolescencia es una fase crucial para el desarrollo humano, ya que, durante esta segunda década de la vida, las personas experimentan rápidos cambios biopsicosociales que afectan a todos los aspectos de su vida (OMS, 2024a). Estos cambios hacen de la adolescencia una etapa única dentro del ciclo vital, sumamente relevante para establecer una buena salud, incidiendo en todas las enfermedades y comportamientos relacionados a la salud, en la que la evolución de las capacidades del adolescente afecta en las creencias sobre su futuro y su salud; los cuales son causantes de la transición epidemiológica que se produce de las enfermedades infecciosas a las enfermedades no transmisibles (OMS, 2014).

Por otra parte, la OMS (2023) señala que la adolescencia puede ser dividida en tres etapas:

- a) Adolescencia temprana: Transcurre aproximadamente entre los 10 y 13 años, periodo en el que se dan los primeros cambios físicos, los cuales se ven acompañados por una intensa preocupación por el cuerpo y una notoria sensibilidad frente a los diferentes tiempos de desarrollo individual. Así mismo, se observan cambios frecuentes de humor, los primeros intentos de autonomía y separación de los padres, y un intenso apego hacia el grupo de pares y a sus amistades, las cuales generalmente tienden a ser de su mismo sexo. Por otra parte, pese a que predomina el pensamiento concreto se va adquiriendo el pensamiento abstracto en algunas áreas.
- b) Adolescencia media: Etapa entre los 14 a los 16 años, en la que el adolescente comienza a manifestar cambios a nivel psicológico, principalmente en la construcción y afirmación de su identidad, así como una oscilación entre sentimientos de seguridad e inseguridad. Así mismo, la mayoría de las adolescentes ya ha tenido su primer menarca o menstruación; mientras que a los adolescentes les crece el vello facial; y en ambos se desarrolla el vello púbico. Mientras tanto, se genera una gran identificación con los grupos de pares mixtos y se agudiza la confrontación hacia los adultos, en la que el

adolescente puede comenzar a generar compromisos hacia ideales religiosos, sociales y políticos; al mismo tiempo acentuando las diferencias entre los roles entre hombres y mujeres. Esta etapa se considera como la etapa de mayor riesgo ante diversas situaciones de su entorno.

- c) Adolescencia tardía: Comienza a los 17 años y puede extenderse hasta los 21 años, llegando así al umbral hacia el mundo adulto. A diferencia de las etapas anteriores, el vínculo con los padres evoluciona y se refuerza hacia relaciones parentales más adultas. Simultáneamente, se desarrolla una mayor autonomía, afirmando su identidad y adquiriendo una mayor capacidad de intimar y compromiso hacia la pareja. Finalmente, el pensamiento formal se destaca, facilitando el desarrollo de la capacidad de introspección, de la planificación a futuro y una mayor comprensión de los valores y normas fundamentales.

1.2 Principales Cambios en el Desarrollo del Adolescente

Como previamente se ha señalado, la adolescencia es una etapa de múltiples cambios, tanto visibles como invisibles. A continuación, se describen los principales cambios a nivel físico, psicológico y social que se manifiestan durante la adolescencia.

1.2.1 Cambios Físicos.

Durante la adolescencia, tanto los niños como las niñas experimentan cambios físicos notables, como el estirón del crecimiento adolescente, la maduración de los órganos sexuales y la aparición de características sexuales secundarias (Best & Ban, 2021; Carretero et al., 1985). Los cambios más notables se dan al interior de la esfera biológica del desarrollo, los cuales inician con la pubertad, en la que se incrementa la producción de diversas hormonas, que habrán de fomentar el desarrollo físico; en la que la pubertad comienza aproximadamente a los diez años en las mujeres,

mientras que en los hombres comienza aproximadamente dos años después; y en ambos casos este proceso tarda entre tres y cuatro años en completarse (Tyler, 2020).

El aumento de la hormona liberadora de gonadotropina (GnRH) en el hipotálamo desencadena el incremento de dos hormonas reproductivas fundamentales: la hormona luteinizante (LH) y la hormona folículo estimulante (FSH). En las niñas, niveles elevados de FSH marcan el comienzo de la menstruación, mientras que, en los varones, la LH estimula la secreción de testosterona y androstenediona (Silva & Giacobini, 2021). Además, durante la fase inicial de la pubertad, las glándulas suprarrenales liberan gradualmente mayores niveles de andrógenos, especialmente de dehidroepiandrosterona (DHEA), que impactan en el crecimiento del vello púbico, axilar y facial, así como en un rápido crecimiento corporal, mayor producción de grasa en la piel (generando a su vez acné) y en el desarrollo del olor corporal (Morando, 2020).

Por otra parte, durante la pubertad, los adolescentes experimentan un crecimiento físico acelerado, que generalmente comienza por las extremidades y termina en la zona del torso; esto puede generar que los adolescentes se perciban como desproporcionados o torpes ante las nuevas dimensiones de su cuerpo (Tyler, 2020). Así mismo, si bien durante la infancia los niños y las niñas tienen alturas y pesos similares, durante la adolescencia, la diferencia de altura entre sexos se acentúa, ya que en el caso de las niñas el crecimiento se acelera después de la aparición del tejido mamario alrededor de los 10 años, teniendo un crecimiento de entre siete y 8 centímetros por año; mientras que en los hombres el crecimiento lineal se da aproximadamente a los 13 años y medio, con un promedio de nueve centímetros por año; este desfase en el crecimiento de los adolescentes, genera que entre los diez y los catorce años las mujeres sean más altas que los hombres, mientras que a los 18 años generalmente los hombres tiendan a ser más altos que las mujeres (Rosen, 2004; Tyler, 2020).

Así mismo, durante este periodo se presentan cambios en la distribución de la grasa corporal y en el desarrollo de la musculatura, en el que los hombres tienden a volverse más musculosos, mientras que las mujeres experimentan un incremento en la acumulación de grasa en la zona de las caderas y de los senos (Cordero & Cesani, 2020; Rosen, 2004). Es importante señalar que, a su vez, las variaciones del promedio de altura y peso también están influenciadas por el origen étnico y racial, impactando a su vez en las expectativas sociales de altura y de peso que pueden afectar a los adolescentes, privilegiando la altura en el caso de los hombres y la delgadez para el caso de las mujeres (Tyler, 2020).

1.2.2 Cambios Psicológicos

La adolescencia implica no solo cambios físicos, sino también transformaciones psicológicas significativas (Bustamante et al., 2022; Craig & Baucum, 2009). En primer lugar, durante las etapas iniciales de la adolescencia, las personas comienzan la transición del pensamiento concreto, que requiere de objetos tangibles para la resolución de problemas; hacia el pensamiento abstracto, que se caracteriza por el uso de símbolos internos o representaciones mentales para representar la realidad, logrando así la posibilidad de generar y considerar escenarios hipotéticos, así como evaluar los resultados potenciales de una acción (Bustamante et al., 2022; Viner, 2005).

Igualmente, durante este periodo, los adolescentes experimentan modificaciones en su identidad, emociones, pensamientos y relaciones interpersonales (Coleman, 2022; Papalia et al., 2012). Sin embargo, al momento de enfrentar los desafíos académicos y sociales que son percibidos como estresantes, se puede volver al pensamiento concreto para solucionar dichos retos (Sherer & Radzik, 2016).

Así mismo, entre los cambios psicológicos más destacados se encuentran la búsqueda de independencia y autonomía, la emergencia de la sexualidad y la orientación sexual, y la necesidad de pertenencia y aceptación por parte de los demás, también el desarrollo de la identidad durante

la adolescencia evoluciona desde las capacidades cognitivas básicas hacia una autocomprensión más profunda (Arranz, 2004; Bustamante et al., 2022). En la fase inicial de la adolescencia, las personas vierten sus habilidades cognitivas en el desarrollo de la autoexploración, que se manifiesta en un mayor interés propio, frecuentes “sueños despiertos” y en aspiraciones profesionales poco realistas (Sherer & Radzik, 2016; Waterman, 1982). Durante este periodo, es común que los adolescentes cuestionen la autoridad, deseen una mayor privacidad y exploren aspectos de su sexualidad como el placer propio y la búsqueda de información en línea; caracterizando así a esta etapa por la falta de control de impulsos y la tendencia a una percepción exacerbada de las situaciones personales (Sherer & Radzik, 2016).

Por otra parte, durante la etapa media de la adolescencia, los y las adolescentes generan un sentido más claro de sí mismos, lo que plantea una mayor expresividad emocional y la capacidad de empatizar con los demás; así mismo, se mejora la capacidad intelectual y creativa, pero también pueden enfrentarse a una disminución de su autoestima (Papalia et al., 2012; Sherer & Radzik, 2016). Esta etapa se caracteriza por una sensación de invencibilidad e indestructibilidad que puede conducir a comportamientos riesgosos, especialmente en presencia de compañeros, a pesar de ser conscientes de los peligros asociados (Sherer & Radzik, 2016).

Finalmente, en la última fase de la adolescencia, se desarrolla una comprensión práctica y realista, junto con una mayor perspectiva que permite aplazar la gratificación, asumir compromisos y establecer límites; alcanzando objetivos profesionales tangibles y emprendiendo un camino hacia la autonomía financiera (Papalia et al., 2012; Sherer & Radzik, 2016). Además, dan forma a una identidad sexual distinta y refinan sus principios éticos, espirituales y sexuales; pero es posible que el proceso continuo de maduración cerebral no esté totalmente alineado con sus impulsos emocionales y sociales (Sherer & Radzik, 2016).

Por otra parte, los psicólogos del desarrollo han profundizado en varios dominios en el desarrollo de la identidad entre los que destaca Tyler (2020):

- a) Identidad religiosa: Las creencias religiosas de los adolescentes suelen reflejar las de sus familias; por lo que, aunque algunos pueden analizar ciertos elementos de la fe sus padres, solo unos pocos renuncian a la religión familiar.
- b) Identidad política: las opiniones políticas de los adolescentes suelen ser moldeadas por sus padres, pero debido al incremento en la desafiliación partidaria en los adultos, la mayoría de los adolescentes suelen desvincularse totalmente de los asuntos políticos.
- c) Identidad vocacional: Históricamente, la identidad vocacional se estableció desde el principio, orientando a los adolescentes hacia ocupaciones específicas y realizando pasantías o trabajos a tiempo parcial en estos campos. Hoy en día, el desarrollo de la identidad vocacional se prolonga, ya que la mayoría de las profesiones exigen habilidades especializadas y educación superior.
- d) Identidad de género: La identidad de género ha pasado por un largo proceso de formación debido a la evolución de las perspectivas y normas en relación con el género, lo que permite a los adolescentes explorar diversas facetas del género.
- e) Identidad sexual: La mayoría de los adolescentes muestran interés en las relaciones íntimas a los 14 años y pueden comenzar a explorar la sexualidad. La presión por mostrar interés en las relaciones heterosexuales puede ser angustiante, particularmente para las personas que se identifican como homosexuales, bisexuales o que cuestionan su orientación sexual.

1.2.3 Cambios Sociales

En la adolescencia, tanto los adolescentes como su familia experimentan diversos cambios, los jóvenes experimentan alteraciones significativas en sus relaciones sociales y en su función en la

sociedad. Se destacan ajustes notables como la búsqueda de independencia y autonomía, la formación de nuevas amistades y relaciones románticas, la exploración de identidades y valores novedosos, la influencia de los medios de comunicación y la tecnología en su rutina diaria, y la preparación para la transición a la edad adulta y la vida independiente (Coleman, 2022; Papalia et al., 2012). Aunque estos cambios pueden presentar desafíos y generar conflictos con los padres y otros adultos, también ofrecen oportunidades para el crecimiento y el desarrollo personal (Craig & Baucum, 2009; Garassini, 2020; Papalia et al. 2012). A continuación, se describen los cambios en las principales relaciones de los adolescentes.

Padres. A medida que los adolescentes buscan su autonomía e independencia, pasan menos tiempo con sus familias, lo que puede generar conflictos, principalmente en relación con las tareas, los horarios y la apariencia (Fuentes et al., 2020; Papalia et al., 2012). Sin embargo, mantener relaciones familiares cercanas es crucial para el desarrollo emocional, por lo que es importante encontrar un equilibrio entre la autonomía y las relaciones familiares cercanas y de apoyo (Garassini, 2020; Viner, 2005). Por otra parte, los adolescentes reportan mayores conflictos con sus madres, ya que muchas madres consideran que deben de tener control sobre muchas áreas del desarrollo de sus hijos, aunque a menudo se reporta que son más alentadoras y de apoyo; mientras que los padres ejercen un mayor control sobre las hijas que sobre los hijos. Simultáneamente, mantener relaciones de apoyo y menos conflictos con los padres es beneficioso para los adolescentes, ya que se ha observado que los jóvenes que se sienten seguros con sus padres presentan menos problemas emocionales, menor tendencia al abuso de drogas y una mayor tendencia al desarrollo de relaciones positivas (Buehler, 2020; Santrock, 2004).

Amigos. Por otra parte, la adolescencia se ve fuertemente influenciada por los amigos y pares ya que, la aceptación entre pares tiene significativos impactos biológicos y psicológicos, en donde los amigos simbolizan el futuro del adolescente, mientras que la conexión hacia el pasado la representa los adultos, de quienes desean diferenciarse (Craig & Baucum, 2009; OMS, 2023). En este sentido, los adolescentes prefieren aplicaciones y redes sociales que conecten con sus amigos en lugar de aquellas que consumen sus padres, ya que los amigos son una fuente crucial de apoyo emocional y social, desempeñando un papel fundamental en el desarrollo y bienestar de los adolescentes (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF], 2023).

Así mismo, según Garassini (2020), Giletta et al., 2021, y Viner (2005), los adolescentes pasan más tiempo con sus amigos que con sus padres, por lo que son los amigos los que tienen una mayor influencia en su comportamiento y actitudes, lo que a su vez puede fomentar comportamientos de riesgo debido a la presión de grupo; mientras que en la infancia la noción de amistad se centra en actividades compartida, en la adolescencia la amistad se centra en el intercambio íntimo de pensamientos y sentimientos, tendiendo a los grupos mixtos, en la que los miembros suelen ejercer una función de homofilia compartiendo comportamientos y actitudes entre sí. En cuanto a las relaciones románticas, la adolescencia es la etapa en la que suelen surgir las primeras relaciones románticas, por lo que, para el final de este periodo, la mayoría de los adolescentes han tenido al menos una relación romántica, aunque las diferencias culturales influyen en la frecuencia y cantidad de estas relaciones; las cuales cumplen varias funciones como la diversión, la compañía, estatus y experimentación sexual.

Así mismo, el proceso de citas comienza con actividades de grupo mixto en la adolescencia temprana, seguido de citas breves y casuales en la adolescencia media, y relaciones más exclusivas e intensas en la adolescencia tardía; aunque estas relaciones a menudo son cortas, tienen un gran

impacto emocional y contribuyen a la formación de la identidad, así como al ajuste emocional y conductual (Craig & Baucum, 2009; Tyler, 2020).

1.3 Estadísticas sobre la Población Adolescente

De acuerdo con la OMS (2021a), una de cada seis personas se encuentra en el rango de edad de 10 a 19 años, etapa única y formativa en la que la exposición a factores como la pobreza, el maltrato o la violencia favorece que los adolescentes sean más susceptibles a problemas de salud mental. A continuación, se brindan algunas estadísticas relacionadas con la prevalencia de población adolescente.

1.3.1 A Nivel Mundial

Se estima que alrededor del mundo hay cerca de 1,800 millones de jóvenes a nivel mundial (15 a 24 años), lo que representa cerca del 16% de la población mundial, por lo que se considera que esta población es crucial para evitar los mayores conflictos a nivel mundial, tales como el cambio climático, el desempleo, la pobreza y los conflictos bélicos (UNICEF,2023). Así mismo, de acuerdo con la OMS (2021a) a nivel mundial se estima que uno de cada siete personas de entre 10 y 19 años, experimenta algún trastorno mental, entre los que destacan los trastornos emocionales (3.6%), los trastornos del comportamiento (2.4 a 3.6%), los trastornos de la conducta alimentaria, la psicosis, el suicidio y las autolesiones, y las conductas de riesgo para la salud.

1.3.2 A Nivel Nacional

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda de 2020, en México residían 18.9 millones de niñas y adolescentes menores de 18 años, lo que representa al 15% de la población total (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2022). Así mismo, se reportó que las entidades federativas con mayor proporción de niñas y adolescentes con respecto al total de su población fueron Chiapas (18.7 %), Guerrero (17.3 %), Zacatecas (16.6 %), Oaxaca (16.5 %) y Durango con 16.4%. Por otra parte, se ha identificado que uno de cada tres personas de entre seis a 19 años

presenta sobrepeso y obesidad y que tres de cada 10 adolescentes de 15 a 17 años se encuentran trabajando lo que los ha llevado a abandonar sus estudios (UNICEF, 2022).

1.3.3 A Nivel Local

Para el caso de Hidalgo, lugar en donde se realiza este estudio, la población adolescente está conformada por 555,000 personas, y que habitan 848,201 niñas y niños de 0 a 15 años, lo que representan el 28 % de la población de esta entidad (INEGI, 2022).

1.4 Teorías Explicativas del Desarrollo Adolescente

Debido a la gran variedad de perspectivas teóricas la tarea de comprender el desarrollo adolescente es un desafío considerable, mismo que se ve reforzado por el hecho de que en el momento en que una teoría parece ofrecer una explicación satisfactoria, surge otra que obliga a reconsiderar las conclusiones anteriores (Santrock, 2004). A continuación, se describen algunas de las teorías más empleadas para la comprensión del adolescente.

1.4.1 Teoría del Desarrollo Psicosocial de Erikson

Para Erikson (1977), la identidad de los individuos se forma a través de la interacción con su entorno, partiendo de la idea de que las personas son agentes activos que buscan adaptarse al entorno; generando a partir de este principio su teoría sobre el desarrollo de la personalidad, conocida como la "Teoría Psicosocial" (Robles, 2008). Esta teoría propone la existencia de ocho etapas universales y secuenciales en el desarrollo del individuo las cuales son: a) confianza frente a desconfianza, b) autonomía frente a vergüenza y duda, c) iniciativa frente a culpa, d) laboriosidad frente a inferioridad, e) identidad frente a confusión, f) intimidad frente a aislamiento, g) generatividad frente a estancamiento y h) integridad frente a desesperanza; y de acuerdo al principio epigenético estas etapas se construyen una sobre la otra (Cloninger, 2003).

La quinta de estas etapas (identidad frente a confusión) es la que concierne al periodo de la adolescencia, en la que Erikson (1977) destaca la búsqueda del ser humano por responder a la

pregunta ¿Quién soy?, es decir su identidad. En este sentido, la identidad va más allá de las identificaciones tempranas con los padres, por lo que el adolescente debe de desarrollar una identidad propia a través del desarrollo de diversas ocupaciones que le permitan explorar diversas posibilidades de carrera (Erikson, 1968).

Por otra parte, Erikson (1968) señala que la confusión de identidad surge cuando no se logra una identidad coherente, corriendo el riesgo de desarrollar una identidad negativa basada en roles no deseados por la sociedad; propone una moratoria social, un período que permite a los adolescentes explorar roles adultos sin las obligaciones de la adultez real, por lo que destaca la importancia de la exploración, advirtiendo contra compromisos tempranos que podrían llevar a elecciones desfavorables.

Teoría del Desarrollo Cognitivo de Jean Piaget

El enfoque de Piaget (1982), propone que los seres humanos no solo absorben la información del entorno, sino que construyen activamente su comprensión del mundo, proponiendo la existencia de cuatro etapas secuenciales a las que denomina cuatro etapas que la persona atraviesa en su desarrollo cognitivo.

Las cuatro etapas de acuerdo con Piaget (1982;1991) son:

- a) Sensoriomotora (0-2 años): Los niños exploran el mundo a través de los sentidos y las acciones motoras. Desarrollan la coordinación sensoriomotora y la noción de permanencia del objeto.
- b) Preoperacional (2-7 años): Se desarrolla el pensamiento simbólico, pero la lógica aún es limitada. Los niños son egocéntricos y tienen dificultades con la reversibilidad y la conservación.
- c) Operaciones concretas (7-11 años): Los niños adquieren la capacidad de pensar lógicamente sobre objetos concretos y eventos. Comprenden la conservación y la reversibilidad.

d) Operaciones formales (11 años en adelante): Desarrollo del pensamiento abstracto y la capacidad de razonar sobre situaciones hipotéticas. Se alcanza la madurez cognitiva.

Si bien, Piaget (1991) centra su teoría en el desarrollo del niño, sus aportes sobre la etapa de las operaciones formales sugieren que el adolescente adquiere la capacidad de pensar de manera abstracta y realizar operaciones lógicas más complejas; resaltando la importancia del conflicto cognitivo y la adaptación en el proceso de aprendizaje, además de subrayar la idea de que el conocimiento se construye activamente a través de la interacción con el entorno.

Teoría del Desarrollo Moral de Kohlberg

La teoría de Lawrence Kohlberg (1969;2008) se centra en el desarrollo moral y propone que los individuos atraviesan seis etapas de desarrollo moral, organizadas en tres niveles: a) preconvencional (las decisiones éticas se fundamentan en el castigo y la recompensa), b) convencional (la moral se basa en normas y expectativas sociales) y, postconvencional (se basan en principios éticos universales).

Kohlberg (1969; 2008) sugirió que la mayoría de los adolescentes se sitúan en el nivel convencional, donde muestran conformidad a las normas y expectativas sociales, expresando preocupación por ser ciudadanos respetuosos y por cumplir con las expectativas de la sociedad. Aunque la mayoría se encuentra en este nivel, algunos adolescentes pueden avanzar al nivel postconvencional, donde internalizan valores y principios morales, tomando decisiones éticas basadas en principios abstractos.

Teoría del Desarrollo de la Identidad de Marcia

James Marcia (1966) desarrolló una teoría de la identidad en la adolescencia que identifica con cuatro estados: a) Difusión de identidad (falta de compromiso y exploración), b) Moratoria (exploración activa sin compromiso firme), c) Consolidación de identidad (adopción de identidad después de exploración activa), y d) Logro de identidad (adopción de identidad después de

exploración activa y compromiso firme). Marcia (1966) sostiene que el logro de la identidad es crucial para el bienestar emocional y psicológico de los adolescentes, advirtiendo que la falta de este logro puede conducir a problemas de ajuste y comportamiento (Cloninger, 2003; Papalia et al. 2012).

1.5 El Adolescente y el Contexto Escolar

De acuerdo con la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2017), la educación secundaria (general, técnica o telesecundaria) comprende el tercer nivel de la educación básica, mismo que está dirigido principalmente a jóvenes de 12 a 15 años, cuyo objetivo primordial es brindar herramientas que les permitan continuar su educación con independencia, integrarse al mundo laboral y participar activamente en la sociedad. Bajo este tenor, la SEP (2017) es la encargada de desarrollar e implementar los planes y programas de estudio para esta etapa escolar, mismos que deben de tomar en cuenta aspectos como la mejora en las habilidades de comunicación y expresión, la consolidación de conocimientos matemáticos y su aplicación, la formación científica en áreas como la protección ambiental y la salud, y el profundizar en materias como la historia, la geografía y el civismo para comprender el desarrollo cultural y fomentar la participación social.

De acuerdo con estadísticas del INEGI (2024a), en México cerca de 6 millones de adolescentes se encontraban cursando la educación secundaria durante el ciclo escolar 2023-2024 a nivel nacional, mientras que en Hidalgo 170 mil adolescentes se encontraban cursando alguna de las modalidades de este grado escolar. Cabe señalar, que en el estado de Hidalgo se cuenta con 1,347 escuelas de educación secundaria y 10,403 docentes frente a grupo.

Por otra parte, de acuerdo con D'Aloisio (2017), Reyes (2009), y Vera-Márquez et al. (2018), este espacio no es únicamente un espacio de formación académica, sino que son vistas por muchos de los adolescentes como un espacios en los que, bajo una serie de reglamentos, se puede convivir y divertirse con sus compañeros o amigos, compartiendo intereses comunes; así

como un espacio en el que se tiene un mayor grado de libertad respecto a las normas familiares o parentales, permitiéndose actuar y expresarse de forma distinta a la manifestada en el hogar. Sin embargo, este espacio también puede ser percibido como un lugar con controles excesivos sobre su conducta, donde el dialogo y la expresión están limitados a obedecer sin mucha explicación, situación a la que cada vez los adolescentes muestran más resistencia e inconformidad (D'Aloisio, 2017; Reyes, 2009).

Capítulo 2. Conductas Alimentarias de Riesgo (CAR) y Trastornos Alimentarios y de la Ingesta de Alimentos (TAIA)

En este capítulo se define a los TAIA, así como cifras de incidencia y prevalencia a nivel mundial, nacional y local. Posteriormente, se hace referencia a los modelos que explican la etiopatogénesis de estos trastornos, y algunos de los factores asociados a su aparición. Por otra parte, se hace una descripción de uno de los conceptos inherentes para la comprensión de los trastornos alimentarios: la imagen corporal, haciendo una breve revisión de los modelos teóricos vinculados a este concepto. Igualmente, se explica qué son las CAR, las principales conductas de control de peso vinculadas a estas, y los principales instrumentos de medición para la evaluación de estas conductas en población mexicana.

2.1 Definición de los TAIA

Los TAIA son alteraciones persistentes en la alimentación o el comportamiento relacionado a la alimentación; que lleva a una alteración en el consumo o la absorción de los alimentos y que causa un deterioro significativo en las esferas biopsicosociales del individuo (American Psychiatric Association [APA], 2014;2022). Adicionalmente, la OMS, 2021a, señala que, en los trastornos de la alimentación, la alteración en la conducta alimentaria de los TAIA se presenta en conjunto con la preocupación sobre la comida, el peso y la figura corporal.

En la actualidad, el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales, tanto en su quinta edición (DSM-5) como en su versión revisada (DSM-5-TR), se reconocen como TAIA una serie de categorías diagnósticas mutuamente excluyentes que incluyen: Pica, Trastorno de Trastorno de Rumiación, el Trastorno de Evitación/Restricción de la Ingesta de Alimentos, la Anorexia Nerviosa, la Bulimia Nerviosa y el Trastorno por Atracónes; diferenciándose entre sí a partir de una serie de criterios que permite diferenciar cada alteración por su curso clínico, en los resultados y las necesidades de tratamiento (APA, 2014; 2022).

Por su parte, la Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades y Problemas Relacionados con la Salud en su décima revisión (CIE-10) agrupa dentro de los Trastornos de la Ingestión de Alimentos a las siguientes entidades diagnósticas: a) Anorexia nerviosa, b) Anorexia nerviosa atípica, c) Bulimia nerviosa, d) Bulimia nerviosa atípica, e) Hiperfagia asociada con otras alteraciones psicológicas, f) Vómitos asociados con otras alteraciones psicológicas, g) Otros trastornos de la ingestión de alimentos y, h) Trastorno de la ingestión de alimentos, no especificado (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2008). Mientras que, la undécima revisión (CIE-11) actualiza esta clasificación bajo la etiqueta de Trastornos del Comportamiento Alimentario, incluyendo los siguientes trastornos: a) Anorexia nerviosa, b) Bulimia nerviosa, c) Trastorno por atracón, d) Trastorno evitativo o restrictivo de la ingesta alimentaria, e) Síndrome de pica, f) Trastorno por rumiación o regurgitación, g) Otros trastornos especificados del comportamiento alimentario y, h) Trastorno de la ingestión de alimentos, sin especificación (OMS, 2024b).

A continuación, se describen los principales TAIA que se presentan en la adolescencia, para lo cual se tomará como base a los criterios diagnósticos proporcionados por el DSM-5 (APA, 2014) y del CIE-10 (OPS, 2008).

Anorexia Nerviosa (AN): Consiste en la restricción persistente de la ingesta energética que conduce a un peso corporal significativamente menor al esperado para el individuo, que se ve acompañado por un miedo intenso ante la idea de ganar peso o engordar, así como una alteración de la autopercepción del peso corporal, muchas veces no dimensionan la gravedad del bajo peso ante una autoimposición de la delgadez (APA, 2014). En este sentido se pueden presentar síntomas como la elección de dietas restringidas, práctica excesiva de ejercicio, el vómito y las purgas autoinducidas, y el uso de anorexígenos y diuréticos (OPS, 2008), dando así pauta a la identificación de dos tipos de Anorexia: Restrictiva y Con atracón-purgas.

Bulimia Nerviosa (BN): Descrito a partir de la presencia de episodios recurrentes de atracones (ingestión de una cantidad de alimentos mayor a la normal en un periodo determinado, que se acompaña por la falta sensación de falta de control sobre lo que se ingiere), que a su vez presenta conductas compensatorias que evitan el control de peso y por una autoevaluación distorsionada por el peso y la constitución corporal, durante al menos una vez a la semana por lo menos durante los últimos tres meses (APA, 2014). Este trastorno puede ser presidido por un episodio de anorexia nerviosa (OPS, 2008).

Trastorno de Atracones (TpA): Categoría diagnóstica asignada a los episodios de atracones que se asocian con al menos tres de los siguientes hechos: a) Comer más de rápidamente de lo normal, b) Comer hasta sentirse desagradablemente lleno, c) Ingerir una gran cantidad de alimentos aun cuando no se siente hambre fisiológica, d) Comer solo por la vergüenza provocada por la cantidad que se ingiere y, e) Sentir disgusto consigo mismo después del episodio de atracón. Se diferencia de la bulimia ante la ausencia de comportamientos compensatorios recurrentes (APA, 2014). Este trastorno puede ser antecedido por un episodio de anorexia nerviosa (OPS, 2008).

2.2 Epidemiología de los TAIA

Estadísticamente, se considera que las alteraciones en la ingesta de alimentos se presentan principalmente en mujeres adolescentes y jóvenes, debido a diversos factores genéticos, las demandas socioculturales y familiares ligadas a la feminidad, y a los diversos cambios a nivel hormonal, físico y psicológico propios de la etapa del desarrollo (Guadarrama-Guadarrama et al., 2018). Sin embargo, tanto las CAR como los TAIA se pueden presentar también en hombres y en la mayoría de los grupos etarios (APA, 2021).

2.2.1 Datos Internacionales

La APA (2022) indica índices de prevalencia de entre 0.0% a 2.8% para la AN, BN y el TpA, indicando que estos índices son mayores en mujeres que en hombres, principalmente se presentan

durante la adolescencia y predominantemente en países de alto desarrollo industrial y en países con desarrollo medio. A partir de lo anterior, Suarez-Albor et al. (2022), señalan que los países con mayores índices de TAIAs son Suiza (12%), Chile (8.3%) y España (6.2%), seguido por países como Colombia (4.5%), Reino Unido (3.7%) y Portugal (3.06%); mientras que otros países como Estados Unidos, Italia, Costa Rica, México, Honduras y Venezuela reportan incidencias entre el 0.5% y el 1.5%.

2.2.2 Datos Nacionales

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT 2018-2019), se estima que al menos un 1.3% de las adolescentes de entre 10 a 19 años, tienen riesgo de presentar algún TAIAs, manifestando conductas relacionadas con el uso de laxantes y la ingesta restrictiva o excesiva de comida (Instituto Nacional de Salud Pública [INSP], 2020a). Cabe destacar que, en la ENSANUT 2012 (INSP, 2012a) se obtuvo la misma prevalencia en el riesgo de padecer algún TAIAs, siendo mayor en mujeres de 14 a 19 años, optando por la práctica de ayunos, dietas, tomar pastillas y el uso de diuréticos y laxantes como estrategia para bajar de peso; mientras que, en los hombres de 14 a 19 años, se presentaron conductas vinculadas a la práctica del ejercicio y el consumo excesivo de alimentos.

Por otra parte, los datos de ENSANUT 2022, señalan que entre los adolescentes de 10 a 19 años a nivel nacional, el 6.6% se encuentra en riesgo (moderado a grave) de desarrollar algún TAIAs, principalmente en el caso de las mujeres (5.9%), en adolescentes de 14 a 19 años (2.3%), en el 5.6% de quienes habitan en zona metropolitana (zonas con 100 mil habitantes o más), y en la zona Pacífico-Norte (Baja California Norte, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa y Sonora) con una incidencia del 7.3% en los adolescentes. Adicionalmente, el 45.7% de los adolescentes señalaron que durante los últimos tres meses han comido demasiado, el 35% manifiesta preocupación por engordar, y el 23.4% perdió el control sobre lo que come; mientras que poco más

del 10% de la muestra reporta el ejercicio físico (11.5%) y la realización de dietas restrictivas (14.2%) como método para perder peso (Villalobos-Hernández et al., 2023).

Adicionalmente, respecto a la presencia de AN, BN y otros trastornos alimentarios, el Anuario de Morbilidad 1984 - 2021 (Secretaría de Salud, 2022a) indicó que durante el 2021 se obtuvo una incidencia de 2.39 por cada 100,000 habitantes, siendo las personas de 10 a 19 años los que presentaron un mayor número de casos (1369 casos).

2.2.3 Datos Locales

La última ENSANUT realizada en población hidalguense que abordó el riesgo de padecer TAIA fue en el 2012 (INSP, 2012b), en la cual se estimó que durante dicho año el porcentaje de adolescentes de entre 10 a 19 años con CAR fue del 0.1% de la muestra. En este sentido, cifras más recientes indican que durante el 2022 se presentaron 51 nuevos casos de AN, BN y otros trastornos alimentarios mientras que, en 2021, la cifra fue de 65 casos, lo que podría representar una disminución en la prevalencia de dichas problemáticas (Secretaría de Salud, 2022b).

Algunas investigaciones realizadas en población adolescente y joven escolarizada hidalguense sugieren que el riesgo de padecer algún TAIA se encuentra entre el 3.4% al 7.9% para mujeres, y entre el 2.3% y el 4.2% de los hombres (González-Alvarado et al., 2023; Saucedo-Molina et al., 2015; Saucedo-Molina & Unikel, 2010); mientras que el riesgo de padecer CAR fue de cerca del 17.3 % para riesgo moderado y un 15.5 % para alto riesgo (Saucedo-Molina et al., 2021).

2.3 Modelos Explicativos de los TAIA

De acuerdo con Flores (2024), Neyra (2021) y Sánchez et al. (2010), el desarrollo de modelos explicativos para la aparición de TAIA, se ha circunscrito dentro de cuatro grandes posturas teóricas: a) Posturas psicopatológicas (centrado en los atributos causales internos al individuo), b) Posturas sociales (involucra a las variables contextuales y culturales del individuo),

c) Hibridaciones eclécticas (involucra a diversos factores interactuantes sin que necesariamente formen una estructura), y d) Posturas de campo (contempla interacciones complejas entre múltiples factores). Se describen a continuación algunos de los principales modelos teóricos desarrollados para explicar la aparición de TAIA.

2.3.1 Modelo Multifactorial

Modelo etiológico de tipo biopsicosocial propuesto por Garner y Garfinkel (1980) que propone la existencia de tres grandes factores dentro de los TAIA: a) El primero de ellos corresponde a los factores predisponentes, que a su vez se subdividen en individuales (vinculadas a las preocupaciones en torno a la autonomía, la identidad y la separación, los trastornos de la percepción y del peso, el desarrollo de la personalidad y los procesos cognitivos), familiares (incluye factores demográficos, antecedentes familiares de trastornos, las características de los padres, sus expectativas y el vínculo con sus hijos), y los culturales (relacionados con la presión para alcanzar al delgadez y sobre las expectativas en torno al rendimiento personal en diversos contextos). b) Un segundo grupo es el de factores precipitantes, el cual incluye los cambios en el peso corporal durante la adolescencia, las separaciones y pérdidas en el ambiente familiar, las a los factores mantenedores, entre los que destacan las consecuencias de la inanición, la interacción familiar, el aislamiento social y las cogniciones “anoréxicas”.

2.3.2 Modelo del Continuo

A partir de Nylander (1971), se propone observar a las conductas alimentarias dentro de un continuo, en el cual un extremo representa las conductas alimentarias normales y el otro extremo los TAIA, permitiendo así diferenciar entre distintas conductas de riesgo. Así mismo, en el polo más extremo se encuentran las preocupaciones extremas sobre el peso que es manifestado por la mayoría de las mujeres.

2.3.3 Modelo de Camino Doble

Descrito por Stice (1994), centrándose en la BN, afirma que los mensajes difundidos en los medios de comunicación que promueven conductas no saludables se ven reforzados por familiares y amigos, así como por la preexistencia de baja autoestima, percepción de una figura corporal vinculada al sobrepeso y un autoconcepto negativo u alterado; generando así una disyuntiva entre el ideal de delgadez interiorizado y percepción de tener sobrepeso. Para población mexicana Gómez et al. (2008), realizan dos propuestas de modelos estructurales basados en este modelo, uno para hombres y uno para mujeres, en los que se retoma la carga que ejercen factores como la figura ideal, la insatisfacción corporal, el estrés y la depresión, y la dieta restrictiva sobre la conducta bulímica.

2.3.4 Modelo Tripartita

Thompson et al. (1999), proponen un modelo explicativo para las alteraciones de la alimentación y de la imagen corporal, que hace referencia a los padres, compañeros y medios de comunicación como las tres fuentes principales de influencia; en la que al menos dos de estos factores intervienen en la aparición de trastornos y la internalización de la información de los medios.

2.3.5 Modelo Transdiagnóstico

Formulado por Fairburn (2008) hace referencia a la presencia de conductas asociadas al control de peso que son comunes en todos los TAIA, por lo que estos pueden ser vistos como una sola entidad diagnóstica, en la que sus categorías pueden ser diferenciadas a partir del equilibrio entre la restricción alimentaria y la sobrealimentación. Adicionalmente, Fairburn, añade que los TAIA comparten componentes compartidos con otros trastornos mentales, que se presentan con características propias de las problemáticas de salud, las cuales son las prácticas de control de peso y las percepciones en torno a la figura y peso corporal.

2.4 Factores de Riesgo para el Desarrollo de TAlA

Como previamente se ha hecho referencia, los factores de riesgo que incrementan la probabilidad de presentar un TAlA son de índole multifactorial, a partir de la interacción de diversos factores físicos, psicológicos y socioculturales, que intervienen en el comportamiento del individuo (Guzmán-Saldaña et al., 2018; Portela et al., 2012; Suarez-Albor et al., 2022). Frente a este panorama DeSocio & Riley (2021) y Steiner et al. (2003), añaden que estos trastornos combinan ciertas vulnerabilidades biológicas que el contexto sociocultural cristaliza en síndromes tan complejos como lo son los TAlA. A continuación, se hace referencia a tres grandes grupos de factores que inciden dentro de estas patologías.

2.4.1 Factores Individuales

En primer lugar, diversos estudios han destacado diversas influencias a nivel genético como factores de riesgo para el desarrollo de TAlA. Por ejemplo, los estudios llevados a cabo con familiares de primer grado, gemelos y personas adoptadas han demostrado estimaciones de heredabilidad de los TAlA que van del 38% al 66% para diversas conductas alimentarias, lo que indica un fuerte componente genético en estas condiciones (Himmerich et al., 2019; Thornton et al., 2011). A su vez, las investigaciones moleculares han identificado genes relacionados con neurotransmisores, neurodesarrollo, regulación del apetito, equilibrio energético, obesidad, sistema inmune y hormonas sexuales, encontrando alteraciones genéticas en los cromosomas para la AN y la BN, mientras que los análisis de genoma completo confirman en la AN vínculos con el sistema inmune, la leptina, los receptores opioides y el transportador de glucosa 1 (Himmerich et al., 2019; Canals & Arija, 2022).

Por su parte, Behar & De la Barra (2021), Laporta-Herrero et al. (2021) y Shiltz (1997), mencionan que las experiencias de abuso sexual, la insatisfacción corporal, la práctica crónica de dietas y los cambios traumáticos en la vida son factores que favorecen el desarrollo de estos

trastornos. Del mismo modo, se debe destacar el rol de la edad y el sexo, siendo la adolescencia una de las etapas del desarrollo de mayor riesgo para el desarrollo de diversas problemáticas de salud, ya que para este nivel madurativo aún se carece de suficientes herramientas para el afrontamiento de los cambios físicos, hormonales, psicológicos y comportamentales (cambios en el estilo de vida) que se presentan durante el periodo comprendido entre los 10 y 19 años de edad; afectando diversas entidades psicológicas tales como la autoestima, la integración, las autovaloraciones y la identidad (Saucedo-Molina et al., 2021).

Laporta-Herrero et al. (2021) y Szmukler (1983) encontró que las dietas y la insatisfacción con el peso eran comunes dentro de los TAIA. En este sentido investigaciones como las de Cruz et al. (2018), Franco et al. (2019) y Ramírez et al. (2021), han demostrado que las mujeres con un peso e imagen corporal vinculadas a la obesidad y sobrepeso, presentan mayor insatisfacción corporal, ya que, específicamente dentro de la cultura mexicana el tener sobrepeso se ha ligado a un estereotipo carente de belleza corporal, perezoso, gracioso y poco saludable.

Por otra parte, Saucedo-Molina et al. (2021), resalta el papel que tiene la interiorización del ideal de delgadez, el cual consiste en la adopción de los cánones de belleza establecidos socialmente y que realzan una figura delgada. Al respecto Barajas-Iglesias et al. (2018), Barriguete et al. (2022), Cruz et al. (2018), y Moral-Agúndez y Carrillo-Durán (2020), han señalado que un cuerpo esbelto se vincula a la imagen de una mujer exitosa, triunfal y bella, siendo reforzado por la publicidad, la industria de la moda y los medios de comunicación, así como las diversas campañas de salud preventiva dirigidas a adolescentes en las que se emplean imágenes de personas delgadas como sinónimo de delgadez, y que han producido una mayor insatisfacción corporal.

2.4.2 Factores Psicosociales

Alfoukha et al. (2019), Caldera et al. (2019), Keel y Forney (2013), y Ruíz et al. (2021) señalaron que entre los factores de riesgo para desarrollar un TAIA se encuentran algunas características de

la personalidad, entre las que destacan emocionalidad negativa (baja autoestima, tendencia a la disforia y autoevaluación negativa), y la tendencia al perfeccionismo patológico. Así mismo, Barrero y Sánchez (2022) y Ghaderi y Scott (2001) demostraron el riesgo prospectivo de factores como las estrategias de afrontamiento evitativo o de escape, y la percepción de poco apoyo social en los círculos próximos al desarrollo del adolescente.

Adicionalmente, los estudios realizados en los últimos años en población adolescente han demostrado que otros factores como la orientación a la apariencia, altos niveles de impulsividad, estrés, ideación suicida, ansiedad y depresión, así como el comer en ausencia de hambre, la sumisión, la inseguridad personal e interpersonal y la desregulación emocional muestran una relación con el riesgo de padecer trastornos como la bulimia y la anorexia (Castro-López et al., 2021; Suárez-Albor et al., 2022).

Finalmente, Keel y Forney (2013) señalan que “las personas con niveles más altos de emocionalidad negativa y perfeccionismo pueden ser atraídos por otros que comparten estos rasgos que luego crea un entorno social en el que la inseguridad sobre el peso y la forma y la importancia de un lograr que el ideal de delgadez se magnifique” (p.437).

2.4.3 Factores Socioculturales

De acuerdo con Espósito (2015), Hernández et al. (2024), y Mancilla-Díaz et al. (2010) y Vázquez et al. (2021) los medios de comunicación juegan un papel importante en el desarrollo de TAI, ya que son estos los que difunden a la emaciación como el modelo estético corporal (estereotipo de cuerpo ideal que es construido social y mediáticamente) perpetuando así la “cultura de la delgadez”, situación que es reforzada por familiares y amigos de los y las adolescentes. Ejemplo de esta cultura, la encontramos dentro de la publicidad, sobre todo aquella vinculada a productos adelgazantes y a las revistas de moda que incrementan la interacción del ideal de delgadez (Villegas- Moreno & Londoño-Pérez, 2021; Ruiz et al., 2010; Uchôa et al., 2019).

Por otra parte, investigaciones recientes como la de Barrigüete et al. (2022) y Cruz et al. (2018) han destacado que, la carga de enfermedad atribuible a las enfermedades crónicas ha conducido a diversas acciones en salud pública, por lo que se ha promovido la vigilancia del peso y el fomento a la puesta en práctica de estrategias para su control; por lo que se ha logrado identificar evidencia sobre los efectos negativos que las campañas de prevención, sobre todo aquellas que han utilizado imágenes y fotografías de cuerpos esbeltos en grupos específicos, perpetúan la asociación entre los cuerpos delgados y la percepción de cuerpo saludable.

Otro aspecto a considerar dentro de los factores socioculturales, es lo relativo a la familia, ya que al evaluar el funcionamiento familiar (interrelaciones entre los integrantes de la familia) se ha identificado que en las familias de personas con TAIA, se identifica una menor cohesión familiar, flexibilidad, expresión emocional y comunicación intrafamiliar, así como rechazo y sobreprotección familiar en comparación de las familias de personas sin TAIA (Arias & Samada, 2020; Ruiz-Martínez et al., 2009).

Por otra parte, pese a la aparente novedad del tema, se ha logrado establecer el riesgo que redes sociales como “Instagram” en la que se comparten imágenes y fotografías, pudiese estar influyendo en la satisfacción corporal percibida por los adolescentes, y en algunos casos la adopción de dietas restrictivas y un conteo recurrente de las calorías que consumen (Fernández y Morales 2022; Flores, 2024; Zamora & Barrios, 2018). De manera retrospectiva, esta influencia puede ser rastreada hacia la década de los noventa, con el surgimiento de espacios virtuales u online que giraban en torno a las alteraciones alimentarias, evolucionando a los famosos foros “pro-ana” y “pro-mia” en los que se expone a la anorexia y la bulimia como una forma de vida y en los que se compartieron estrategias para perder peso o alcanzar ciertos logros vinculados a este objetivo; y que actualmente se expresan en nuevos foros, “influencers”, publicaciones de imágenes, textos y

comentarios que hacer referencia a la forma corporal y la pérdida de peso, sin que estas puedan ser reguladas frente a su potencial peligro (Fernández & Morales, 2022; Ruano et al., 2021).

2.5 Imagen Corporal (IC)

De acuerdo con Mendoza y Olalde (2019) y Polivy y Herman (2002), el afecto y los sentimientos negativos hacia sí mismo se ven materializados comúnmente en los TAIA específicamente en la insatisfacción corporal. Para entender de mejor manera esta idea, en primer lugar, se debe comprender el concepto de IC, la cual es definida como:

“Un constructo que contempla aspectos perceptivos, subjetivos y conductuales, es decir, que además de incluir el movimiento y límites del cuerpo, también incluye la percepción que tenemos de todo el cuerpo y de cada una de sus partes, así como la expresión subjetiva de actitudes, pensamientos, sentimientos y valorizaciones, y por consiguiente el modo de comportarnos derivado de éstos mismos” (Vázquez et al., 2011, p. 42).

Por su parte, Smolak y Thompson (2001) señalan que la IC es la evaluación subjetiva de la propia apariencia, en contraste con el atractivo físico, que es un aspecto externo o calificación objetiva de la apariencia. Adicionalmente, Thompson et al. (1999) afirman que existen cuatro componentes de la IC: a) Perceptual (percepción del cuerpo y cada una de sus partes), b) Cognitivo (valoración del cuerpo), c) Afectivo (sentimientos respecto al cuerpo) y, d) Conductual (acciones que se dan a partir de la percepción del cuerpo).

Un segundo aspecto, es que, si bien se sabe que la mayoría de las personas se encuentran inconformes con alguna parte de su cuerpo, este malestar solo se considera patológico cuando se presentan conductas nocivas para la salud que buscan modificar la imagen corporal, constructo al que se le nombra insatisfacción corporal (presencia de juicios valorativos sobre el cuerpo que no coinciden con las características reales), la cual es considerado tanto un factor predisponente como

un factor mantenedor de los TAIA (Amaya et al., 2010; Nápoles et al., 2021; Sepúlveda et al., 2001).

A partir de estas premisas, se señala que el abordaje y comprensión de la relación entre imagen corporal y TAIA es fundamental para comprender la complejidad de estos trastornos. A modo de resumen podemos señalar que la IC es la evaluación personal de la propia apariencia, de la forma del cuerpo y de las capacidades del mismo; evaluación que abarca aspectos perceptivos, afectivos y conductuales derivados de la percepción y valoración del cuerpo en su conjunto global y de cada una de sus partes.

Por otra parte, se destaca que la presencia de emociones y sentimientos negativos hacia el propio cuerpo, son comunes en la mayoría de los TAIA, resaltando que si bien, la mayoría de las personas se sienten insatisfechas con alguna parte de su cuerpo, se considera que una persona presenta insatisfacción corporal cuando la persona realiza conductas nocivas para su salud a consecuencia de los sentimientos negativos hacia la figura y el peso corporal. En este sentido, se puede observar que la evaluación subjetiva del propio cuerpo y las conductas asociadas a la insatisfacción corporal son aspectos fundamentales a considerar en la prevención y tratamiento de los TAIA, destacando la importancia de abordar tanto los aspectos emocionales como conductuales en la atención de estas condiciones.

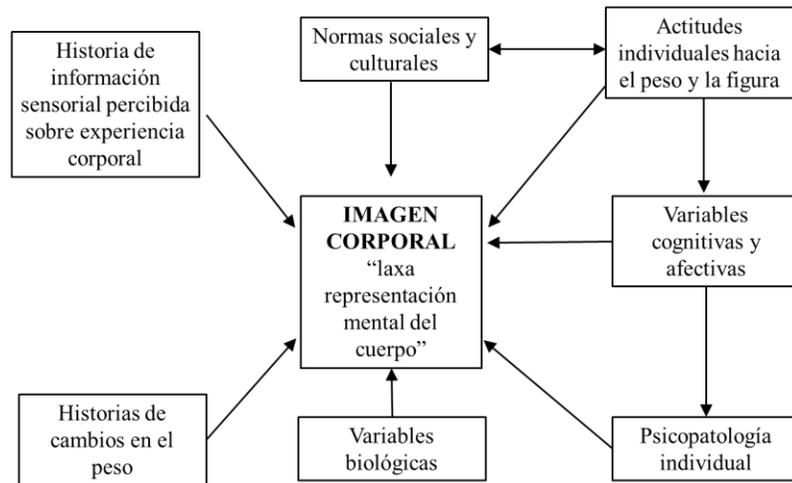
Sin embargo, al igual que el desarrollo de los TAIA, es importante identificar algunas de las propuestas teóricas desarrolladas para explicar el desarrollo de la imagen corporal, mismas que son detalladas en el siguiente apartado.

2.5.1 Modelos Teóricos de IC

A continuación, se describen algunas de las propuestas teóricas que permiten entender la IC y su desarrollo durante la adolescencia.

Figura 1

Modelo de los factores que influyen el desarrollo y la manifestación de la IC



Nota: Adaptado de *Imagen corporal en nadadoras sincronizadas antioqueñas*. (p.13), por M. S., Arango y A. I. Morales, 2018. Repositorio Institucional Universidad de Antioquia.

Modelo de Slade (1994). Uno de los primeros modelos explicativos de IC fue desarrollado por Slade (1994) que propone que la imagen corporal puede ser concebida como una representación del cuerpo que está influenciada por al menos siete conjuntos de factores (Fig. 1).

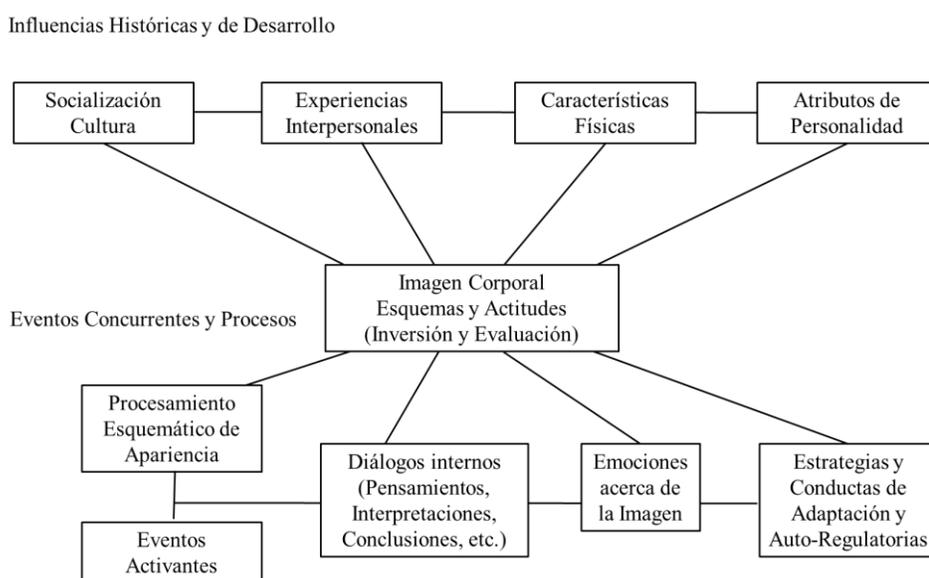
- a) Historia de información sensorial recibida sobre experiencia corporal. - A lo largo de la historia de vida del individuo recibe estímulos sensoriales (auditivos, táctiles y cinestésicos) sobre la apariencia y dimensiones de su cuerpo.
- b) Historia de cambios de peso. - Las fluctuaciones de peso son comunes como antecedentes a la presencia de bulimia y anorexia.
- c) Normas sociales y culturales. - Las diferencias culturales influyen en la prevalencia de TAIA.
- d) Actitudes individuales hacia el peso y la figura. - Los individuos desarrollan actitudes personales y conductas hacia el peso y forma corporal.

- e) Variables cognitivas y afectivas. - Las expectativas y la ingesta calórica influyen sobre los juicios de las personas sobre el tamaño de su cuerpo.
- f) Psicopatología individual. - La IC se ve influenciada por la presencia de trastornos como la AN y la BN.
- g) Factores biológicos como el metabolismo y el ciclo menstrual.

Perspectiva Cognitiva-Conductual. Cash y Pruzinsky (2002) desarrollaron un modelo heurístico sobre la concepción de la IC y su multidimensionalidad. Para ello, hace referencia a eventos históricos y próximos vinculados al aprendizaje social-cognitivo (Figura 2).

Figura 2

Un modelo cognitivo-conductual de desarrollo y experiencias de la imagen corporal.

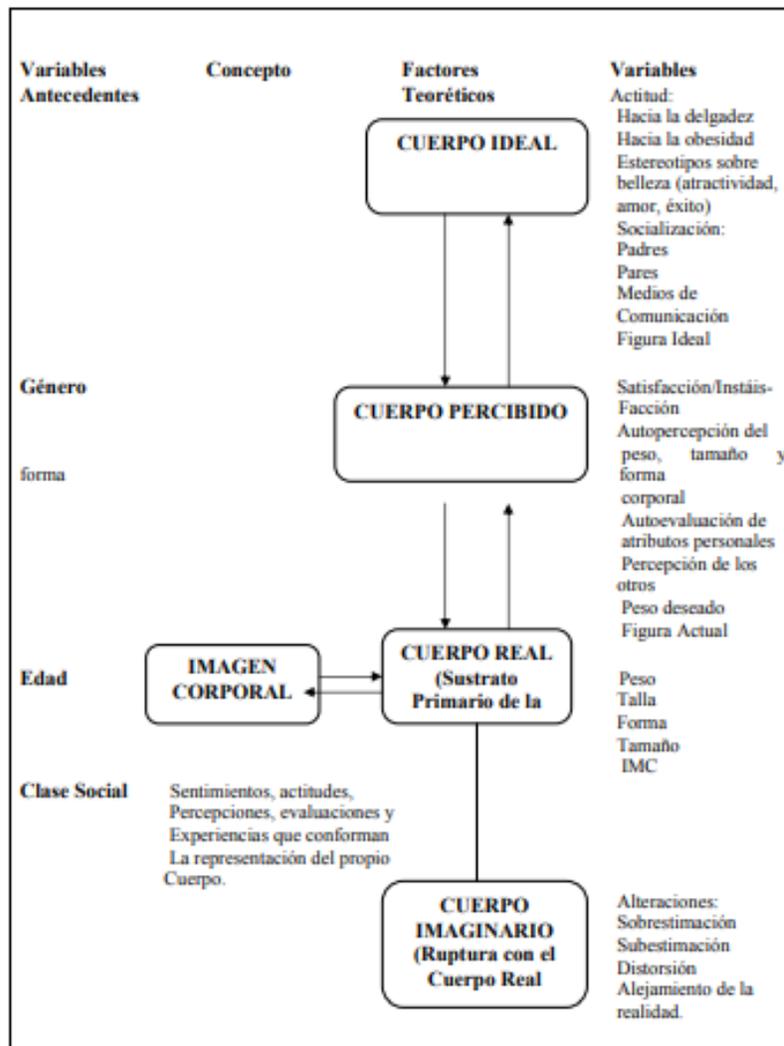


Nota: Adaptado de *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (p.39), por T.F. Cash y T. Pruzinsky, 2002. The Guildford Press.

Estructura Hipotética del Concepto de IC. Gómez (1997) desarrolla un esquema conceptual para comprender las dimensiones, variables y conceptos asociados a la IC (Figura 3).

Figura 3

Esquema de la Estructura Hipotética del Concepto de Imagen Corporal



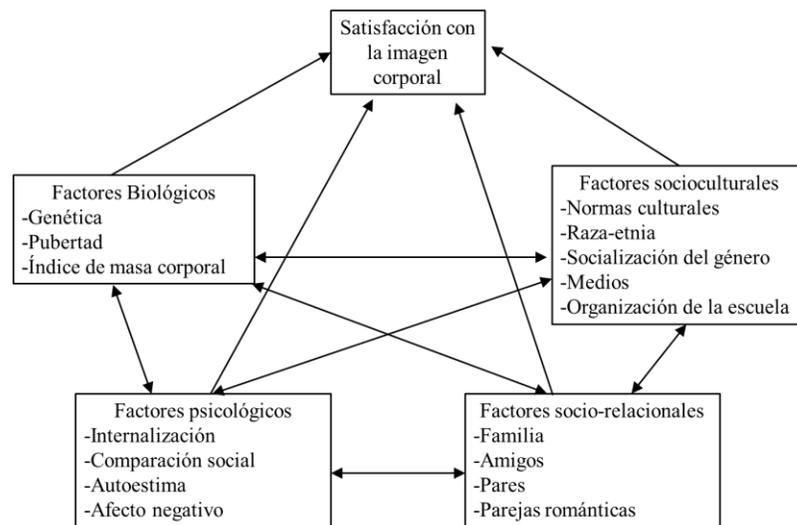
Nota: Tomado de “Imagen Corporal: ¿qué es más importante: “sentirse atractivo” o “ser atractivo?”

(p.30), por G. Gómez, 1998, *Psicología y Ciencias Sociales*, 2.

Modelo de Factores Asociados al Desarrollo de la IC en la Adolescencia. A partir de la fusión del modelo ecológico y del modelo biopsicosocial, Jones y Smolak (2011) desarrollan un modelo holístico que involucra características individuales, así como factores ambientales (Figura 4).

Figura 4

Factores que intervienen en el desarrollo de la imagen corporal en adolescentes



Nota: Tomado de *Encyclopedia of Adolescence* (p.79), por B. B. Brown y M.J. Jones, 2011. Academic Press.

2.5.2 Instrumentos de Evaluación de la IC

A continuación, se describen algunos de los instrumentos de evaluación de la IC que han sido desarrollados y/o validados para población mexicana adolescente.

Body Shape Questionnaire. Creado por Cooper et al. (1987), consiste en un cuestionario autoadministrado de 34 ítems para evaluar la presencia de insatisfacción corporal, abordando las preocupaciones sobre la forma del cuerpo en torno a la experiencia de “sentirse gorda”.

La validación para mujeres mexicanas de 13 a 30 años fue realizada por Vázquez et al. (2011), obteniendo una adecuada consistencia interna ($\alpha=0.98$); con dos dimensiones que explican

el 63.83% de la varianza: a) Malestar normativo y b) Malestar corporal patológico. Del mismo modo, se determinó que el punto de corte más apropiado es de 110, manteniendo una sensibilidad del 84.3% y especificidad de 84.4%.

The Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ). Es un inventario de autoreporte para la evaluación aspectos actitudinales, cognitivos y conductuales sobre la imagen corporal (Brown et al., 1990).

Consta de 69 ítems con 5 opciones de respuesta, los cuales se distribuyen en diez subescalas: a) Evaluación de la apariencia, b) Orientación de la apariencia, c) Evaluación del estado físico, d) Orientación del estado físico, e) Evaluación de la salud, f) Orientación de la salud, g) Orientación de la enfermedad, h) Satisfacción de aéreas corporales, i) Preocupación por el peso, y j) Autoclasificación del peso.

La validación en México fue llevada a cabo por Velázquez et al. (2014) obteniendo una consistencia interna de $\alpha=0.86$, y manteniendo una estructura de 10 subescalas, con las cuales se explicó el 64.48% de la varianza total. Sin embargo, esta estructura únicamente agrupo a 61 de los 69 ítems que originalmente componen el MBSRQ, además de remplazar a las subescalas “Preocupación por el peso corporal” y “Autoclasificación del peso” por las subescalas “Preocupación y autoclasificación del peso” y “Evaluación del Atractivo Físico”.

Test de Siluetas de Stunkard. Diseñado por Stunkard et al. (1983), presenta nueve representaciones gráficas de siluetas corporales, tanto para hombres como para mujeres, abarcando desde figuras muy delgadas hasta muy obesas. Este instrumento facilita la evaluación de la percepción de la imagen corporal de manera precisa y sencilla en la que los participantes deben seleccionar la figura que mejor refleje su silueta actual y también la silueta con la que desearían identificarse, a partir de las cuales se identifica la discrepancia.

Cuestionario sobre la Imagen Corporal. Elaborado para la valoración de la percepción corporal de los adolescentes españoles, está constituido por dos secciones una de índole gráfica (siete siluetas corporales por cada sexo) para la obtener una imagen corporal general y otra textual (ocho ítems con una escala de respuesta de diferencial semántico con siete opciones de respuesta) para obtener información específica sobre características corporales concretas (Colas & Castro, 2011). Este cuestionario ha reportado propiedades psicométricas adecuadas para población mexicana, obteniendo un Alpha de Cronbach de 0.83, con un solo factor que explica el 47.11% de la varianza (Guadarrama-Guadarrama et al., 2018).

Escala Visual de Siluetas. Construida por Gómez-Peresmitré (1998) para analizar la percepción que las adolescentes desarrollan acerca de la configuración de sus cuerpos, considerando influencias derivadas de aspectos biológicos, psicológicos, económicos y socioculturales. En esta escala, se realiza una evaluación inicial eligiendo la imagen o silueta que mejor se asemeje a la percepción actual del propio cuerpo. Luego, en una segunda fase, se selecciona la figura considerada como ideal y hacia la cual se aspira. La diferencia entre ambas figuras (imagen actual - imagen ideal) determina el nivel de satisfacción, evaluándose como tal cuando la diferencia es igual a cero, y de insatisfacción cuando hay diferencias negativas o positivas. Las diferencias negativas indican el deseo de ser más robusto, mientras que las diferencias positivas reflejan el deseo de ser más delgado (Guzmán, 2012).

2.6 Conductas Alimentarias de Riesgo (CAR)

El término CAR aborda a todas aquellas acciones y actitudes, poco saludables, que se realizan de manera intencional con el objetivo de alcanzar o mantener, mediante la pérdida de peso, una silueta corporal delgada; sin que estas respondan en frecuencia o intensidad a los criterios clínicos definidos por los manuales para el diagnóstico de un TAIA; por lo que las CAR son consideradas como la antesala de los TAIA (INSP, 2020a; Unikel et al., 2017).

Dentro del espectro de las CAR, se han identificado conductas de control de peso, tales como la ingesta excesiva de alimentos (atracon), la autoinducción del vómito, la ingesta voluntaria de diuréticos, medicamentos y laxantes sin previa prescripción por parte de algún especialista, el desarrollo de ayunos prolongados o el saltarse comidas, y, de manera socialmente más aceptada el seguimiento de dietas restrictivas (eliminación de ciertos grupos de alimentos), así como actitudes vinculadas a la sensación de pérdida de control al comer, mediciones ponderales frecuentes, el miedo a engordar y una preocupación excesiva por la comida (INSP, 2021a; Saucedo-Molina, 2021). A estas problemáticas se les suma la práctica excesiva de ejercicio físico (Unikel et al., 2017).

2.6.1 Conductas de Control de Peso

A continuación, se describen algunas de las principales conductas de control de peso que a su vez se han identificado como CAR, y como conductas pertenecientes a los síntomas en diversos TAIA.

Atracones. De acuerdo con la APA (2022) los atracones consisten en la ingestión de alimentos en una cantidad mayor a la normal en un periodo determinado, que se acompaña por la falta sensación de falta de control sobre lo que se ingiere. Cabe señalar que, Albert Stunkard (1959), fue el primero en describir a los atracones, partiendo de la identificación de un grupo de personas con obesidad que manifestaba un patrón de ingesta nocturna en el que se presentan atracones nocturnos y durante la mañana presentaban restricción de alimentos, generando así un ciclo atracón-restricción (Gempeler, 2005). Sumando a lo anterior, Gómez-Peresmitré (2013) y Roberts y Chaves (2023), refiere que los atracones además de presentarse dentro de los TAIA se presentan en algunas personas con sobrepeso y obesidad.

Al respecto, Brownstone & Bardone-Cone (2021) y Calvo et al. (2008) señalan que, se debe diferenciar entre el atracón objetivo (ingesta excesiva de alimento debido a un largo ayuno) y el subjetivo (cuando la sensación de pérdida de control lleva a la ingesta de alimentos).

Vómito Autoinducido. Es la acción premeditada, mediante contracciones estomacales, de expulsar el contenido gástrico por la boca mediante estimulación del paladar o una zona cercana a la campanilla; y que de ser practicada frecuentemente se convierte en un reflejo automático ligado a cogniciones sobre el alimento (Ortega-Luyando et al., 2018).

Dieta Restrictiva. De acuerdo con Cruz et al. (2008) y Torres et al. (2022), la alimentación restrictiva corresponde a la omisión total de un grupo de alimentos o bebidas, al considerarlas “engordantes” por su alto aporte de calorías; estas pueden ir desde la no ingesta de ciertos grupos de alimentos (p. ej. harinas) hasta la omisión de una comida completa (p.ej. el desayuno) o el ayuno prolongado en el que no se consume agua.

Por su parte Saucedo-Molina et al. (2008), señalan que la dieta restrictiva es “la tendencia repetitiva de autoprivación de alimentos considerados por el individuo como engordadores, así como la eliminación de tiempos de comida a lo largo del día con la finalidad de controlar el peso y mejorar la figura corporal” (p. 233).

Ayuno. Se entiende por ayuno la eliminación del primer alimento durante un tiempo prolongado, en donde se consume agua escasamente (Cruz et al., 2008; Torres et al., 2022). Por su parte, Barragán et al. (2014), señalan que se puede diferenciar entre cuatro tipos de ayuno: a) ayuno voluntario (motivado por razones políticas, religiosas y dietéticas), b) ayuno involuntario (se presenta ante situaciones de desastres naturales, de guerra o como consecuencia de alguna enfermedad que impide la ingesta), c) ayuno terapéutico (bajo supervisión médica en casos de obesidad, gastritis aguda o situación prequirúrgica) y, d) ayuno experimental (para su medición en investigaciones sobre el hambre).

Uso de Diuréticos y Laxantes. Una de las estrategias para el control de peso más comunes, debido a su fácil acceso, es la ingesta de laxantes (estimulan la actividad intestinal y la eliminación fecal) y diuréticos (aceleran la actividad renal y la emisión de orina); obligando así al cuerpo a reaccionar de manera antinatural acelerando los procesos de eliminación de desechos del cuerpo (Ortega-Luyando et al., 2018).

Práctica Excesiva de Ejercicio Físico. Si bien no existe un consenso sobre los parámetros que indiquen una práctica excesiva de AF, se ha sugerido que cuando esta se practica durante al menos seis días a la semana por más tiempo de una hora por día, en un periodo mínimo de un mes, a la par de presentar un componente cognitivo vinculado a la práctica de ejercicio por motivos corporales o sentimientos de culpa cuando no se realiza la AF (Colledge et al, 2020; Davis et al., 2005).

2.6.2 Consecuencias de las Conductas Alimentarias de Riesgo

Como previamente se ha señalado, las CAR son consideradas como una antesala para el desarrollo de algún TAIA, generando a su vez diversas consecuencias a nivel físico, psicológico y social, las cuales se describen a continuación (Berny et al., 2020; López & Treasure, 2011; Peebles & Sieke, 2019):

- a) Físicos: Hipoglucemia, anemia, leucopenia, trombocitopenia, alteración de los fluidos y electrolitos (potasio, cloro, magnesio, fosfato, zinc y calcio), problemas cardiovasculares (hipotensión, arritmias y taquicardia, así como cambios en el electrocardiograma), complicaciones en el neumotórax, problemas gastrointestinales (hematemesis, úlceras gástricas y disminución de la motilidad intestinal), problemas renales (aumento de la urea y creatinina, oliguria y anuria), daño neurológico (convulsiones metabólicas, encefalopatías metabólicas y disfunciones cognitivas), alteraciones músculo-esqueléticas (disminución de la masa ósea, pérdida de fuerza

muscular y miopatía proximal), patologías endocrinas (amenorrea, ovario poliquístico, hipotiroidismo, aumento de cortisol, y secreción inapropiada de hormona antidiurética), así como esofagitis, erosiones del esmalte dental, ruptura esofágica o gástrica y deshidratación crónica.

- b) Psicológicas: Aislamiento social, conflictos familiares, dificultad para fortalecer el autoconcepto, la autoestima, la autonomía y la capacidad para la intimidad
- c) Psiquiátricas: Depresión, ansiedad, trastorno obsesivo-compulsivo, conductas impulsivas como la autoagresión y el uso de sustancias.

2.7 Instrumentos y Técnicas de Evaluación de las CAR

Dentro de los instrumentos más utilizados para la detección y medición de CAR en población mexicana, se pueden mencionar los siguientes

2.7.1 Cuestionario Breve de Conductas Alimentarias de Riesgo (CBCAR)

Desarrollado por Unikel et al. (2000) para la Encuesta sobre la Prevalencia de Consumo de Drogas y Alcohol en Población Estudiantil del Distrito Federal de 1997, tiene la intención de medir las conductas características de los TAIA con base a los criterios diagnósticos del DSM-5. Consta de diez preguntas para evaluar CAR durante los últimos tres meses, tomando como forma de respuesta una escala Likert de cuatro opciones de respuesta que van desde nunca (0) a siempre (3). Esta escala tiene un alfa de Cronbach de 0.83 con una estructura factorial de tres factores (Unikel et al., 2017).

2.7.2 Test de Actitudes hacia la Alimentación (EAT-26)

Construido por Garner y Garfinkel (1979), en población canadiense y validado para población mexicana por Álvarez (2004), consta de 26 afirmaciones que detectan trastornos alimentarios distribuidos en cinco factores que evalúan conductas vinculadas a la presencia de AN

(dieta, bulimia, motivación para adelgazar, preocupación por la comida y presión social percibida) con un coeficiente de confiabilidad de 0.72.

2.7.3 Eating Disorder Inventory (EDI-2)

Elaborado por Garner et al. (1983) como un autoinforme para evaluar las distintas áreas cognitivas y conductuales específicas de los TAIA, mediante el uso de 91 reactivos con escala de respuesta tipo Likert (seis opciones de respuesta que van de “Siempre” a “Nunca”) agrupados en 11 subescalas: a) motivación para adelgazar, b) sintomatología bulímica, c) insatisfacción con la propia imagen corporal, d) ineficacia y baja autoestima, e) perfeccionismo, f) desconfianza interpersonal, g) conciencia o identificación interoceptiva, h) miedo a madurar, i) ascetismo, j) regulación de los impulsos y, k) inseguridad social (Saucedo-Molina & Guzmán-Saldaña, 2010). La validación en México fue realizada por García-García et al. (2003), obteniendo altos valores de confiabilidad y validez (alfa de Cronbach de 0.98) proponiendo un punto de corte de 80 en general. Sin embargo, estos resultados no pueden ser generalizados debido a que se llevaron a cabo con una población muy pequeña (22 mujeres con TAIA y 25 sin TAIA) y a que algunas de las preguntas pueden resultar confusas para poblaciones culturalmente diversas (García-García et al., 2003; Saucedo-Molina & Guzmán-Saldaña, 2010).

2.7.4 Escala de Factores de Riesgo Asociados con Trastornos de la Alimentación (EFRATA)

Desarrollada por Gómez (1998), consta de 61 ítems distribuidos en once factores para hombres (conducta alimentaria compulsiva, preocupación por el peso y la comida, dieta crónica y restringida, conducta alimentaria normal, atribución de control alimentario interno, atribución de control alimentario externo, conducta alimentaria por compensación psicológica, conducta alimentaria de sentimiento de culpa, conducta alimentaria de atracón, conducta alimentaria de sobreingesta, tendencia al perfeccionismo) y siete para mujeres (conducta alimentaria compulsiva, preocupación por el peso y la comida, dieta crónica y restringida, conducta alimentaria normal,

atribución de control alimentario interno, atribución de control alimentario externo y conducta alimentaria por compensación psicológica) que exploran conductas alimentarias normales y anormales, usando una escala de cinco opciones de respuesta que van de nunca (1) a siempre (5), con una consistencia interna de 0.87 para hombres y de 0.89 para mujeres (Platas & Gómez-Peresmitré, 2013).

2.7.4 Test de Bulimia (BULIT).

Es un cuestionario de autoreporte diseñado como instrumento de tamizaje para Bulimia Nerviosa, compuesto por 36 ítems con una escala tipo Likert con cinco opciones de respuesta (Ortega-Luyando, 2018). Construido por Smith y Thelen (1984) y validado por Álvarez et al. (2000) con una sensibilidad del 80% y especificidad de 97%, así como una consistencia interna de 0.88; los ítems 1, 3 y 8 se pueden emplear para evaluar el atracón; los ítems 7 y 34 para el uso de laxantes y diuréticos; y los ítems 15 y 30 para el vómito autoinducido (Ortega-Luyando, 2018).

2.7.5 Cuestionario de Patrones de Alimentación y Peso (QEWP-R).

Creado por Spitzer et al. (1992) bajo el nombre de *Questionnaire of Eating and Weight Patterns-Revisted*, permite identificar a los individuos con episodios de atracón recurrente, con un sentimiento de pérdida de control y de culpa, permitiendo a su vez diferenciar la presencia de BN ante la ausencia de conductas compensatorias inapropiadas (Saucedo-Molina & Guzmán-Saldaña, 2010). Este cuestionario consta de 13 reactivos con escala de respuesta dicotómica que indagan acerca de la cantidad de comida consumida en el atracón, la duración de este comportamiento y los sentimientos de culpa asociados a la dieta, la comida y el ejercicio (Franco et al., 2011; Saucedo-Molina & Guzmán-Saldaña, 2010). Este instrumento fue traducido y validado para población mexicana por López et al. (2011), en una muestra de 448 mujeres, de las cuales logro clasificar al 83.3% de las mujeres con TAIA correctamente y al 72.5% de aquellas sin TAIA; además de obtener una correlación positiva ($Kappa=0.60$) con los resultados de la Entrevista para el Diagnóstico de

Trastornos Alimentarios (IDED), y con los puntajes del BULIT, respaldando su validez de criterio (Franco et al., 2011).

2.7.6 Test Infantil de Actitudes Alimentarias (ChEAT)

Desarrollado por Maloney et al. (1988) a partir del EAT-26 de Garner et al. (1982). Consta de 26 reactivos que evalúa la sintomatología y preocupaciones características de la anorexia; agrupados en cinco factores (Motivación para adelgazar, Evitación de alimentos engordantes, Preocupación por la comida, Conductas compensatoria y, Presión social percibida), emplea una escala de respuesta tipo Likert de seis opciones de respuesta (nunca a siempre). La respuesta más sintomática se puntúa con 3, la subsecuente con 2, la siguiente con 1 y el resto de las respuestas con 0, por lo que el rango de calificación es de 0 a 78 puntos.

Este instrumento fue validado en población mexicana por Escoto (2008a; b) con una muestra de hombres y mujeres de 9 a 15 años, obteniendo una consistencia interna adecuada ($\alpha=.82$).

A modo de resumen de este apartado, se puede señalar que no existe un único factor determinante a la aparición de TAIA y CAR, ya que, tal como lo evidencian las diversas propuestas expuestas a lo largo de este capítulo, tienen un origen multifactorial que puede ser explicado a través de diversas variables biopsicosociales. Sobresale que, debido a los niveles de prevalencia de los diversos TAIA a nivel internacional, nacional y local; uno de los factores que ha recibido especial atención se encuentra vinculado a la interiorización del ideal de delgadez y su impacto en la IC de los adolescentes.

Por otra parte, la IC no solo evidencia un gran impacto sobre el desarrollo de TAIA y CAR, sino que interviene en otras áreas del estilo de vida de las personas; por lo que se ha estudiado como los TAIA y la AF se encuentran vinculados entre sí; relación que será explorada con mayor detalle en el siguiente apartado. Finalmente, se observa que los TAIA presentan múltiples

complicaciones sobre el bienestar físico, psicológico y social de las personas, por lo que es importante realizar un diagnóstico oportuno de la presencia de CAR y se adecuada intervención.

Capítulo 3. Actividad Física (AF) y Trastornos Alimentarios y de la Ingesta de Alimentos (TAIA)

En este capítulo se define la AF y las estadísticas reportadas a nivel mundial, nacional y local. Posteriormente, se hace referencia a algunos de los factores que intervienen en los niveles de AF presentes en población adolescente. Por otra parte, se hace una revisión sobre el vínculo entre AF y TAIA, retomando algunas investigaciones que han estudiado estas variables en adolescentes. Finalmente se describen algunos de los principales instrumentos para la evaluación de AF en población mexicana.

3.1 Conceptualización de la AF

Bouchard et al. (2006) y Moran y Toner (2017) mencionan que la AF puede ser entendida como cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que resulta en un aumento sustancial en el gasto de energía. En este sentido, se comprende un amplio número de actividades que son llevadas a cabo durante el día a día de las personas, permitiendo así clasificar a estas actividades en: 1) Ocupacionales, b) De transporte, c) Actividad deportiva, d) Actividades domésticas y, e) Actividades de tiempo libre (Caspersen et al.,1985; Gilic et al., 2020). La Universidad de las Naciones Unidas et al. (2004) brinda una clasificación de la AF en términos de: a) Actividades obligatorias (p. ej. ir a la escuela, tomar el transporte, tareas domésticas, etc.), y b) Discrecionales (dirigidas a la socialización, recreación y mejoramiento de las condiciones de salud).

Por otra parte, Romero (2003) y la OMS (2021b) señalan que la AF puede ser categorizada como: a) Ligera (ideal para personas que comienzan a realizar AF, ya que son recomendadas para el acondicionamiento básico o la rehabilitación cardíaca), b) Moderada (recomendadas para el mantenimiento físico en personas con un mínimo de condición física) y, c) Vigorosas (mayor intensidad para personas que cuentan con buena condición física).

Es importante destacar que es común emplear de manera indistinta los términos AF y Ejercicio físico (EF); al respecto, Hardman y Stensel (2009), resaltan que se debe de comprender que el EF es “una subcategoría de la actividad física en el tiempo libre en la que se realizan movimientos corporales planificados, estructurados y repetitivos para mejorar o mantener uno o más componentes de la condición física” (p.13).

Adicionalmente, es importante destacar que contrariamente a la AF, se encuentra el sedentarismo, el cual es concebido como una AF que se encuentra por debajo de las recomendaciones internacionales por parte de organismos en salud (Castro-Sánchez et al., 2017). Entre dichas organizaciones, se encuentra la OMS (2021b), quien señala que, si bien, cualquier cantidad de AF es mejor que ninguna, es recomendable que tanto niños como adolescentes realicen en promedio 60 minutos de AF moderada, principalmente de índole aeróbica, lo que implica un aumento en la sensación de calor, una ligera sudoración y el aumento en la frecuencia cardiaca y respiratoria. Dentro de estas actividades se incluyen las actividades atractivas, tales como los paseos rápidos, recorridos en bicicleta, natación, el baile, entre otros (Ministerio de Salud & Secretaría Nacional del Deporte, 2017).

Finalmente, cabe mencionar que Pette et al. (2012) y Portolés y González (2016), proponen clasificar a las conductas sedentarias en conductas discrecionales y no discrecionales, las primeras hacen referencia a conductas tales como estar sentado durante las clases o mientras se está a bordo de algún transporte, mientras que las conductas discrecionales hacen referencia a acciones como el sentarse a leer, utilizar una computadora, jugar videojuegos o ver la televisión.

Con este contexto, es necesario comprender el panorama de AF en adolescentes en diversos contextos, cifras que son descritas en el siguiente apartado de este capítulo.

3.2 Panorama de AF

De forma generalizada, tanto en países desarrollados como en aquellos en vías de desarrollo, la inactividad física se ha incrementado debido al uso de medios de transporte y el aumento de comportamientos sedentarios durante las actividades laborales, escolares y domésticas (Arreguín & Chávez, 2020).

3.2.1 Datos Internacionales

A nivel mundial, se estima que el 77.6% de hombres y el 84.7% de las mujeres en edades comprendidas entre los 11 a 17 años muestran niveles inadecuados de AF (Gilic et al., 2020). En otras palabras, menos de uno de cada diez adolescentes, cumplen con una pauta de 60 minutos de AF (Alliott et al., 2021; Khan et al., 2020). Por otra parte, la OMS (2022) indica que más del 80% de los adolescentes del mundo tienen un nivel insuficiente de AF; señalando que el 85% de las mujeres y el 78% de los hombres adolescentes no cumplían las recomendaciones en AF de dicho organismo.

3.2.2 Datos Nacionales

En el caso de México, con base a la ENSANUT 2018-19 se estima que cerca del 58.6% de los adolescentes jóvenes (edad entre 10 a 14 años), no realizan ninguna AF organizada, mientras que en la ENSANUT de 2021 se detectó que solo uno de cada tres personas mayores de 10 años practicaba AF de manera habitual (INSP, 2020; 2022).

Por otra parte, Arreguín y Chávez (2020) señalan que solo el 13.6% de las mujeres y el 23.1% de los hombres practican algún tipo de deporte en su tiempo libre. De forma similar, Colunga-Rodríguez et al. (2020) estiman que un 39.5% de la población mexicana de entre 15 a 19 años son inactivos, siendo mayores los niveles de inactividad en mujeres (48.8%) que en hombres (30.1%). Esta situación puede estar vinculada a la percepción de pocos espacios seguros para la práctica de AF y el alto costo de los centros especializados para estos fines, una alta demanda

escolar expresada en un gran número de tareas y compromisos escolares que tienen los adolescentes escolarizados, así como la pereza de prácticas de algún deporte (Arreguín & Chávez, 2020; Colunga-Rodríguez et al.,2020).

3.2.3 Datos Locales

Respecto a los resultados de la ENSANUT 2018, la población infanto-adolescente escolar de 10 a 14 años reportó en su mayoría (45.1%) no haber realizado AF de tipo competitivo durante el último año, y sólo el 14.1% de la población cumple con los parámetros de AF recomendados por la OMS; en el caso de los adolescentes de 15 a 19 años, el 56% cumple con las recomendaciones de AF (INSP, 2020b).

Por otra parte, un estudio realizado por Arellano-Pérez et al. (2019) en adolescentes varones hidalgüenses de preparatoria señala que el 57.7% de la población muestra niveles bajos de AF, mientras que el 42.3% presenta niveles moderados; con un promedio de 390.53 minutos/semana, ligeramente menor de la recomendación de 420 minutos/semana.

3.3 Factores que intervienen en los niveles de AF

En lo que se refiere a la AF, la adolescencia es un periodo crucial para el desarrollo de conductas y estilos de vida saludables, se ha demostrado que dichos patrones se mantienen durante las etapas del desarrollo subsecuentes (Durán-Vinagre et al., 2021). A pesar de ello, se ha observado que la práctica deportiva y los estilos de vida activos se han visto influenciados por diversos factores psicológicos y sociales (Durán-Vinagre et al., 2022). A continuación, se describen algunos de ellos.

3.3.1 Factores Individuales.

En primer lugar, como factores individuales se consideran algunos de índole biológica, dentro de los que destacan predisposiciones genéticas en las capacidades cardiovasculares, el desarrollo orgánico, y las diferencias dadas por este entre sexos (Hall-López et al., 2020; Rodríguez

et al., 2021; Sallis,1992). En este sentido, Ayala et al. (2019), señalan que a medida que aumenta la edad, la práctica deportiva disminuye, hipotetizando que esto se debe a la insatisfacción de las clases de educación física, y la percepción de estas como aburridas especialmente cuando estas duran más de 40 minutos; del mismo modo, se considera que con el aumento de conductas alternativas durante el tiempo libre (uso de computadoras, celulares, etc.), se asocia con un aumento en las conductas sedentarias; mientras que Lizandra y Peiró-Velert (2020), proponen una explicación a partir de un “rito de paso”, del rol “activo” aceptado en la educación primaria al rol “inactivo” en la educación secundaria, en el que el juego es considerado una conducta inapropiada para esta etapa; asimilando nuevas conductas, muchas veces vinculadas a patrones sedentarios y al uso de sustancias adictivas.

3.3.2 Factores Psicosociales

Entre los factores psicológicos que han demostrado una correlación fuerte con los niveles de AF, se encuentra la autoeficacia o confianza en las propias capacidades y los motivos o intenciones sobre la AF (García et al., 2020; Sallis,1992). En este sentido, cabe señalar que la intensidad (cantidad de empeño y esfuerzo) y dirección (metas a alcanzar) de las personas al momento de participar en actividades físico-deportivas se ven mediadas por conductas motivadoras que les permiten lograr metas y objetivos (Durán-Vinagre et al., 2021; Escartí & Brustad, 2002). Adicionalmente, se ha logrado identificar que la motivación intrínseca de los individuos favorece el desarrollo de conductas activas, siendo crucial el reconocimiento de las necesidades de competencia y autonomía en los adolescentes, ya que éstas incrementan la percepción del bienestar personal; así como la sensación de satisfacción, placer y diversión generadas por la práctica de algún deporte en específico incrementan la probabilidad de practicar ejercicio físico de manera rutinaria. Al respecto, Tolano en 2020, señala tres de los principales motivos que llevan a los estudiantes de secundaria a la práctica de AF, tales como: el gusto y diversión, considerar que es

mejor para la salud y se sienten bien y, finalmente, porque les permite encontrarse o convivir con amigos.

Adicionalmente, Carratalá et al. (1998) y Niu et al. (2023) afirman que el grupo de pares cobra gran importancia, ya que es con este grupo con el que se vivirán las relaciones extrafamiliares más significativas. Frente a este panorama Lizandra y Peiró-Velert (2020), destacan el rol que toma el grupo de pares de los adolescentes como agentes socializadores de la AF, ya que estos pueden mediar su implicación en actividades físico-deportivas, siendo los compañeros quienes comienzan a fungir en un primer momento como un refuerzo o modelo a seguir en torno a la práctica de deportes, y en segundo lugar como una especie de juez de la capacidad y competencia motriz del adolescente, y a su vez permitiendo su integración al grupo o por el contrario ignorarlo y/o agredir verbalmente por la incompetencia percibida.

3.3.3 Factores Socioculturales

Dentro del grupo de los factores socioculturales, se encuentran las características familiares, las características sociodemográficas, los roles y los estereotipos de género (Lindquist et al., 1999; Saoudi et al., 2024). Una demostración empírica de estos factores se encuentra en el estudio de Alemany et al. (2019) quienes reportan que en el ámbito de la AF y el deporte se manifiestan diferencias marcadas por el género, de tal modo que las jóvenes perciben un trato distinto al de los hombres al momento de practicar AF, trato que es pautado por múltiples factores sociales y culturales que merman su participación en los deportes, por lo que aquellas mujeres que muestran una menor interacción de los estereotipos de género tienden a mostrar mayores niveles de AF. Del mismo modo, las investigaciones de Khan et al. (2020) y Rosello- Novella et al. (2023), demuestran que, en el caso de las mujeres, las familias tienden a no invertir tanto tiempo en las actividades extraescolares deportivas de las adolescentes en comparación de la inversión que se vierte hacia los jóvenes.

Adicionalmente, de acuerdo con el metaanálisis de Khan et al. (2020), se ha reportado que, factores como la educación parental, el apoyo social parental, la estructura parental, y el estímulo verbal y no verbal de los padres pueden favorecer positivamente sobre la intensidad de la AF en adolescentes.

Por otra parte, la revisión sistemática de Alliot et al. (2021) señala que, en la medida en que se incrementa la escolaridad de los padres y madres, y el nivel socioeconómico es mayor, aumenta la probabilidad de que los jóvenes reporten practicar AF, al disponer de mayores recursos para practicarla, en comparación de aquellas personas que no tengan una cercanía, tanto económica como espacial, de áreas deportivas.

Finalmente, durante los últimos años, se ha incrementado el interés sobre el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como predictores de AF durante la adolescencia, por lo que algunos estudios como el de Gil et al. (2022), señalan que los adolescentes que hacen uso de sus redes sociales para seguir a “influencers deportivos” presentan una mayor adherencia a la AF y una mayor motivación para su práctica.

3.4 Modelos Teóricos de AF

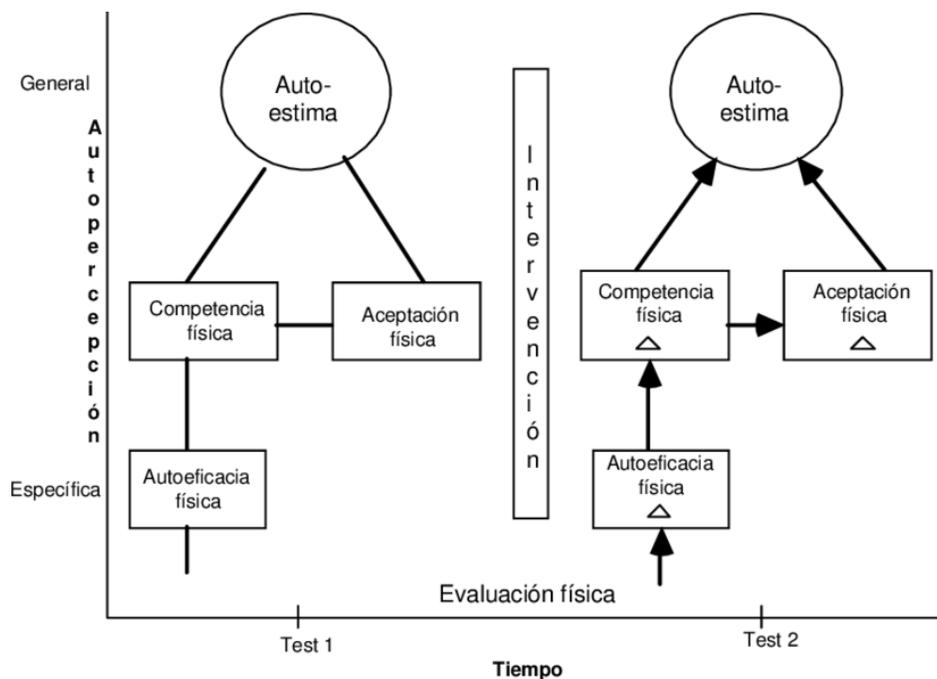
De acuerdo con Chillón (2005) y Moral (2017) los modelos y teorías centradas en el abordaje y promoción de la AF en adolescentes pueden ser agrupados en tres principales grupos a partir de los factores de interés para el modelo: a) Teorías y modelos intraindividuales, las cuales centran su interés en el rol que factores biológicos, fisiológicos y psicológicos favorecen la práctica de AF de manera regular; b) Modelos y teorías interindividuales, las cuales atienden a factores del medio social y cultural en el que el adolescente se desarrolla; y c) Modelos ecológicos, los cuales suman las dimensiones anteriores para dar una explicación holística de la conducta de los adolescentes. A continuación, se describen algunas de las propuestas teóricas que permiten entender la AF y su desarrollo durante la adolescencia.

3.4.1 Modelo de Participación en AF

Desarrollado por Sonstroem (1978), señala que la autoestima funge como un reforzador hacia la atracción hacia la práctica de AF, relación que a su vez se ve mediada por el aumento en la habilidad y la aptitud física percibida. A partir de este modelo (Figura 5), el autor propone que, para la promoción de la AF, las intervenciones deben de centrar sus esfuerzos en el incremento de la autoestima positiva.

Figura 5

Modelo estructural de la relación entre el ejercicio físico y la autoestima



Nota: Tomado de “Exercise and self-esteem. Rationale and model” (p.333), por R. J., Sonstroem y W.P., Morgan, 1989, *Medicine and Sciences in Sports and Exercise*, 21.

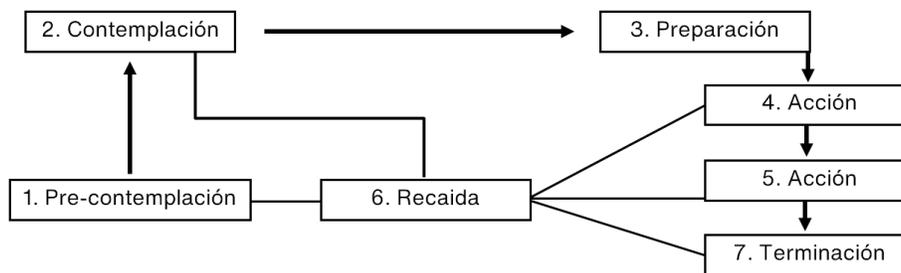
3.4.2 Modelo Transteórico del Cambio

Este modelo, desarrollado por Prochaska y Diclemente (1982), explica las fases que una persona necesita para superar el proceso de cambio o de adopción de una conducta como lo es la AF, resaltando que este cambio es un proceso circular y no lineal, y que en el influyen variables como

la motivación para el cambio, el balance decisional y la autoeficacia percibida; así como procesos de percepción del problema y sus posibles soluciones, autoevaluación de sus conductas, control de los estímulos y contra-condicionamiento. Este modelo contempla siete etapas de cambio: a) Pre-contemplación (no hay conciencia del problema), b) Contemplación (disyuntiva entre cambiar o quedarse igual), c) Preparación (la persona muestra indicios de cambio), d) Acción (la persona asume los cambios que favorecen su conducta), e) Mantenimiento (se trabaja en la prevención de la recaída), f) Terminación (el cambio queda instaurado), y g) Recaída (puede ocurrir en cualquiera de las otras etapas) (Prochaska & DiClemente, 1982).

Figura 6

Modelo transteórico del cambio



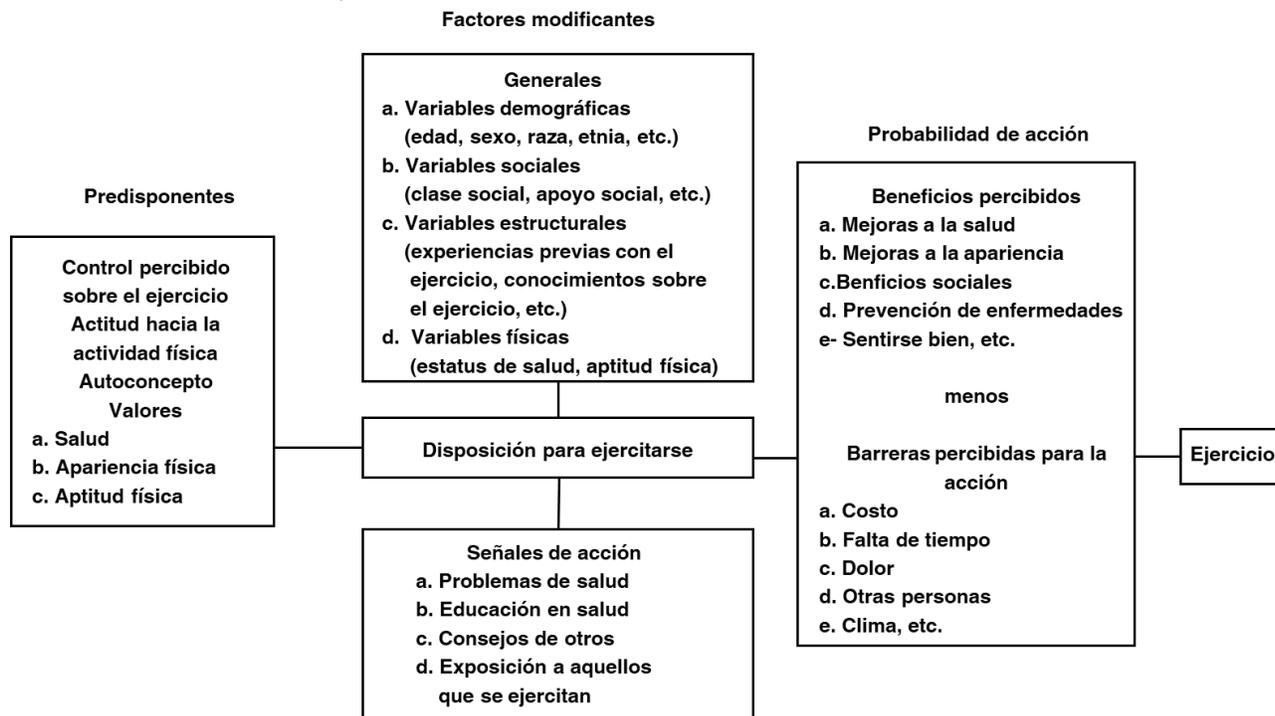
Nota: Tomado de “Transactional therapy: toward a more integrative model of change” (p.333), por J., Prochanska y J. Diclemente, 1982, *Psichoterapy: theory, research and practice*, 19.

3.4.3 Modelo de Conducta de Ejercicio

Nolan y Feldman (1984) desarrollan el modelo representado en la Figura 7, para explicar los motivos para la iniciación en la AFD, considerando tanto a los factores predisponentes de facilitan y dificultan la puesta en marcha de la acción de ejercitarse; como a los factores que la modifican, tales como el estado de salud o la historia de vida de las personas.

Figura 7

Modelo de Conducta de Ejercicio



Nota: Tomado de “Factors related to the leisure exercise behaviour of returning women college students” (p.35), por M.P., Noland y R.H.L., Feldman, 1984, *Health Education*, 15 (2).

3.4.4 Teoría del Apoyo Social

Cassel (1976) señala que las decisiones, los comportamientos y actitudes de las personas se van configurando a partir de la influencia que ejercen las personas relevantes de su entorno, principalmente por parte de sus padres, hermanos, amigos y profesores. En el caso de la AF, el apoyo social puede ser de tipo instrumental (p. ej. regalar una bicicleta), de tipo informativo (brindar conocimientos sobre la práctica de ejercicio), emocional (p. ej. mostrar interés sobre los progresos obtenidos en torno a la AF), o de evaluación (p.ej. brindar retroalimentación y refuerzo en el aprendizaje) (Moral, 2017).

Por otra parte, la AF es considerada como uno de los factores protectores de mayor impacto para la salud de los adolescentes, beneficios que se detallan en el siguiente apartado de este capítulo.

3.5 AF como Factor Protector en la Salud

La aparición de enfermedades crónicas en la edad adulta se ha asociado con la presencia de factores de riesgo que son modificables en las etapas tempranas de la vida, siendo la adolescencia crucial para el desarrollo de estilos de vida saludables, dentro de los cuales se deben de construir patrones de AF adecuados, ya que estos han demostrado tener diversos beneficios para el bienestar de las personas (Manzano-Sánchez et al., 2022).

En cuanto a los beneficios orgánicos que la AF particularmente tiene para los adolescentes, resalta su papel en el sano desarrollo del aparato locomotor, del cardiovascular y en el control del sistema neuromuscular (Rodríguez-Torres et al., 2020). Del mismo modo, la práctica de AF de forma regular es considerada como un factor preventivo de numerosas enfermedades cardiovasculares (p.ej. hipertensión e hipercolesterolemia), metabólicas (p. ej. diabetes), musculoesqueléticas (p.ej. osteoporosis y dolor de espalda), y genéticas (p.ej. cáncer), entre otras patologías (Escámez et al., 2018).

La AF también favorece el desarrollo de procesos cognoscitivos de los adolescentes escolarizados (Valdés & Yancy, 2016); tales como, la atención, la memoria, el procesamiento del lenguaje, la velocidad de procesamiento y el funcionamiento ejecutivo (Escámez et al., 2018).

Otra área de incidencia importante de la AF se encuentra en el ámbito psicológico del adolescente, permitiendo la reducción de los niveles de neuroticismo, ansiedad, estrés y depresión; mejorando a su vez el estado de ánimo, fortaleciendo la autoestima y aumentando la autoconfianza, la autonomía, la toma de decisiones, y la capacidad de resolución de problemas (Escámez et al., 2018; Rodríguez-Torres et al., 2020).

3.6 AF como Conducta de Riesgo

Si bien, previamente se han señalado los beneficios a la salud que la práctica de AF brinda a los adolescentes, desde la última década del siglo XX se ha observado en la sociedad occidental una especial preocupación por la IC y la estética personal, dando origen a diversas tendencias comportamentales de riesgo como lo es la práctica de AF deportiva meramente con fines estéticos o de forma adictiva (Baile & González., 2010; Latorre et al., 2016). Así, López-Barajas et al. (2012) destacan que la “preocupación obsesiva por la figura y búsqueda incesante de la belleza física acompaña a una distorsión del esquema corporal, llevándolos a una continua práctica deportiva sin límites, sin considerar los riesgos que conlleva para su salud” (p.93).

En este sentido, “la adicción al ejercicio físico puede concebirse como la intensa necesidad percibida de realizar ejercicio físico, de modo excesivo e incontrolable, generando alteraciones conductuales, emocionales y físicas” (Peris-Delcampo et al., 2024, p. 3).

Por otra parte, Kjelsås et al. (2003), retomando el *Cuestionario de Dependencia al Ejercicio* de Ogden (1997), señalan que la dependencia al ejercicio físico se manifiesta con características biomédicas similares a las adicciones, con síntomas de abstinencia y de comportamiento estereotipado, en los que son afectadas las esferas socio-familiares del individuo, y que a su vez presenta conductas como la práctica de ejercicio sin tomarse días de descanso a pesar de la existencia de lesiones o de enfermedades potenciales.

En cambio, Pope et al. (1993) describieron un trastorno vinculado a la IC que afecta a cierto grupo de culturistas con historial de consumo de hormonas esteroideas que llegaban a mostrar comportamientos de índole psicótica, y que evidenciaba una pretensión por el deseo de ganar masa magra frente a la percepción de una IC en la que se observan a sí mismos como sujetos pequeños y débiles, pese a que en la realidad eran personas con proporciones corporales musculosas y grandes (López-Cuautle et al., 2016; Sala & Peris-Delcampo, 2022).

Esta sintomatología en un principio fue nombrada como anorexia inversa, debido a que son patologías que afectan significativamente la vida de quien los padece y que comparten síntomas como pensamientos obsesivos sobre su cuerpo, la práctica obsesiva de ejercicio y la presencia de dietas sumamente estrictas, con la diferencia de que ahí se empleaban suplementos con sustancias proteicas, quema grasas y hormonas anabolizantes; posteriormente a este padecimiento se le dio el nombre de Complejo de Adonis (en referencia a la mitología griega y la al hombre extremadamente atractivo como símbolo de belleza masculina) e incluso como vigorexia (López-Barajas et al., 2012; Muñoz & Martínez, 2007; Quintero et al., 2020).

Sin embargo, debido a que la vigorexia puede ser considerada tanto una adicción al ejercicio físico, como un trastorno obsesivo-compulsivo sobre la necesidad de ejercitarse, también como un TAIA, o como un trastorno cognitivo perteneciente a la dismorfia corporal (preocupación excesiva por uno o más imperfecciones en el aspecto físico que no son observables por otras personas); las versiones más recientes en el estudio de este trastorno han determinado que el termino más adecuado explicar la presencia de EF excesivo es el dismorfia corporal (Lopez-Cuautle et al., 2016; Rodríguez, 2007). Adicionalmente, Antolín et al. (2009), Colledge et al (2020) y López-Barajas et al. (2012), resaltan que lo que anteriormente se determinaba como vigorexia puede estar vinculado a otras adicciones como el juego, poder, dinero y trabajo, ya que la práctica de EF libera opiáceos endógenos como la endorfina que permiten combatir el estrés y mejoran el estado de ánimo y la inmunidad, así como la presencia de reforzadores externos como lo es la posibilidad de relacionarse socialmente y los comentarios en torno a la apariencia.

3.7 AF y su Relación con los TAIA

En el contexto de los TAIA, surgen diversas preguntas sobre su papel en la patogenia y mantenimiento de estos trastornos (Garrudo, 2017; Hechler et al., 2005). Por ejemplo, Jáuregui et al. (2008) señala que en cerca de un 80% de pacientes con TAIA se ha descrito una hiperactividad

física en las fases más graves y que cerca del 60% reportaban la práctica de EF excesivo previo a la práctica de dietas restrictivas.

Así mismo, Castellar y Martínez (2023), Hernández-Alcántara y León (2012) e Iraburu y Mora (2018), señalan que la AF se considera como factor de riesgo a los TAIA cuando se asocia la AF con la modificación de la silueta corporal; así como la combinación de patrones de EF con CAR como estrategia de afrontamiento a la preocupación por la talla corporal y el deseo por reducir el peso corporal

Por otra parte, la práctica de AF como parte de los tratamientos de AN, BN y TpA es raramente incluida, ya que se ha mostrado que cerca del 20% al 80% de los pacientes con TAIA presentan EF excesivo y deportivo; además, el EF compulsivo es considerado como uno de los síntomas compensatorios de la BN; específicamente el EF compulsivo no solo se refiere a la cantidad de EF, además incluye otros síntomas como el mantenimiento de regímenes rígidos de ejercicio, ejercitándose a pesar lesiones físicas, priorizar el ejercicio antes que otras actividades importantes, sentimientos de ansiedad si no se puede hacer ejercicio o imponer rígidamente regímenes de ejercicio antes de las comidas, o después de comer compulsivamente (Martínez & Munguía-Izquierdo, 2017; Mathisen et al., 2018). A continuación, se describen algunos estudios que han estudiado la relación entre AF y TAIA en adolescentes.

En Noruega, Heradstveit et al. (2019) llevaron a cabo una investigación que buscaba comprender cómo los síntomas de los TAIA se asociaban con la AF, para lo cual retomaron los datos de 10,172 adolescentes de 16 a 19 años, que participaron en la Encuesta youth@hordaland-survey de 2012, a quienes se les aplicó el *Cuestionario de Detección de Trastornos Alimentarios (EDS-5)* y un *Cuestionario que investigaba los niveles de AF* y otras variables sociodemográficas. Los resultados evidenciaron una asociación entre los síntomas de TAIA y los días de la semana con AF. Del mismo modo, se encontró que los síntomas de TAIA eran mayores en la población de

mujeres que de hombres, y que ellas presentaban menor AF (2.88 días/semana) que los hombres (3.46 días/semana).

Por otra parte, en España, Pamies-Aubalat y Quiles (2019), desarrollaron un estudio con el objetivo de analizar la relación entre el riesgo de desarrollar un TAIA y la práctica de AF. La población de este estudio estuvo constituida por 2142 mujeres estudiantes de secundaria, quienes respondieron un *Cuestionario de variables sociodemográficas y antropométricas*, el *EAT-40*, la *Subescala de Insatisfacción corporal del Eating Disorder Inventory 2 (EDI-2)*, y el *Inventario de Conductas de Salud en Escolares*. En sus resultados encontraron que el 15% de las mujeres presentó riesgo de desarrollar un TAIA. Del mismo modo un 35.1% manifestó realizar algún tipo de AF, de las cuales el 11.8% lo realizaba sola, el 61.2% con acompañada de otras personas y el 27% a veces sola y otras veces en compañía. Por otra parte, sólo el 18.8% de las participantes realizaba más de un tipo de AF. Respecto al interés de este estudio, se encontró que la AF con motivos de pérdida de peso mostraron asociaciones positivas con los puntajes del EAT-40, con la insatisfacción corporal y el IMC.

En el continente americano, en Jamaica, Harrison et al. (2021) llevaron a cabo una investigación con el objetivo de determinar la relación entre AF y el riesgo de presentar CAR en población adolescente. La muestra involucró a 521 adolescentes, que se encontraban en el nivel secundario de educación tanto pública como privada, a los cuales se les realizaron mediciones antropométricas, se obtuvieron datos socioeconómicos, y se les aplicó el *Cuestionario Internacional de Actividad F(IPAQ)*, el *EAT-26* y el *Cuestionario de Actitudes Socioculturales sobre la Apariencia (SATAQ-3)*. Entre los resultados resalta que solo el 22% reportan no practicar AF, mientras que el 52.9% señala que su AF diaria está vinculada a deportes, siendo mayor en hombres (62.6%) que en mujeres (45.2%), destacando que mientras los hombres prefieren el jogging e ir al gimnasio, las mujeres señalan que su AF se da mediante las caminatas. Además, no se encontraron diferencias

estadísticamente significativas entre los niveles de AF y los puntajes obtenidos en el EAT-26, pero aquellos adolescentes que reportaban ejercitarse por dos o más horas por sesión de AF presentaban un mayor riesgo de desarrollar un TAIA (42.1%).

En México, en población hidalguense, Arellano-Pérez et al. (2019), realizaron un estudio descriptivo y correlacional, en estudiantes de preparatorias privadas, que tuvo como objetivo determinar el riesgo de desarrollar CAR y obsesión por la musculatura y su relación con indicadores antropométricos y AF. La muestra de este estudio estuvo conformada por 285 hombres con edades de 15 a 19 años, a los cuales se les aplicó el *Cuestionario Breve de Conductas Alimentarias de Riesgo (CBCAR)*, el *IPAQ* y la *Escala de Obsesión por la Musculatura*, así como mediciones en torno al porcentaje de grasa corporal, al IMC y el porcentaje de masa libre de grasa. Entre los principales resultados de este estudio destaca que el 14.2% de la muestra se encuentra en riesgo de desarrollar obsesión por la musculatura, mientras que el 6.7% presentaba riesgo de presentar CAR, de los cuales el 23% de dicho porcentaje a su vez presentaba riesgo de obsesión por la musculatura. Las CAR más frecuentes entre los participantes fueron la práctica de EF para la pérdida de peso (21.2%) y la conducta de atracón (15.6%). Del mismo modo los niveles de AF en promedio fueron de 390.53 min/semana, ligeramente menor a la recomendación de 420 min/semana. Sin embargo, cabe señalar que se encontraron asociaciones leves entre los puntajes del *CBCAR* y el *DMS*, y entre el *DMS* y el tiempo de AF por semana.

A modo de resumen, la relación entre AF y TAIA ha sido objeto de estudio, ya que se ha observado que en un alto porcentaje de pacientes con TAIA, existe una historia previa de práctica de AF excesiva, especialmente antes de adoptar dietas restrictivas. Así mismo, la AF se considera un factor de riesgo cuando está asociada con la modificación de la silueta corporal y se utiliza como estrategia de afrontamiento para reducir el peso corporal y lidiar con preocupaciones relacionadas con la IC, por lo que un mayor deseo de delgadez se verá asociado de manera positiva hacia una

mayor práctica de AF. Del mismo modo, se observan diferencias acordes al sexo, ya que se ha observado que existe una mayor obsesión por la musculatura en hombres, por lo que hay una mayor práctica de AF para ganar músculo. Del mismo modo, se puede concluir que la AF física es tanto un factor de riesgo como un síntoma de los TAIA.

Como previamente se señaló dado que la AF es tanto un factor protector como de riesgo para la salud de los adolescentes, es necesario llevar a cabo una evaluación oportuna de los niveles de AF durante la adolescencia, por lo que se ha realizado una breve síntesis de los principales instrumentos para medir la AF, mismos que se describen a continuación.

3.8 Instrumentos y Técnicas de Evaluación de la AF

Dentro de los instrumentos más utilizados para la evaluación de los niveles de AF en población adolescente mexicana, se pueden señalar los siguientes:

3.8.1 Cuestionario Internacional de Actividad Física (IPAQ)

Desarrollado por la OMS y el Center for Disease Control and Prevention (Craig et al., 2003) permite estimar los niveles de AF presentes en la población adolescente, joven y de mediana edad, siendo validado para diversos países (Arellano-Pérez et al., 2019), aunque en población mexicana sólo se ha validado la versión corta para población adulta (Medina et al., 2013), con resultados bajos en validez y en sensibilidad, pero con un coeficiente de especificidad para clasificar a la población inactiva aceptable (>70%). Sin embargo, este instrumento es uno de los más empleados para la investigación, siendo de utilidad para estudios nacionales sobre la salud y la nutrición, como por ejemplo la ENSANUT de 2013 (Rivera-Morales, 2020). Este cuestionario breve de autoreporte, en su versión corta de ocho ítems, permite conocer los tipos y el tiempo de AF vigorosa, moderada, caminando y sentados, presentes durante los últimos siete días; dentro de las cuales se incluyen actividades sedentarias como el uso de transporte, el trabajo y el tiempo de ocio (Arellano-Pérez et al., 2019; Rivera-Morales, 2020).

3.8.2 Cuestionario de Actividad e Inactividad de los Estudiantes Mexicanos (CAINM)

Elaborado a partir del formato del *Young Activity Questionnaire* y del *Television and Video Measure* por Hernández et al. (2000), consta de 14 ítems que estiman las horas del día dedicadas a AF moderada y vigorosa, así como a dormir, leer o hacer tareas y caminar durante el último mes sin distinguir entre semana y fin de semana. Este Cuestionario fue validado en población de 10 a 14 años obteniendo un coeficiente de reproducibilidad en seis meses aceptables para el tiempo de ver televisión ($r=0.53$), dormir ($r=0.40$), actividad moderada ($r=0.38$) y actividad vigorosa ($r=0.55$) ($p<0.05$). Cabe señalar, que para cada ítem se tiene una escala de respuesta de seis opciones de respuesta que identifica el tiempo dedicado a cada actividad en el último mes que va desde nada hasta seis o más horas a la semana (Hernández et al., 2000). A partir de las respuestas dadas las conductas sedentarias pueden ser clasificadas en adecuadas (igual o menos de una hora con 20 minutos por día), poco adecuadas (en promedio dos horas con quince minutos por día) e inadecuadas (tres o más horas al día); mientras que la AF se clasifica como activos (al menos siete horas de AF a la semana), moderadamente activos (entre cuatro y siete horas a la semana) o como inactivos (menos de cuatro horas a la semana) (Guzmán, 2012).

3.8.3 Autoinforme de Barreras para la Práctica de Ejercicio Físico (ABPEF)

Desarrollado por Capdevila (2005) y validado en población mexicana por Arreguín y Chávez, 2020, consta de 17 enunciados con escala tipo Likert de 0 a 10 puntos donde el cero indica que es una razón poco probable de que impida hacer EF, y el 10 es un motivo importante para no hacer EF. Este Cuestionario se agrupó en tres dimensiones (imagen corporal/ansiedad físico-social, fatiga/pereza y falta de tiempo/pereza), los cuales explican el 58% de la varianza y tienen un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.83.

3.8.4 Autoinforme de Motivos para la Práctica de Ejercicio Físico (AMPEF)

Escala adaptada al español por Capdevila et al. (2004) y validada por López-Castedo et al. (2018) para población adolescente española, que consta de 48 ítems con una escala Likert que van desde “Nada verdadero para mí” (0) hasta “Totalmente verdadero para mí” (10), que exploran los motivos que favorecen el EF en los adolescentes. Los 48 reactivos se han agrupado en nueve factores: a) Peso e imagen corporal, b) Competición, c) Afiliación, d) Fuerza y resistencia muscular, e) Reconocimiento social, f) Control del estrés, g) Agilidad y Flexibilidad, h) Desafío, i) Urgencias de salud (Colunga-Rodríguez et al., 2020).

En resumen, en este capítulo se abordó la definición de AF la cual involucra cualquier movimiento del cuerpo que requiera un aumento sustancial en el gasto de energía. Esta AF se clasifica en actividades ocupacionales, de transporte, deportivas, domésticas y de ocio, con distintos niveles de intensidad.

Por otra parte, el panorama de la AF en los diversos contextos resalta que la mayoría de los adolescentes no cumplen con las recomendaciones de AF, especialmente en México, en el que las cifras de inactividad son altas, especialmente entre las mujeres. Los factores que reducen la práctica de AF incluyen la falta de acceso a espacios deportivos, carga escolar elevada y percepción de inseguridad en espacios públicos. Del mismo modo factores como las predisposiciones genéticas, preferencias por actividades sedentarias, la autoeficacia, motivación y roles de los pares, así como los roles de género, influencia familiar y socioeconómica influyen en los niveles de AF.

Del mismo modo, si bien se ha mencionado que la AF funge como un factor protector durante la adolescencia al beneficiar la salud física, cognitiva y emocional, se ha detectado que la AF también puede ser una conducta de riesgo, como la adicción al ejercicio, enfocada en la estética personal y llevando a comportamientos peligrosos para la salud.

Capítulo 4. Hallyu y su Relación con el Modelo Estético Corporal

En este capítulo se define que es la Hallyu y su desarrollo durante las últimas décadas. Por otra parte, se retoma su llegada a México y las formas en que se ha manifestado. Posteriormente, se hace referencia a algunos de los factores asociados a su popularidad, haciendo énfasis en el modelo estético corporal transmitido a través de los productos culturales difundidos por este fenómeno.

Finalmente, se retoman algunos estudios sobre la influencia del Hallyu en la imagen corporal y el riesgo de desarrollar TAIA/CAR en sus consumidores; así como algunas de las investigaciones realizadas en población adolescente hispanoamericana sobre la influencia del Hallyu en su estilo de vida.

4.1 Definición de Hallyu

Para comprender a qué se refiere el Hallyu, es importante remontarse al origen de dicho término, el cual puede ser rastreado hacia 1991, año en que la prensa china, específicamente en Beijing, usó el término para expresar su preocupación ante la fascinación y comportamiento de ciertos sectores de la juventud china hacia la música pop y los dramas (telenovelas) coreanos; situación que parte de la exportación de productos culturales por parte de Corea del Sur, hacia otros países asiáticos como Japón, China, Taiwán, Hong Kong y Singapur (Dong-Dong, 2006; Kim, 2007, López, 2012). En este sentido, el término Hallyu (traducido como Ola Coreana) hace referencia al “fenómeno de popularidad de la cultura coreana que incluye música pop, dramas, cine, obras de teatro, moda, gastronomía, juegos y animación” (Lee, 2009, p.130). Por su parte, López (2015) señala que el Hallyu puede ser entendido como Soft Power o como un tipo de imperialismo cultural. En este sentido, es necesario comprender a qué se refieren dichos términos.

4.1.1 Hallyu como Cultura Pop

La cultura pop puede ser entendida como “el movimiento social que engloba ideas, costumbres, imágenes o actividades mainstream; es decir, es una corriente de la cultura occidental

de masas que está muy vinculada a los medios de comunicación y a las redes sociales” (Doñate, 2022, p. 292). De esta forma, de acuerdo con Grisolia (2011) la cultura pop se construye a partir de las experiencias, deseos y producciones de la gente común (pop viene de popular) la cual “actualmente abarca ideas, creencias y eventos actuales, así como productos, transmitidos principalmente a través de los medios de comunicación y expresados a través de imágenes visuales, música, textos, películas, moda, publicidad, y bailar, entre otras cosas” (Oliver, 2011, p.211).

4.1.2 Hallyu como Imperialismo Cultural

De acuerdo con Lee (2011), tanto académicos como medios de comunicación, principalmente en China, se han cuestionado sobre los motivos de popularidad de la Ola coreana en los países en los que ha permeado y su posible influencia, llegando a mencionar que el Hallyu tenía el potencial de convertirse en una forma de imperialismo cultural. Se entiende por imperialismo cultural a “una forma de imposición ideológica desarrollada a través de los medios de comunicación y otros medios de producción cultural a fin de establecer los valores de una sociedad dominante en una determinada sociedad periférica o dependiente” (González-Urdaneta & Vilorio, 2007, p.154).

De esta manera, en países como Japón y China se ha manifestado la preocupación por la proliferación de los dramas coreanos y la entrada de empresas coreanas en dichos países, denunciando que la Ola coreana no es una relación de intercambio cultural, sino un fenómeno unidireccional hacia la cultura coreana (Lee, 2011).

4.1.3 Hallyu como Soft Power

El poder es “la habilidad de influir en el comportamiento de otros para obtener los resultados que queremos” (Nye, 2004, p.2), el cual cumple con cuatro características: a) Agencial, b) Conductual, c) Relacional y d) Contextual. Nye (2004) divide al poder en: duro (Hard Power) y blando (Soft Power), cuya diferencia es que el segundo es considerado como una forma de diplomacia, a través de la cual se manifiesta la habilidad para establecer preferencias, asociadas con activos intangibles,

tales como una personalidad atractiva, cultura, valores, instituciones y políticas, y la moral; ya que, si un líder representa valores que otros quieren seguir costará menos liderar.

Con este preámbulo, Lee (2009) menciona que el entusiasmo producido por el Hallyu hacia la cultura coreana condujo naturalmente a un consumo masivo de ideas y símbolos vinculados a la forma en que es percibida Corea en los países en los que la Ola coreana se hace presente; esto se logra mediante el uso de tres estrategias de Soft Power:

- a) Manipulación y creación de imágenes favorables de Corea que conducirán a la mejora de sus entornos de seguridad nacional y humana: Los afectos culturales como la Ola coreana pueden impedir la formación de políticas militares agresivas y ofensivas contra el país de atractivos culturales, al mismo tiempo que mejorar la imagen de los ciudadanos coreanos permite reducir la discriminación en los países en los que el Hallyu ha permeado.
- b) Estrategias de efecto de red (Network Effect): la Ola coreana permite la difusión de estándares, códigos de comportamiento, preferencias de los consumidores, moda, cocina, el idioma, etc.; que facilitan que las interacciones, negociaciones y negocios de personas y empresas coreanas con otros países.
- c) Héroe y celebridades: uno de los aspectos centrales del Hallyu se encuentra vinculado a sus estrellas o celebridades, ya que la forma en que estas se comportan y los mensajes que transmiten impacta a un gran número de personas, logrando atraer la atención del público de manera mayor a la que lograría un político.

Añade que, si bien, la ola coreana no es en sí misma Soft Power, sí constituye uno de los principales “recursos blandos” de Corea del Sur, mismos que requieren de estrategias sofisticadas y refinadas para convertirse en poder blando que permita alcanzar los objetivos e intereses políticos y económicos de dicha nación (Lee, 2009).

4.2 Principales Productos

La difusión global de la cultura pop surcoreana, ha abarcado diversas áreas de la industria del entretenimiento incluyendo al cine, los cómics, los dramas televisivos y música pop; lo que ha sido considerado como un fenómeno extraordinario y sorprendente dada la pequeñez del país y su posición periférica en el sistema mundial (Bok-rae, 2015). A continuación, se describen algunos de los productos de origen surcoreano de mayor popularidad.

4.2.1 K-Pop.

El termino K-Pop (abreviación de Korean Pop Music) se refiere a la música popular de Corea del Sur, misma que ha apropiado elementos de otros géneros musicales occidentales tales como hip-hop, R&B, reggae, heavy metal y techno; creando así un estilo musical que es modernizado, de moda y con orientación internacional que ha atraído a un nuevo grupo de seguidores alrededor del mundo (Fuhr, 2015). Los grupos de K-pop como BTS y Blackpink gozan de gran popularidad a nivel mundial, mismos que durante 2022 estuvieron entre las bandas más escuchadas a nivel mundial, resaltando que cuentan con entre 23 a 32 millones de escuchas mensuales (For the record, 2022; García, 2020).

4.2.2 K-Dramas

Uno de los principales representantes de la cultura coreana son los K-dramas, también conocidos como "telenovelas coreanas" (Iadevito & Bavoleo, 2015). Estos dramas, que fueron unos de los primeros productos en llegar a Latinoamérica en su idioma original, fueron inicialmente conocidos como doramas coreanos, término que proviene de dorama (novela en japonesa), los cuales son historias cortas de 16 a 30 capítulos que se transmiten una o dos veces por semana (Lee, 2017).

4.2.3 K-Beauty

El Korean Beauty (abreviado como K-Beauty), hace referencia a la cultura coreana de belleza y cuidado de la piel, misma que ha ido ganando una rápida popularidad, ejerciendo un fuerte impacto en Latinoamérica como una nueva tendencia de cuidado cuya eficacia se ve asociado al estándar coreano de piel "perfecta", además del uso de ingredientes naturales para la elaboración de productos como mascarillas faciales que han alcanzado gran fama entre los consumidores (Calle et al., 2019; Rodríguez 2022).

4.2.4 Mukbang

Dentro de las numerosas tendencias de origen surcoreano, destaca el fenómeno llamado mukbang, cuyo término proviene de la combinación de "meokneun" (comer) y "bangsong" (transmisión), por lo que la traducción más aceptada es “espectáculo de comida” (McCarthy, 2017). Esta práctica implica la transmisión en video, ya sea en vivo o pregrabada, de una persona, conocida como mukgangers o broadcast jockeys (BJ), preparando e ingiriendo grandes cantidades de comida mientras interactúa con su audiencia (Strand & Gustafsson, 2020).

En síntesis, la difusión global de la cultura pop surcoreana ha abarcado diversas áreas del entretenimiento, entre los que destacan el K-Pop, el cual se refiere a la música pop urbana de Corea del Sur, la cual se ha fusionado con elementos de diversos géneros musicales occidentales como hip-hop, R&B, reggae, heavy metal y techno, creando así un estilo musical modernizado que ha favorecido un gran interés a nivel mundial. Del mismo modo los K-dramas o telenovelas coreanas, presentan narrativas románticas e idealizadas de la sociedad coreana.

Por otra parte, la industria de belleza coreana, conocida como K-Beauty, ha ganado popularidad mundial gracias a sus estándares de belleza y cuidado de la piel, surgiendo así una tendencia que se ha extendido rápidamente en Latinoamérica, influyendo en las prácticas de cuidado personal y en la compra de productos para dicha tarea. Finalmente, la tendencia conocida

como mukbang implica la transmisión en video de una persona comiendo grandes cantidades de comida mientras interactúa con la audiencia.

Estos productos representan solo una parte del impacto global de la cultura pop surcoreana, que ha logrado trascender las fronteras nacionales y conquistar audiencias internacionales con su singularidad y atractivo. Sin embargo, es necesario mencionar que la difusión de estos productos ha tenido diversos cambios durante las tres décadas en que este fenómeno ha sido de interés para el mundo. A continuación, se describe dicha evolución.

4.3 Evolución del Hallyu.

La segunda mitad del siglo XX, el mundo fue testigo del desarrollo económico, financiero y social de Corea del Sur durante las décadas de 1960 a 1980, años en los que el país es catalogado como uno de los tigres asiáticos gracias al “Milagro del Rio Han”, término empleado para describir su rápido crecimiento, enfatizando el desarrollo industrial, tecnológico educativo, empleando como referente el rio que cruza la capital del País (López, 2015).

Este desarrollo, se vio consolidado a partir de 1999 con la estrategia del presidente Kim Dae Jung para la promoción de la industria cultural, situación que posteriormente daría pie a el fenómeno cultural conocido como Hallyu (López, 2012).

En este sentido, los académicos especializados en esta temática, proponen clasificar al Hallyu en cuatro fases, mismas que son retomadas y explicadas por Bok-rae (2015), las cuales son:

- a) Hallyu 1.0 (K-dramas): Abarca el periodo comprendido entre 1995 al 2005, durante el cual se busca dirigir la atención mundial hacia el país surcoreano a la par de incrementar el turismo. Para ello, se comienzan a exportar K-dramas y películas hacia otros países asiáticos, principalmente en China, Japón y Taiwán, siendo el principal medio de distribución los videos, CD'S y retransmisiones, dirigiendo la distribución hacia las personas coreanas en el extranjero.

- b) Hallyu 2.0 (centrado en el K-Pop): Se centra en la exportación de la música hacia los países asiáticos, americanos y europeos, se da a partir del interés por la cultura coreana, su lenguaje, comida y el traje tradicional. Esta etapa, comprendida entre 2006 y el presente, se logra por medio de la Web 2.0 (Redes sociales, teléfonos inteligentes y sitios web) cumpliendo con el objetivo de la expansión del fenómeno.
- c) Hallyu 3.0 (K-Culture): Considerado a partir de 2010, este periodo busca aumentar el territorio cultural, enfrentándose a un movimiento anti-coreano por parte de Japón y por regulaciones en internet por parte de China.
- d) Hallyu 4.0 (K-Style): Se centra en el uso de la publicidad, y en aprovechar el interés por parte de los fanáticos de esta corriente, por lo que se motiva al desarrollo de estilos de vida de imitación de las estrellas del Hallyu (Moda, alimentación, etc.).

4.4 Hallyu en México

López (2011), como previamente se ha mencionado, ha señalado que la expansión del Hallyu hacia el continente americano comenzó a darse hacia inicios del Siglo XXI, siendo para el caso de México el año 2002 la llegada de estos productos, mediante la transmisión de dramas coreanos en televisión abierta, para posteriormente recibir una mayor difusión y dar paso al auge del K-Pop; así mismo, que en el caso de las telenovelas coreanas el primer canal de televisión mexicana en transmitir las fue el canal 34, teniendo como piedra angular a “Una estrella en mi corazón”, y que posteriormente otros canales han hecho retransmisión en estados como Hidalgo, Yucatán, Michoacán, Tabasco, Puebla, Jalisco, Nuevo León, CDMX y Estado de México. Otros programas de gran éxito han sido: *Love you a thousand times, my fair Lady, Una estrella en mi corazón, Sonata de invierno, Escalera al cielo, Sin aliento y El diario de las Hermanas* (De Castilho,2015).

En otros ámbitos, el fenómeno Hallyu ha tenido una gran aceptación por parte del público mexicano a través de la recepción de música como Gagnam Style y Baby Shark; de agrupaciones

musicales como BTS y Black Pink; en el cine con cintas como la ganadora del Oscar “Parasite”; en la Tecnología mediante el uso de aparatos de la empresa Samsung y LG; y de series distribuidas en servicios de streaming como son el Juego del Calamar (García, 2020).

Por otra parte, con la Creación del Centro Cultural Coreano en México, en 2012, a cargo de la Embajada de la República de Corea en México, se han realizado diversas actividades de promoción turística, cultural y deportiva de Corea del Sur, a través de eventos como festivales, conciertos musicales, conferencias, ciclos de cine coreano, talleres y demás (Coss, 2019).

Más recientemente, el Instituto de la Juventud (INJUVE) ha desarrollado diversos eventos vinculados a la cultura coreana, como el K-POP FEST INJUVE en 2022, cursos de introducción a la caligrafía coreana y clases de coreano, y la K-Pop Academy a cargo de “Los Jóvenes Unen al Barrio” en la que se imparten clases para aprender a bailar como “un auténtico idol” (INJUVE,2023).

4.5 Motivos de Popularidad del Hallyu

En el caso del Pop Coreano, se considera que algunos de los factores que han favorecido la popularidad de este género musical se encuentran vinculados por una parte a la producción audiovisual y las coreografías presentes en los videos musicales, mientras que también se pueden identificar elementos vinculados a la imagen de los llamados *idols*, desde aquellos asociados a sus habilidades para el canto y el baile, hasta aquellos propiamente ligados a su imagen personal, en el que no solo divulgan un ideal de belleza, sino que tienden a transmitir una idealización en la que se resaltan virtudes como la tolerancia y la perseverancia (Alva, 2018). En este sentido, los grupos de K-pop sirven como un nuevo paradigma aspiracional, que retrata una representación de Corea caracterizada por un floreciente progreso económico y avances tecnológicos de vanguardia, poblada por personas que encarnan el intelecto, la diligencia y la dedicación; en el que los *idols* simbolizan y defienden la idea de “si yo puedo, tú también puedes”, haciendo hincapié en que los

logros están al alcance de todos y se pueden lograr mediante el compromiso y el autocontrol (Guzmán & Rojas, 2022; López, 2022).

Por otra parte, López (2022) señala que entre los factores que han asegurado el éxito del K-pop se encuentra la traducción de las canciones a otros idiomas, en los que se introducen palabras en inglés y español que ayudan a conectar con su audiencia.

Así mismo, uno de los factores que ha favorecido el éxito del K-pop alrededor del mundo está vinculado a los fans de este género musical, en el que el fandom emerge como un elemento clave dentro del ámbito de la cultura popular, donde los fans muestran patrones de consumo caracterizados por una notable intensidad, misma que los convierte en los consumidores ideales, y en consecuencia fácilmente descifrables y predecibles por la industria cultural (Jandevi & Zareen, 2020; Potts, 2019). Con el tiempo, el ciclo continuo de consumo puede derivar en un “Síndrome del Fanatismo”, impulsado por la abundancia de productos de la cultura popular en el que el internet ha favorecido su difusión (Farhana & Umi, 2021). En el caso del K-pop, los fanáticos suelen ser percibidos como personas que muestran tendencias excesivas, obsesivas, adictivas y consumistas, que muestran una tendencia a invertir en varios productos asociados con los *idols* o a participar en actividades para establecer conexiones con ellos; siendo su principal motivación la satisfacción de un deseo y no de una necesidad, situación sumamente ligada al consumismo promovido por la industria (Farhana & Umi, 2021).

En el caso de los dramas o telenovelas coreanas, los consumidores se han sentido atraídos por las historias en las que se promovían valores de familia y en las relaciones, plasmando historias románticas, “blancas” y poco sexualizadas, contrastando con la forma en la que las novelas mexicanas plasmaban temas similares; añadiendo a esta forma la atención que se les dio a los hombres que protagonizan estas historias, en las que además un prototipo de masculinidad se asociaba al hombre coreano con un prototipo deseable de desarrollo y de pertenencia a una sociedad

avanzada, renovada y moderno, ideales que proyectaban hacia las mujeres mexicanas y que son reforzados por la propia industria cultural coreana (López & Ryzhnov, 2023).

Es necesario señalar que, los fanáticos de la Ola Coreana, no solo consumen la gran variedad de contenidos de entretenimientos producidos en Corea, sino que a su vez tienen una participación activa en la cultura coreana mediante la comida, el idioma y los eventos tradicionales (Jang & Song, 2017). A partir de ello, un concepto relevante a mencionar es el de las relaciones parasociales, mismo que es definido por Horton y Wohl (1956), como la relación imaginaria unilateral que el consumidor de medios forma con presentadores, actores o celebridades. Jones (2013) añade que la interacción parasocial también puede ser entendida como un proceso parasocial que puede tomar la forma de brindar atención, comprensión, conocimiento, evaluación, simpatía, empatía, sentimientos emocionales y ser parte del comportamiento de los fans. En este sentido, las empresas del entretenimiento muestran un gran interés en fomentar conexiones sólidas entre los fanáticos y los artistas, un factor que puede considerarse crucial para cultivar la lealtad de los consumidores (Pérez, 2022). Para lograr este objetivo, los ídolos suelen aparecer en diversos contextos, incluidos diversos espectáculos de variedades y vídeos que revelan las imágenes detrás de cámaras o las actuaciones en directo; ofreciendo a los fans la oportunidad de profundizar en las personalidades, preferencias, puntos de vista e incluso narrativas personales de los artistas (Pérez, 2022). De este modo, se desarrolla un vínculo entre fanáticos y *idols*, más allá de la música en sí, creando un amor platónico entre los seguidores, sintiéndose queridos y que el artista sea la pareja del fandom, que se rompe si el *idol* empieza una relación romántica (Vallejo, 2023). Así mismo, el análisis de contenido de las publicaciones de BTS en cuentas de fans en Instagram muestra que los consumidores de este contenido se convierten en prosumidores, creando y redistribuyendo dicho contenido, generando una relación de codependencia entre los *idols* y los fans, en la que los *idols* necesitan a los fans para seguir creciendo o mantener su estatus, mientras que los fans necesitan a

los *idols* para identificarse y crear más contenido, estableciendo así un ciclo continuo (Poblano, 2024; Rodríguez, 2020).

4.6 Factores asociados al desarrollo de TAIa entre Consumidores del Hallyu

Es importante destacar que la Ola Coreana, o Hallyu, podría estar teniendo efectos adversos en la población que la consume. A continuación, se ofrece una breve descripción de cómo ciertos productos de la Ola Coreana pudiesen influir la percepción de la IC y han contribuido al posterior desarrollo de trastornos alimentarios.

4.6.1 Ideales de belleza.

López (2017) señala que la presencia de mujeres dentro de la industria del entretenimiento no solo requiere de que ellas cumplan con los requerimientos artísticos asociados con su papel dentro de esta industria, sino que deben cumplir a la par con una serie de características que exaltan los ideales de belleza, principalmente occidentalizados, tales como la piel clara y un cuerpo extremadamente esbelto; situación de la que la industria coreana no está exenta, por lo que tanto las mujeres como los hombres que son reclutados cuando adolescentes para ser partícipes de la industria de K-pop, son sometidas a un proceso de creación de *idols*, en el que no solo se les instruye sobre canto y baile, sino que se encuentran en un sistema de manejo integrado, bajo contratos sumamente demandantes para su salud.

Adicionalmente, además de una piel clara (muchas veces conseguida a través del uso de productos blanqueadores para la piel como cremas y maquillaje), se ha identificado que en el caso de las mujeres coreanas, han cambiado sus criterios para juzgar la belleza adoptando e idealizando los estándares occidentales, tales como la delgadez en vez de la “gordura tradicional” y la presencia de “ojos grandes y nariz alta”; por lo que existe una alta demanda a la cultura de la dieta (alimentos bajos en grasas, gimnasios, bebidas dietéticas, etc.), y de la cirugía estética (p. ej. cirugía para crear doble parpado) por parte de las adolescentes coreanas (Jung & Lee, 2006). Adicionalmente, se

consideran dentro de los criterios de belleza femenino a la presencia de una mandíbula en forma de b, cejas rectas y bien definidas, así como labios pequeños y *eneraegyosal* (pequeñas bolsas debajo de los ojos que se asocian con una imagen infantil y tierna); mientras que en el caso de los hombres se pueden identificar características en común como son la delgadez, altura superior al promedio, rostro pálido y facciones finas (Velásquez, 2020).

Adicionalmente, la investigación de Mosquera (2019) señala que:

El discurso de las series coreanas refuerza un ideal de feminidad y masculinidad donde los hombres deben ser capaces, estables, inteligentes, protectores y económicamente solventes, pero, al mismo tiempo, se añaden nuevos matices sin que se dude de su vigor físico o afecte su sensualidad masculina. De igual modo, las protagonistas femeninas alimentan un ideal donde las mujeres deben ser extremadamente bondadosas, fieles, amables, pacientes, entregadas a su familia y entregadas en el amor [además que] estos refuerzan un canon de belleza entre sus consumidores (pp. 279-280).

4.6.2 Lookismo Coreano y Narrativas de Modificación Corporal.

Una acotación importante a realizar en este aspecto, es que, en el caso de Corea del Sur, la apariencia física o el ser atractivo se encuentra vinculado a mejores oportunidades laborales. Cabe señalar que los principales consumidores de productos de belleza y de cirugía estética, son las mujeres, ya que las expectativas sociales a menudo dictan la búsqueda de una apariencia ideal retratada en revistas de belleza, *idols* o redes sociales; mismos que suelen ser manipulados mediante herramientas de edición digital que presentan figuras impecables que acentúan los “defectos” percibidos por los consumidores (Ramírez, 2023). Como resultado, la cirugía estética se perfila como una vía viable para alcanzar la belleza y la satisfacción, pasando de ser un riesgo médico a convertirse en una inversión justificada; ya que la importancia del atractivo físico para garantizar mejores oportunidades de empleo ha llevado a las personas a recurrir a intervenciones

quirúrgicas o a dietas extremas pese a los problemas de salud y consecuencias psicológicas que estas puedan derivar (Ramírez, 2023). Esto a su vez a dado pie a un fenómeno conocido como “lookismo” o discriminación por apariencia (O'Brien, 2009).

Las narrativas de los K-dramas a menudo incorporan el lookismo dentro de la trama de su historia, promoviendo discriminación basada en la apariencia (Arum, 2022). Se destaca el caso del K-drama "Mi identificación es la belleza de Gagnam", drama centrado en el tema de cirugías plásticas en el distrito de Gagnam, el cual aborda a la belleza asociada con un estatus económico elevado; en el cual una de las protagonistas adopta conductas de riesgo, desarrollando trastornos alimentarios como la BN (Simbaña y Jiménez, 2020). Estas tramas a menudo siguen y perpetúan estereotipos de género, en la que los protagonistas siguen la narrativa de "patito feo" que se transforma en cisne para alcanzar sus metas, obteniendo mejores oportunidades y en muchos casos venciendo el bullying o la discriminación (Arum, 2022).

4.6.3 Relaciones Parasociales e Imagen Idealizada

Es necesario señalar que, los fanáticos de la Ola Coreana, no solo consumen la gran variedad de contenidos de entretenimientos producidos en Corea, sino que a su vez tienen una participación activa en la cultura coreana mediante la comida, el idioma y los eventos tradicionales (Jang & Song, 2017). A partir de ello, un concepto relevante a mencionar es el de las relaciones parasociales, mismo que es definido por Horton y Wohl (1956), como la relación imaginaria unilateral que el consumidor de medios forma con presentadores, actores o celebridades. Jones (2013) añade que “la interacción parasocial también se entiende como un proceso parasocial que puede tomar la forma de brindar atención, comprensión, conocimiento, evaluación, simpatía, empatía, sentimientos emocionales y ser parte del comportamiento de los fans”.

Por otra parte, centrándose en la forma en que el Hallyu ha influido sobre la percepción de las consumidoras mexicanas de esta corriente cultural, investigaciones como la de López y

Ryzhkov (2023), reflejan que la mayoría de las mujeres perciben una imagen positiva de los hombres coreanos, en la que se les atribuyen características como la ternura, la responsabilidad, la protección, la educación, el ser atractivo o “lindo” (no agresivo), el ser reservado o tímido y la caballerosidad; generando así una visión parcializada de la masculinidad coreana misma que es construida a partir de las premisas que la industria cultural de dicho país ofrece a través de productos como el K-pop y los K-dramas.

4.6.4 Presencia de TAIA en Idols

Aunque algunas bandas de K-pop, como *BTS*, han promovido mensajes de autoaceptación y empoderamiento a través de sus letras y han llevado a cabo campañas significativas como el #LoveMyself en colaboración con el la UNICEF (2019) para reducir la violencia y concienciar sobre problemas mentales y sociales, los llamados *idols* no están exentos del riesgo de desarrollar algún TAIA. Así, artistas de la industria del K-pop, como IU, han compartido sus experiencias con los TAIA; IU mencionó que inicialmente comía para sentirse bien, pero debido a la ansiedad, continuaba ingiriendo alimentos hasta provocar el vómito (Prado, 2019). Otros casos incluyen a JinE de Oh My Girl, diagnosticada con AN tras recibir comentarios sobre su peso tras su debut, y Sojung de Ladies' Code, quien adoptó una dieta extrema resultando en un desequilibrio hormonal al consumir exclusivamente agua y tomates, bajando de peso rápidamente de 49 a 37 kilos (Prado, 2019).

4.6.5 Thispiration y Fitspiration

Autores como Achilles et al. (2022) y Achilles et al. (2023) indican que el material difundido acerca del K-pop y los *idols* en plataformas de redes sociales como Tumblr, a través de hashtags como Thispiration (contenido visual que promueve ideales asociados a cuerpos extremadamente delgados con el propósito de inspirar a los usuarios a perder peso) y Fitspiration (inspiración para mantener un estilo de vida "saludable y en forma"), podría tener consecuencias

perjudiciales (por ejemplo, síntomas relacionados con la AN) para aquellos expuestos a dicho contenido, situación que puede ser agravada por la facilidad con la que se accede a dietas y rutinas que buscan replicar el estilo de vida de los *idols*.

4.6.6 Escapismo

Los fans de K-pop utilizan la música como una forma de escapismo para preservar su bienestar emocional, en donde se vive el ser fan como una "recompensa" que les permite evadir la realidad y los problemas diarios, además que la conexión parasocial con los ídolos les brinda una "realidad" alternativa que encuentran más atractiva, proporcionándoles herramientas para evitar situaciones no deseadas (Mohd & Ahmad, 2020). Por otra parte, algunos espectadores utilizan al mukbang como un medio para ver a alguna persona comer diferentes alimentos debido a que ellos no pueden consumirlos (p.ej. pacientes al interior de un hospital); así como, para reducir niveles de estrés generados, ya sea por un estilo de vida acelerado o por un sentimiento de culpa por estar "gordos" (Kircaburun et al., 2021b; 2022; Sanskriti et al., 2023; Song 2021).

4.7 Estado del Arte: Influencia del Hallyu en Adolescentes

Los estudios centrados en el Hallyu han omitido en gran medida la influencia a la salud de los adolescentes consumidores de este fenómeno cultural, centrándose en aspectos de índole mayormente económico, mercantil, antropológico, sociológico y político. En esta sección se describen algunas de las investigaciones que han retomado la influencia del Hallyu sobre la conducta de quien lo consume, específicamente se han agrupado estas investigaciones en dos secciones: en la primera sección se revisan algunas de las investigaciones que han analizado el impacto al bienestar psicosocial de sus consumidores (Tabla 1), mientras que el segundo grupo analiza el impacto vinculado a la percepción de la imagen corporal, a los ideales de belleza y a el riesgo de TAI (Tabla 2).

Dentro del primer grupo, los ocho estudios retomados provienen de una variedad de contextos geográficos, incluidos Indonesia, Malasia, Colombia, Turquía, y un estudio multinacional que abarca 92 países. Este alcance global permite una comparación interesante sobre cómo la influencia del Hallyu se manifiesta en diferentes culturas y contextos socioeconómicos. Así mismo, uno de los aspectos comunes más notables es el enfoque como población de estudio, el que se ha retomado a participantes que oscilan entre los 10 y 33 años; coincidencia que refleja un interés compartido en entender cómo la ola coreana impacta a esta generación, que es particularmente susceptible a las influencias culturales globales. Sin embargo, las muestras varían considerablemente entre los estudios, ya que mientras algunos trabajos cuentan con muestras grandes y diversas (p. ej. Laffan, 2020), otros estudios se enfocan en un pequeño grupo de participantes (p.ej. Rodríguez, 2022), situación que afecta la generalización de los resultados.

Por otra parte, en cuanto a la elección de instrumentos y técnicas de recolección de datos relacionados con el consumo de Hallyu se observa una tendencia hacia los cuestionarios elaborados ad hoc para propósitos de la investigación (6 estudios) y hacia las entrevistas a profundidad (2 estudios), evaluando principalmente al K-pop, a los K-dramas y al Mukbang como productos representativos del Hallyu.

En cuanto a las variables evaluadas, destaca la calidad de vida, la adoración a las celebridades, la adicción a ver K-dramas, el comportamiento de imitación y los efectos positivos y negativos sobre los consumidores.

Tabla 1.

Estudios que abordan el impacto al bienestar psicosocial de los consumidores de Hallyu

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumento o técnica	Tipo de análisis	Resultados
Campo et al. (2021)	Colombia	Cuantitativo, descriptivo, transversal	101 jóvenes de 12 a 20 años de edad (94.1% mujeres) seguidores del K-pop que muestran características de apropiación cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Influencia del Hallyu 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta ad hoc 	Análisis de frecuencias	60.4% de los participantes mencionaron adoptar el modo de vestir de los <i>idols</i> , 61.4% integra la gastronomía coreana a su alimentación, 43.6% adoptó K-Beauty y 64.4% ha adquirido productos coreanos.
Fortunata y Setyo (2021)	Indonesia	Cuantitativo, descriptivo, transversal	57 miembros de la Comunidad de Fans de K-Drama en Pontianak, con un rango de edad de 10 a 24 años	<ul style="list-style-type: none"> • Adicción a ver K-dramas • Conductas de imitación 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario elaborado ad hoc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coeficiente de Determinación (R²) • Prueba de Regresión Lineal Simple • Prueba t de Student 	La adicción a ver k-dramas tuvo un efecto significativo (R ² = 0.71) en las conductas de imitación (modo de vestir, formas de interacción social, normas de belleza y gestos y/o expresiones faciales).
Kircaburun et al. (2021a)	Turquía	Cuantitativo, transversal, correlacional	217 espectadores de <i>mukbang</i> de 18 a 33 años (63% mujeres)	<ul style="list-style-type: none"> • Observación problemática de Mukbang • Uso problemático de Youtube • Depresión • Soledad 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario demográfico • E. de adicción a Mukbang • E. de Adicción a Youtube • E. corta de felicidad-depresión • E. de soledad 	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas de tendencia central • Regresión estándar • Correlación de Pearson 	El uso problemático de Youtube está moderadamente correlacionado con la observación problemática de <i>mukbang</i> ($r=0.48^{**}$).

*p<.05 **p<.01

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Laffan (2020)	92 países	Cuantitativo, transversal, explicativo	1477 seguidores de K-Pop (70.2% mujeres) de 18 a 55 años que pertenecen a grupos de fandom en Reddit, Facebook, páginas de fans y en Amino.	<ul style="list-style-type: none"> • Fanatismo por el K-pop • Felicidad • Autoestima • Conexión social 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario demográfico • Escala de afición • Cuestionario de Felicidad de Oxford (OHQ) • Escala Rosemberg de Autoestima • Escala de conectividad social revisada 	<ul style="list-style-type: none"> • Coeficiente de determinación (R²) • ANOVA • Correlación de Pearson 	Los niveles más altos de fanatismo por el K-Pop predijeron significativamente mayores niveles de felicidad (R ² =0.72**), autoestima (R ² =0.27**) y conexión social (R ² =0.12**).
Mohd Ahmad (2020)	Malasia	Cualitativo, transversal, descriptivo	Ocho fans activamente participativos en actividades de K-pop de 15 a 30 años, de los cuales cinco fueron mujeres y tres fueron hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Relación fan idolo • Impacto en la vida cotidiana 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a profundidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis temático 	Los fans de K-pop experimentan una relación de parasocialidad con sus ídolos, brindando sentido de pertenencia y escapismo de la realidad, así como una sensación de intimidad y autoestima significativa
Rodríguez (2022)	Colombia	Cualitativo descriptivo	Seis mujeres estudiantes de bachillerato de 14 a los 16 años	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto de la cultura surcoreana 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a profundidad • Diario de campo 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis descriptivo 	La influencia de las bandas musicales y colaboraciones en K-Beauty y moda ha impactado en la adopción de rutinas de skincare y en la información sobre la cultura surcoreana.

*p<.05 **p<.01

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumento o técnica	Tipo de análisis	Resultados
Safithri et al. (2020)	Indonesia	Cuantitativo, transversal, descriptivo	640 adolescentes de 11 a 20 años (97.2% mujeres) que siguen a artistas de K-Pop.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de vida • Adoración a las celebridades coreanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario de calidad de vida (OMS) • Escala de Actitud hacia las Celebridades 	• Descriptivo	A pesar de una alta adoración, se identifica buena calidad de vida en salud, bienestar, relaciones y entorno, influida positivamente por las celebridades idolatradas.
Yoke Jamil (2022)	Malasia	Cuantitativo, descriptivo, transversal	46 jóvenes (73.5% mujeres) que han observado al menos un drama coreano.	<ul style="list-style-type: none"> • Influencia positiva de los dramas coreanos • Influencia negativa de los dramas coreanos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario online de 19 reactivos ex post facto 	• Análisis de frecuencias	34.7% mencionan que los dramas han hecho que respeten y valoren a su familia, 57.1% refieren relajarse y desestresarse; 36.7% menciona que después de ver a los actores coreanos se sienten feos.

*p<.05 **p<.01

Se destaca la influencia del Hallyu en la vida psicosocial de los jóvenes. Por ejemplo, Safithri et al. (2020) encontraron que la idolatría a celebridades coreanas puede tener un impacto positivo en la calidad de vida de los fans hallazgo que coincide con la investigación de Laffan (2020), que muestra una asociación positiva entre ser seguidor de K-Pop y la felicidad, la autoestima y la conexión social; mientras que Mohd y Ahmad (2020) resaltan la relación de para-socialidad entre los fans y sus ídolos, lo que proporciona sentido de pertenencia y escapismo; al igual que Fortunata y Setyo (2021) encontraron que la adicción a ver K-Dramas puede influir en el comportamiento de imitación de los adolescentes, afectando su forma de vestir, interactuar socialmente y adoptar normas de belleza.

Tabla 2.

Estudios que abordan el impacto en la percepción de la imagen corporal, los ideales de belleza y a el riesgo de TAIA

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Alva (2018)	México	Cualitativo, descriptivo, transversal	20 jóvenes de 15 a 23 años que asisten a eventos vinculados al consumo de K-pop	<ul style="list-style-type: none"> • Influencia de K-pop • Conducta de imitación • Compra de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Entrevista semiestructurada</i> • <i>Observación participante</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenido 	El K-pop es popular principalmente entre mujeres, quienes adquieren productos coreanos como comida, maquillaje y discos, además de adoptar el estilo de vestir y apariencia de los <i>idols</i> .
Anari y Eghtesadi (2023)	Irán	Cuantitativo, transversal, correlacional	114 mujeres estudiantes universitarios de entre 18 y 31 años, sin alteraciones en IMC o enfermedad crónica.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación problemática de Mukbang • TAIA • Peso y talla 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuestionario sociodemográfico</i> • <i>Cuestionario Holandés de Comportamiento Alimentario</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fisher • Chi-cuadrado 	Se encontró una asociación estadísticamente significativa entre la frecuencia de ver Mukbang y el comportamiento de alimentación externa ($p<0.01$).
Belalcazar (2024)	20 países de habla hispana	Cuantitativo, transversal y descriptivo	121 fans del Hallyu (95.9% mujeres). 53.7% de la muestra fue menor de 18 años. La mayoría residía en México (28.1%), Colombia (16.5%) y Argentina (15.7%)	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición al Hallyu • Percepción de la IC • Alteración de la IC • CAR 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuestionario en línea sobre exposición al Hallyu y conductas motivadas por la exposición</i> • <i>Standard Figural Stimuli (SFS)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de frecuencias 	67.8% compararon su cuerpo con <i>idols</i> , y el 53.7% reportaron alteración en su percepción corporal. El 38% dejó de consumir ciertos alimentos, 36.4% saltó comidas, 24% intentó dietas y 54.5% realizó ejercicio.

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

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	VARIABLES evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Habibah et al. (2021)	Indonesia	Cuantitativo, transversal, correlacional	109 mujeres adolescentes de entre 15 y 18 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> • Hallyu • IC • TAIA 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuestionario sociodemográfico</i> • <i>Contour Drawing Rating Scale</i> • <i>Test de Actitudes a la Alimentación (EAT-26)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Chi-cuadrado • Regresión logística 	Las mujeres que fueron expuestas al Hallyu presentaban un riesgo 2.1 veces mayor de desarrollar TAIA, y 2.2 veces mayor de presentar una IC negativa.
Kang et al. (2020)	Corea del Sur	Cualitativo, transversal, descriptivo	12 mujeres vietnamitas que se encontraban estudiando en Corea del Sur, con edades entre 18 y 25 años	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencias de las estudiantes vietnamitas en Corea del Sur • Adopción de la cultura promovida por Hallyu • Internalización de la belleza ideal 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Entrevista a profundidad</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Fenomenológico 	La exposición a la cultura del Hallyu influye en la percepción de la belleza ideal entre las participantes, lo que puede generar conflictos internos en su identidad cultural, además de tener un impacto en su autoimagen y autoestima
Kircaburun et al. (2020)	Turquía	Cuantitativo, transversal, correlacional	140 adultos de 19 y 29 años (66% de mujeres) que habían visto <i>mukbang</i> al menos una vez en los últimos 30 días.	<ul style="list-style-type: none"> • Visualización problemática de <i>mukbang</i> • TAIA • Adicción a internet 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Escala de Adicción Mukbang</i> • <i>Escala de Adicción a Internet</i> • <i>SCOFF Eating Disorders Scale</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Correlación de Pearson 	La visualización problemática de <i>mukbang</i> se correlacionó de forma estadísticamente significativa con la presencia de TAIA ($r = 0.24^{**}$).

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

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Kumari (2024)	India	Cuantitativo, transversal, correlacional	100 jóvenes adolescentes de 14 a 19 años; 50 consumidores y 50 no consumidores del Hallyu	<ul style="list-style-type: none"> Consumo de programas y canciones coreanas TAIA 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario sociodemográfico Examen de Trastornos Alimentarios de Fairburn y Beglin 	• t de Student	Se encontró una diferencia estadísticamente significativa (t=-9.008**) entre las puntuaciones de ambos grupos en la dimensión de TAIA
Kwon y Kwon (2024)	Corea del Sur	Cuantitativo, transversal, correlacional	51,743 adolescentes (50.9% hombres)	<ul style="list-style-type: none"> <i>Mukbang</i> <i>Cookbang</i> Hábitos alimenticios IC Estrés AF 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta sobre Conductas riesgosas de los Jóvenes de corea 	• No lo específica	La observación de estos contenidos digitales se correlaciona de manera significativa con efectos negativos tales como el sentirse “más gordo” (OR: 1.138, IC 95%: 1.087-1.192)), así como un incremento en el estrés percibido OR: 1.311, IC 95%: 1.248-1.378, p<0.001).
Li et al. (2019)	Corea del Sur	Experimental, transversal, comparativo	70 universitarias de 19 y 24 años, divididas en tres grupos: GE (N=30); GK (N=18); GC (N=21)	<ul style="list-style-type: none"> <i>Cover dance</i> <i>Composición corporal</i> <i>Fuerza muscular</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Impedancia eléctrica Dinamómetro Tasa metabólica 	<ul style="list-style-type: none"> Anova Prueba de diferencia mínima significativa de Fisher 	El GK mostró una disminución significativa en el IMC en comparación con el GC; pero no en masa grasa y porcentaje de grasa corporal comparado con el GE.

*p<.05 **p<.01

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	VARIABLES evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Lin et al (2021)	Estados Unidos, Rumania	Experimental, transversal, correlacional	26 estudiantes de preparatoria de Estados Unidos (N=50, 76% mujeres) y Rumania (N=26, 71% mujeres), los cuales fueron divididos en GEx y GC.	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición al K-pop • Exposición a música clásica • Percepción de IC negativa 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuestionario de datos sociodemográficos</i> • <i>Cuestionario de IC adaptado por Kim y Han</i> 	• Prueba t de Student	No se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos (t=1.165, p=0.246), por lo que la exposición a videos de K-pop no afecta IC.
Muhamad y Lestari (2022)	Indonesia	Cualitativa, transversal, descriptivo	3 mujeres nacidas entre 1995 y 2010; y dos informantes de apoyo de 20 a 23 años de edad	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de productos de belleza coreanos • Estándares de belleza 	• Entrevistas a profundidad	• Análisis de contenido	Las redes sociales, televisión, películas, anuncios, comunidades y líderes de opinión clave han influido en la formación de estándares de belleza; mismos que fueron creados por la comunidad anterior.
Nareswari y Mahardika (2024)	Corea del Sur	Cuantitativa, transversal, correlacional	100 estudiantes internacionales que cursaban estudios de licenciatura, de los cuales el 73% fueron mujeres y el 68% provenían de países asiáticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición a K-dramas • Estándares de belleza 	• Cuestionario post facto	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba de linealidad • Análisis de regresión lineal múltiple (pruebas T y F). 	La exposición a los k-dramas no afectó significativamente la percepción de belleza, tanto en estudiantes asiáticos (t >.05) como no asiáticos (t >.05); mostrando preferencia por la belleza interna.

*p<.05 **p<.01

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Perdini et al. (2022)	Indonesia	Cuantitativa, transversal, correlacional	300 miembros de la comunidad de baile K-Pop (76.7% mujeres)	<ul style="list-style-type: none"> • Autopercepción • Cover Dance • IC • Popularidad • Autoestima 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario de Autopercepción • Cuestionario de Autoestima de Coopersmith • Cuestionario de IC de Thompson • Inventario de Popularidad de Sigall y Lindze 	<ul style="list-style-type: none"> • Correlación de Pearson • Regresión logística 	La autopresentación se correlaciono con la imagen corporal ($r=0.309^{**}$), la popularidad ($r=0.487^{**}$), y la autoestima ($r=0.573^{**}$).
Sah y Sioni (2024)	India	Cuantitativa, transversal, correlacional	200 personas de 17 a 30 años (50% mujeres y 50% hombres) divididos en dos grupos por consumo de contenido coreano	<ul style="list-style-type: none"> • IC • Preocupación por el sobrepeso • Consumo de contenido coreano 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Multidimension al Body-self Relations Questionnaire- Appearance Scales (MBSRQ-AS)</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • ANOVA • U de Mann-Whitney 	El consumo de contenido coreano tuvo un efecto significativo en la satisfacción con áreas del cuerpo ($p=0.034$) y en la preocupación por el sobrepeso ($p=0.006$).
Santanu et al. (2024)	Indonesia	Cuantitativa, transversal, correlacional	467 adolescentes (81.2% mujeres) de 17 a 23 años	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de la IC • Conductas Alimentarias • Consumo de la Ola coreana 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario sociodemográfico y de consumo de la Ola coreana • Body Image Scale for Youth (BISY) • <i>Test de Actitudes a la Alimentación (EAT-26)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Chi cuadrado 	Entre los fans del K-pop, se observaron diferencias estadísticamente significativas en, evaluación corporal ($p=0.027$), modelos sociales ($p=0.024$) y dieta ($p=0.000$) con respecto a los no fans.

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

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	Variables evaluadas	Instrumentos	Tipo de análisis	Resultados
Santiago (2023)	México	Cualitativa, transversal, descriptivo	4 mujeres jóvenes queretanas de 18 a 22 años, admiradoras del grupo Black Pink	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción y percepción de estereotipos de belleza • Impacto de las imágenes y representación de Black Pink en la identidad personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis semiótico de imágenes publicadas en Instagram • Entrevistas estructuradas • Observación participante 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis semiótico • Categorización cualitativa de las entrevistas 	Las jóvenes queretanas adoptan estereotipos de belleza de Jisoo y Rosé de Black Pink, impactando su identidad y autoestima, aun cuando reconocen los riesgos.
Sari y Eka (2023)	Indonesia	Cualitativa, transversal, descriptivo	Dos mujeres de 20 y 19 años, y un hombre de 17 años	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de los mensajes de IC transmitidos en el video musical "Butterfly" de Loona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista semiestructurada 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia cualitativa de Miles y Huberman para la categorización de la información 	La recepción positiva de las representaciones de la imagen corporal en el video, sugiere una influencia positiva en su autoestima y percepción de la belleza.
Simbaña y Jiménez (2020)	Ecuador	Cualitativo, transversal, descriptivo	K-drama My ID Gangnam Beauty"; 1 experta en cultura oriental; 75 fans de la cultura coreana de 13 a 18 años (58.7%).	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativas de K-dramas • Estándar de belleza coreano 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de narrativas • Entrevista • Encuesta sobre cultura coreana 	<ul style="list-style-type: none"> • Etnometodología 	Las narrativas audiovisuales coreanas influyen en la conducta y apariencia de los jóvenes aficionados, compartiendo sus intereses con amigos, aprendiendo coreografías y K-Beauty.

*p<.05 **p<.01

Autor	País	Tipo de estudio	Muestra	• Variables evaluadas	• Instrumentos	• Tipo de análisis	de Resultados
Strand y Gustafsson (2020)	Estados Unidos	Cualitativo, transversal, descriptivo	1316 comentarios en inglés de en 15 videos de <i>mukbang</i> más populares y 15 foros de Reddit	<ul style="list-style-type: none"> • Mukbang • Síntomas de TAIA 	<ul style="list-style-type: none"> • Netnografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenido 	Algunas personas utilizan estos videos para reducir su ingesta de alimentos. Otros, con antecedentes de TAIA, les incrementa el consumo, mientras que un tercer grupo tiene una respuesta ambivalente.
Tresna et al. (2021)	Tailandia	Cuantitativo, transversal, correlacional	414 mujeres de 18 a 22 años a las que les gustan los grupos femeninos de K-pop	<ul style="list-style-type: none"> • Culto a las celebridades • K-pop • IC 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Celebrity Attitude Scale (CAS)</i> • <i>MBSRQ-AS</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Correlación de Spearman 	Para lidiar con la insatisfacción corporal, el 34.5% hace ejercicio, el 34.8% reduce porciones de comida, 8% practica ayuno y el 2.4% toma medicamentos. La satisfacción corporal y la dimensión patológica del culto a las celebridades mostraron una correlación significativa y negativa ($r=0.221^{**}$).

*p<.05 **p<.01

Dentro del segundo grupo conformado por 20 estudios, se revela una predominancia de investigaciones realizadas en Indonesia y Corea del Sur, con cinco y cuatro estudios respectivamente. Otras contribuciones significativas provienen de Estados Unidos, India y México (dos estudios cada uno), Irán, Turquía, Ecuador, Tailandia, y Rumania (este último compartido con Estados Unidos), cada uno con un estudio; así como un estudio que recopiló datos de diversos países hispanohablantes.

En cuanto al tipo de estudio, la mayoría de los trabajos adoptan un enfoque cuantitativo, transversal y correlacional, representando once de los estudios revisados. Siete estudios se identifican como cualitativos, descriptivos y transversales. Además, se encuentran dos estudios de tipo experimental, uno experimental, transversal y correlacional, y otro experimental, transversal y comparativo.

Los estudios varían considerablemente en el número de participantes. El tamaño más pequeño se encuentra en un estudio cualitativo que involucra solo 3 participantes, mientras que el estudio más grande involucra a 51,743 adolescentes. La mayoría de los estudios cuantitativos tienden a trabajar con muestras de entre 100 y 300 participantes, lo que proporciona una base sólida para el análisis estadístico.

Por otra parte, se identifica una predominancia de muestras compuestas por adolescentes y jóvenes adultos, con edades que oscilan entre los 14 y 31 años en la mayoría de los estudios, al igual que existe una clara inclinación hacia la composición de las muestras casi en su totalidad por mujeres. Sin embargo, algunos estudios incluyen muestras mixtas, como el trabajo de Kwon y Kwon (2024), que abarca a hombres y mujeres en proporciones casi iguales.

Respecto a las variables evaluadas, la presencia de TAIA inducidos por IC es una de las más recurrentes, siendo abordada en siete estudios. Asimismo, la internalización de la cultura o de la imagen corporal se menciona en cuatro estudios. Los estándares de belleza y el consumo de

productos coreanos son también temas recurrentes, apareciendo en dos estudios cada uno. Finalmente, el comportamiento de imitación es mencionado en un estudio.

En este tenor, varios estudios destacan la influencia significativa de la exposición a la cultura Hallyu (K-pop, dramas, etc.) en la percepción de la belleza y la imagen corporal. Esto puede manifestarse en insatisfacción corporal, trastornos alimentarios y presión para adaptarse a ciertos estándares de belleza. Así mismo, el culto a las celebridades, en particular a los *idols* del K-pop, está asociado con una imagen corporal idealizada y comportamientos específicos, como la comparación con los ídolos y la adopción de hábitos alimenticios poco saludables para emular su apariencia. Así mismo, aunque existe una tendencia general hacia la insatisfacción corporal y los trastornos alimentarios relacionados con la exposición a la cultura Hallyu, la magnitud y la naturaleza exacta de estos efectos pueden variar entre estudios. Así mismo, se encontró que la visualización problemática de contenidos como *mukbang* (videos de personas comiendo grandes cantidades de comida), puede estar asociada con trastornos alimentarios y una mayor tendencia hacia la adicción a Internet.

Sin embargo, extrapolar estos resultados de estos estudios a la población mexicana requiere de considerar cuidadosamente las diferencias culturales y contextuales específicas de México. Del mismo modo, las diferencias en el somatotipo de la población mexicana pudiesen explicar que los resultados de estudios previos puedan generalizarse o no a esta población, así como la barrera del idioma al momento de comprender la letra de las canciones, por lo que la influencia directa por parte del K-pop vendría de la imagen y estética de estos cantantes. Del mismo modo, la forma de relacionarse con estos artistas podría tener matices diferentes en comparación de aquellos países que presentan una cercanía geográfica con Corea del Sur. Del mismo modo, es necesario comprender que los hábitos alimentarios y las actitudes hacia la comida se ven enmarcadas por el

contexto cultural de México, comprendiendo que la alimentación no es el mero proceso de ingerir alimentos, sino que se ve atravesado por las relaciones interpersonales y el valor emocional relacionado a la comida; situación que podría dar origen a diferencias marcadas en los resultados.

A modo de cierre de este marco teórico, se puede concluir que tanto los TAIA como la AF en adolescentes, se ven modulados por diversos actores al interior de los sistemas de los que forman parte, por lo que es necesario abordarlos desde una perspectiva biopsicosocial, entendiendo su naturaleza multifactorial. Adicionalmente, como previamente se señaló, los medios de comunicación, la cultura y la familia son considerados como los mayores difusores del modelo estético de delgadez, mismo que de ser interiorizado presenta una alta probabilidad de desarrollar conductas de control de peso asociadas al desarrollo de CAR y de niveles altos de AF.

Por otra parte, el Hallyu ha sido uno de los fenómenos culturales de mayor interés durante las últimas décadas, no solo por los beneficios económicos y políticos que ha traído a Corea del Sur; sino que ha demostrado tener un impacto directo sobre sus consumidores tal como lo revela los cambios presentes en su modo de vestir, sus intereses y el modo en que se relacionan con otras personas. Sin embargo, este impacto aún ha sido poco explorado en relación al rol que pudiese estar jugando en la IC de los consumidores de esta corriente cultural, en la cual se ha difundido una imagen idealizada de sus protagonistas, misma que pareciera mantener un doble mensaje, ya que por una parte se difunden valores como la perseverancia, el honor y el esfuerzo; y por otra parte encubre una industria marcada por el apego a los ideales occidentales de belleza y una sobreexplotación de los llamados *idols*. En este sentido, sobresale que los estudios vinculados a TAIA e IC en consumidoras del Hallyu solo se ha explorado en países orientales, en los cuales han reportado resultados contradictorios, ya que algunas investigaciones reportan fuertes asociaciones entre la exposición o consumo de este fenómeno cultural y el desarrollo de TAIA o una alteración de la IC; mientras que otros estudios niegan dicha asociación, y por el contrario resaltan los

beneficios psicosociales como el incremento en la felicidad y en la motivación. Es por ello, que es necesario incrementar la investigación en torno a dichas variables.

Capítulo 5. Planteamiento del Problema

La adolescencia es concebida como una de las etapas del desarrollo que presenta un alto riesgo ante una amplia gama de psicopatologías. En este sentido, de acuerdo con los datos registrados por la ENSANUT de 2021 se detectó que solo uno de cada tres personas mayores de diez años practicaba AF de manera habitual (INSP, 2022). En este mismo sentido, de acuerdo con la ENSANUT 2018-2019, se estima que al menos un 1.3% de las adolescentes de entre 10 a 19 años, tienen riesgo de presentar algún trastorno de la conducta alimentaria, manifestando CAR relacionadas con la ingesta restrictiva o excesiva de comida (INSP, 2020a). Cabe señalar, que de acuerdo con investigaciones como las de Gil et al. (2022), Franco et al. (2010), Mancilla-Díaz et al. (2010) y Ruiz et al. (2010) los medios de comunicación juegan un rol importante dentro de la adopción de CAR y en los niveles de AF de los adolescentes, ya que son estos los que en gran medida se encargan de promover la delgadez como el canon de belleza y los estereotipos presentes en la cultura que permea a las personas y que influyen en la percepción de su imagen corporal, llevándolos a desarrollar conductas de control de peso y de modificación de la conducta corporal, como son las dietas restrictivas y la práctica excesiva de AF.

Por otra parte, durante los últimos años se ha dado un incremento en el consumo de productos audiovisuales provenientes de Corea del Sur, siendo mayoritariamente por parte de los adolescentes en México (García, 2020), en los cuales se difunde una imagen idealizada de la cultura pop coreana y de las personas que la conforman. Por lo anterior, se analiza si existe una correlación entre el consumo de productos culturales coreanos y las CAR y AF de los adolescentes que los consumen; ya que como previamente se ha referido las imágenes idealizadas difundidas en este fenómeno cultural pudiesen tener un impacto sobre la imagen corporal de sus consumidores, y el desarrollo de conductas de riesgo para su salud.

5.1 Justificación del Estudio

Si bien, es sabido que los medios de comunicación juegan un rol importante sobre el estilo de vida y la imagen corporal de las personas, pocos han sido los estudios dentro de Latinoamérica que se han centrado en el consumo de Hallyu como factor de riesgo para el desarrollo de TAIA. En este sentido, se desconoce en gran medida cuales son los factores psicosociales vinculados al consumo de productos audiovisuales provenientes de Corea del Sur, así como poca profundidad en el estilo de vida de los adolescentes que lo consumen. Es por ello que, con esta investigación, se pretende establecer la relación entre las variables de estudio, así como los factores protectores y de riesgo presentes en la población evaluada que están influyendo sobre el riesgo o no de padecer un TAIA y sobre sus niveles de AF.

Cabe señalar que, con respecto a la viabilidad de este estudio, se cuenta con instrumentos validados para la medición de CAR y de AF en la población de estudio, pero no así para la medición de consumo de productos coreanos. En este sentido la utilidad metodológica de esta investigación versará, en la propuesta de exploración y evaluación para la población de interés.

Por otra parte, se espera que la información recabada permita en primer lugar la detección temprana de las personas en riesgo de padecer algún TAIA o con patrones sedentarios, así como que a través de la exploración de los factores biopsicosociales presentes en la población de estudio permitan sentar las bases para el posterior desarrollo de programas de intervención enfocados al desarrollo de factores protectores y a la prevención de factores de riesgo ante los TAIA y la AF para los adolescentes consumidores del Hallyu.

5.2 Pregunta de Investigación

¿Cuál es la relación entre las conductas alimentarias de riesgo, actividad física, y consumo de productos del Hallyu en adolescentes de secundaria?

5.2 Objetivo General de Investigación

Analizar la relación entre conductas alimentarias de riesgo, actividad física y el consumo del Hallyu en adolescentes de secundaria.

Para la realización de este estudio se desarrollaron dos fases con una metodología mixta, el diseño fue no experimental transversal, con un alcance correlacional en una primera etapa, y exploratorio, fenomenológico en una segunda fase. A continuación, se describe metodológicamente ambos momentos. Es importante señalar que, en los siguientes capítulos de esta tesis, se ha estructurado el contenido en dos fases completas para abordar de manera integral el tema de estudio. La primera fase se centra en la recopilación y análisis de datos iniciales sobre la relación entre la presencia de CAR, los niveles de AF y el consumo o no consumo de Hallyu, proporcionando un análisis estadístico descriptivo y correlacional de las variables de interés para este estudio. La segunda fase, por otro lado, se dedicará a profundizar en los hallazgos iniciales de la fase 1, enfocándose en cómo las experiencias de consumo y las emociones y pensamientos relacionados a ellas impactan sobre el desarrollo de CAR y en la AF de la población de estudio.

Esta división permite una comprensión más clara y detallada de las variables de interés, facilitando el análisis y la discusión de los hallazgos obtenidos en cada una de las fases. Además, cada fase está diseñada para complementar la otra, proporcionando una visión integral y cohesiva del problema estudiado.

Capítulo 6. Fase 1: Estudio Cuantitativo

6.1 Pregunta de Investigación

¿Cuál es la relación que existe entre las CAR y AF en adolescentes Secundaria que consumen y no consumen los productos del Hallyu?

6.2 Objetivos

6.2.1 Objetivo General

Evaluar la asociación entre conductas alimentarias de riesgo y actividad física en adolescentes de Secundaria que consumen o no consumen Hallyu.

6.2.2 Objetivos Específicos

-Identificar a los alumnos de secundaria que consumen y no consumen los productos del Hallyu.

-Identificar a los participantes con riesgo de desarrollar conductas alimentarias de riesgo.

-Reconocer los niveles de AF dentro de la muestra de estudio.

-Identificar la relación entre la presencia de conductas alimentarias de riesgo y los niveles de AF dentro de la población a investigar.

-Comparar los niveles de AF y la presencia de CAR en adolescentes de secundaria que consumen los productos de la Ola coreana y en aquellos que no los consumen.

6.3 Hipótesis

Conceptual.

“La prevalencia de riesgo de trastornos alimentarios es mayor en mujeres adolescentes expuestas a la Ola coreana comparado con las mujeres adolescentes que no están expuestas” (Habibah et al., 2021, p.7).

“En las fanáticas del K-pop, la mayoría de las participantes refieren tomar comportamientos saludables de control de peso como hacer ejercicio y reducir porciones cuando estaban insatisfechas con su cuerpo” (Tresna et al., 2021, p.9).

De trabajo.

En adolescentes de secundaria a mayor consumo de productos de la Ola coreana, mayor presencia de conductas alimentarias de riesgo y una mayor actividad física.

Estadística.

H1. Los adolescentes de secundaria presentan una correlación estadísticamente significativa y positiva entre el consumo de productos Hallyu, la presencia de conductas alimentarias de riesgo y sus niveles de actividad física.

H0: Los adolescentes de secundaria no presentan una correlación estadísticamente significativa ni positiva entre el consumo de productos Hallyu, la presencia de conductas alimentarias de riesgo y sus niveles de actividad física.

H1: Existen diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de AF y la presencia de CAR en adolescentes de secundaria que consumen los productos de la Ola coreana y en aquellos que no los consumen.

H0: No existen diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de AF y la presencia de CAR en adolescentes de secundaria que consumen los productos de la Ola coreana y en aquellos que no los consumen.

6.4 Método.

6.4.1 Tipo de Estudio y Diseño

Esta etapa fue de índole cuantitativa, para lo cual se utilizó un diseño no experimental, transversal, de alcance correlacional.

6.4.2 Participantes

Para calcular el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- N=392 (tamaño de la población)
- Z=1.96 (valor Z para un nivel de confianza del 95%)
- p=0.5 (probabilidad de éxito)
- q=0.5 (probabilidad de fracaso)
- e=0.05 (margen de error del 5%)

De tal modo que al sustituir los valores se obtuvo como resultado una muestra mínima de 194 participantes, sin embargo, al agregar un 20% extra se obtuvo un tamaño de muestra de 233 participantes:

$$n = \frac{392 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (392 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = \frac{376.46}{1.94} = 194.29 + 20\% = 233$$

Posteriormente, con ayuda del programa G-Power, se confirmó que la población de este estudio debía de estar conformada por un mínimo de N=230 estudiantes de una institución pública de educación secundaria de Pachuca de Soto en el Estado de Hidalgo, cifra con la que se aseguró un alfa de error de 0.05 y un poder de 0.95.

A partir de un muestreo no probabilístico por conveniencia, se seleccionó a 234 hombres y mujeres adolescentes inscritos en alguno de los tres grados de una escuela secundaria de la ciudad

de Pachuca de Soto, mismos que cumplieron con los criterios de inclusión y exclusión establecidos para esta fase de la investigación.

Criterios de Inclusión.

Estar inscrito dentro de alguno de los tres grados de la institución de educación secundaria, sin distinción de sexo.

Criterios de Exclusión.

No presentar consentimiento y asentimiento informado o presentar alguna discapacidad psicomotriz.

Criterios de Eliminación.

Alumnos que no completen los cuestionarios o que decidan abandonar el estudio.

6.4.2 Instrumentos

Cuestionario de consumo de K-Pop y K-dramas

Encuesta elaborada ex profeso para la exploración de las conductas asociadas a estos productos, tomando como base para su construcción la revisión previa de la literatura y la observación de la población de estudio (Anexo 5). Consta de 47 preguntas distribuidas en ocho secciones: Datos generales, Recursos con los que cuentas, Interés por la cultura coreana, Interés por el K-pop, Interés por los K-dramas, Interés por los artistas coreanos, Vínculos, Consumo de productos, Impacto en la vida cotidiana; que exploran la frecuencia y los medios de consumo de K-pop y K-dramas empleados por los participantes, con un nivel de medición nominal y ordinal en aquellas que indagan en la frecuencia de consumo. Adicionalmente, las preguntas 18, 19 y 26 han sido colocadas como preguntas filtro para la clasificación de los participantes en consumidores o no consumidores del Hallyu.

Test Infantil de Actitudes Alimentarias (ChEAT).

Desarrollado por Maloney et al. (1988) a partir del EAT-26 de Garner et al. (1982). Consta de 26 reactivos que evalúa la sintomatología y preocupaciones características de la anorexia; agrupados en cinco factores: Motivación para adelgazar, Evitación de alimentos engordantes, Preocupación por la comida, Conductas compensatoria y, Presión social percibida. Emplea una escala de respuesta tipo Likert de seis opciones de respuesta (nunca a siempre). La respuesta más sintomática se puntúa con 3, la subsecuente con 2, la siguiente con 1 y el resto de respuestas con 0, por lo que el rango de calificación es de 0 a 78 puntos.

Este instrumento fue validado en población mexicana por Escoto (2008a; 2008b) con una muestra de hombres y mujeres de 9 a 15 años, obteniendo una consistencia interna adecuada con un $\alpha=0.82$ que explicó el 43.74% de la varianza.

Cuestionario de Actividad e Inactividad de los Estudiantes Mexicanos (CAINM).

Elaborado a partir del formato del *Young Activity Questionnaire* y del *Television and Video Measure* por Hernández et al. (2000), consta de 14 ítems que estiman las horas del día dedicadas a AF moderada y vigorosa, así como a dormir, leer o hacer tareas y caminar durante el último mes sin distinguir entre semana y fin de semana. Este Cuestionario fue validado en población de 10 a 14 años obteniendo un coeficiente de reproducibilidad en seis meses aceptables para el tiempo de ver televisión ($r=0.53$), dormir ($r=0.40$), actividad moderada ($r=0.38$) y actividad vigorosa ($r=0.55$) ($p<0.05$). Cabe señalar, que para cada ítem se tiene una escala de respuesta de seis opciones de respuesta que señala el tiempo dedicado a cada actividad en el último mes que van desde nada hasta 6 o más horas a la semana (Hernández et al., 2000). A partir de las respuestas dadas las conductas sedentarias pueden ser clasificadas en adecuadas (igual o menos de una hora con 20 minutos por día), poco adecuadas (en promedio dos horas con quince minutos por día) e inadecuadas (tres o más horas al día); mientras que la AF se clasifica como activos (al menos siete

horas de AF a la semana), moderadamente activos (entre cuatro y siete horas a la semana) o como inactivos (menos de cuatro horas a la semana) (Guzmán, 2012).

6.4. 3 Definición de Variables

A continuación, en la Tabla 3, se presentan las definiciones conceptuales y operacionales de las variables de interés para esta investigación.

Tabla 3

Definición conceptual y operacional de las variables

Variable	Definición		Tipo de variable
	Conceptual	Operacional	
Hallyu	“Fenómeno de popularidad de la cultura coreana que incluye música pop, dramas, cine, obras de teatro, moda, gastronomía, juegos y animación” (Lee, 2009, p.130).	<i>Encuesta de consumo de K-Pop y K-dramas</i> (ver anexo “3”).	Cualitativa Nominal Independiente Atributiva
Conducta alimentaria de riesgo	“Son conductas inapropiadas similares a las que se presentan en los TAIA, pero no cubren sus criterios diagnósticos” (Unikel et al., 2017, p. 41).	<i>Test Infantil de Actitudes Alimentarias</i> (Escoto, 2008a) (ver anexo “4”).	Cuantitativa discreta Ordinal Dependiente Atributiva
Actividad física	“Todo movimiento corporal producido por el aparato locomotor con gasto de energía” (OMS, 2021b, p.6).	<i>Cuestionario de Actividad e Inactividad Física de los Estudiantes Mexicanos</i> (Hernández et al., 2000) (ver anexo “5”).	Cuantitativa discreta Ordinal Dependiente Atributiva

6.4. 4 Procedimiento

La Figura 8 expone de manera gráfica el procedimiento implementado para la primera fase de esta investigación.

Figura 8

Procedimiento fase 1



6. 4. 5 Análisis de Datos

Los datos fueron capturados en el paquete estadístico SPSS versión 22, donde se realizaron análisis de medidas de tendencia central y de dispersión. Del mismo modo, debido a que las variables de estudio mantienen un nivel ordinal, se hizo uso de las pruebas no paramétricas: chi cuadrado para comparar los resultados obtenidos entre consumidores y no consumidores del Hallyu; así como correlaciones de Spearman. Sin embargo, previamente se comprobó la viabilidad de las muestras para el uso de los análisis estadísticos antes mencionados mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov.

Del mismo modo, con el objetivo de determinar el estatus de peso de los participantes se empleó el software “AnthroPlus” para el cálculo de IMC. Esta calculadora diseñada por la OMS (2019) toma como referencia los parámetros establecidos en 2007 para niños de 5 a 19 años para el monitoreo del crecimiento de niños y adolescentes en edad escolar. Este software arroja a su vez puntajes Z del IMC, mismos que fueron procesados en Stata, para clasificar a los alumnos dentro de las siguientes categorías: a) Bajo peso, b) Normal, c) Sobrepeso, y d) Obesidad.

6. 4. 6 Consideraciones Éticas y de Bioseguridad del Estudio

En pro del desarrollo ético de esta investigación, y con base a lo establecido en el artículo 23 de la Declaración de Helsinki (Asamblea Médica Mundial, 2013), este protocolo fue sometido a evaluación por parte del Comité de Ética en Investigación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, mismo que fue dictaminado como “Aceptando”, asegurando así que se cumple con los parámetros necesarios para su correcta ejecución.

Del mismo modo, el Código Ético del Psicólogo Mexicano (Sociedad Mexicana de Psicología, 202), dentro de los artículos 118 a 131 hace énfasis en el uso de un consentimiento informado en el cual se deberá de incluir el propósito de la investigación, la identidad y afiliación del investigador, los derechos que se tiene como participante y los posibles riesgos y beneficios que pudiesen derivarse del estudio. En este sentido, cabe señalar que acorde a el artículo 17 de la Ley de Salud en Materia de Investigación (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2014), está investigación se consideró de riesgo mínimo al hacer uso de pruebas psicológicas a individuos o grupos en los que no se manipulará la conducta del sujeto.

Así mismo, dentro del consentimiento informado se aclaró a los participantes que podían retirarse del estudio en cualquier momento de la investigación, y al ser menores de edad será necesaria tanto de la firma por parte de padre de familia o tutor, así como del asentimiento por parte del menor.

Es importante mencionar que en todo el momento los participantes de este estudio fueron protegidos mediante el uso ético de sus datos personales, ya que tal como lo menciona el Código Ético, dentro de los artículos 132 a 139, el psicólogo investigador tiene la obligación de respetar la confidencialidad de los participantes, por lo que únicamente se incluye en el informe de resultados la información pertinente, manteniendo en todo momento el anonimato en la difusión de la información obtenida.

Finalmente, con el objetivo de brindarles una retribución a los participantes de este estudio, se les brindará un taller preventivo sobre CAR y AF (Anexo 6) dentro de la institución educativa. Del mismo modo, en los casos que se detecte un riesgo de padecer TAIA o niveles de riesgo de AF, se les canalizará con profesionales especializados en el abordaje de estas temáticas, los cuales se encuentran dentro del área de Pachuca, y que puedan acudir para recibir atención u orientación con costo que sea viable a su economía.

6.5 Resultados

La primera fase de este estudio, que consistió en evaluar la asociación entre las CAR y la AF de los adolescentes que conformaron la muestra estudiada, así como identificar quienes de ellos eran consumidores del Hallyu; consideró la aplicación de las escalas y cuestionarios previamente mencionados. A continuación, se describen los resultados obtenidos empleando estadística descriptiva.

6.5.1 Características Sociodemográficas de la Muestra

En este apartado se integran las características de los participantes en cuanto a sexo, género, edad, lugar de nacimiento, lugar donde viven, turno y grado en el que cursan la secundaria, personas con las que viven y número de integrantes de la familia

La muestra que participó en esta fase de este estudio (N= 235) estuvo conformada por 143 mujeres (61.1%) y 92 hombres (39.9%), los cuales se encontraron dentro del rango de edad de 12

a 17 años ($M=13.20$, $DE=0.988$). Así mismo, 90 de los participantes (38.3%) se identificaron como género masculino, mientras que 143 (61.1%) se catalogaron como género femenino, y dos de ellos (1.1%) señalaron la opción de personas no binarias.

Respecto al lugar de nacimiento, 212 de los participantes (90.2%) nació en el municipio de Pachuca de Soto, mientras que 17 (7.2%) nacieron en otro lugar de Hidalgo, y seis de los participantes (2.6%) nacieron en otro estado de la República Mexicana. Del mismo modo, 215 de los participantes (91.5%) son residentes de alguno de los barrios y/o comunidades del municipio de Pachuca de Soto, mientras que 20 (8.5%) viven en municipios aledaños a Pachuca.

Respecto a los datos correspondientes al ámbito escolar, 185 de los participantes (78.7%) se encuentran inscritos en el turno matutino, mientras que los 50 restantes (21.3%) en el turno vespertino. Del total de los adolescentes, 85 cursaban el primer grado de secundaria, 70 el segundo, y 80 el tercer grado.

Por otra parte, los participantes proceden de familias de entre dos y once integrantes dentro de su hogar ($M=4.7$, $DE=1.7$). En este sentido, 188 (77.4%) viven únicamente con los miembros de su familia nuclear, mientras que 53 (22.6%) viven tanto con miembros de su familia nuclear como con miembros de su familia extensa.

En este segundo apartado de características sociodemográficas de la muestra, se describen algunos de los recursos tecnológicos con los que los participantes cuentan, tales como: teléfono celular propio, computadora, laptop o tablet, y televisión con acceso a plataformas digitales; así como conexión a internet. Es importante destacar que estos recursos tecnológicos facilitaron la posibilidad de que los participantes hicieran uso de las redes sociales, por lo que en este apartado se presenta la descripción de los datos correspondientes al tipo de red con las que cuentan y que se conectan con mayor frecuencia.

En un primer lugar, 218 (92.8%) tenían teléfono celular propio, mientras que el 7.2% (n=17) restante no tenían ese recurso.

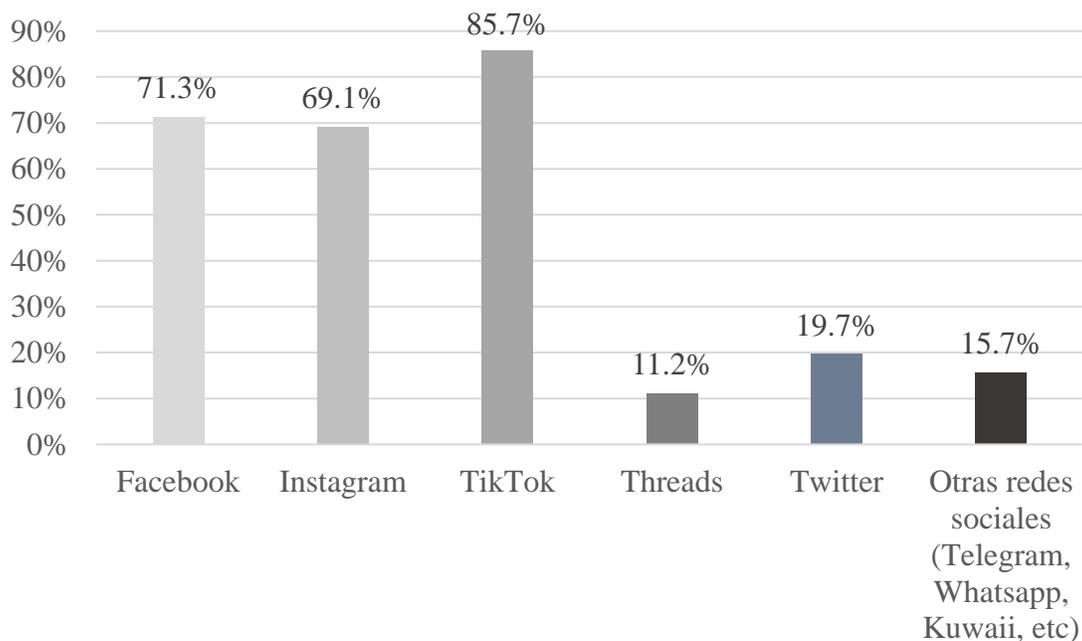
Así mismo, 117 de los alumnos (49.8%) cuenta con computadora, laptop o tablet para su uso personal, mientras que el 50.2% (n=118) no tiene ninguno de estos tres aparatos.

Por otra parte, 72.3% (n=170) tiene televisor en su habitación, y 27.7% (n= 65) no la tiene. De los participantes con televisor en su habitación, 161 (94.7%) acceden a plataformas digitales. Finalmente, 207 (88.1%) de los participantes tiene internet en su hogar, a diferencia del 11.5% restante (n=27) que no lo tiene.

Por otro lado, respecto al uso de las redes sociales, el 94.9% de la muestra hace uso de estas (n=223), mientras que los 12 participantes (5.1%) restantes no las usan. Como puede observarse en la figura 9, la red social más utilizada es TikTok y la menos es Threads.

Figura 9

Uso de redes sociales por la muestra



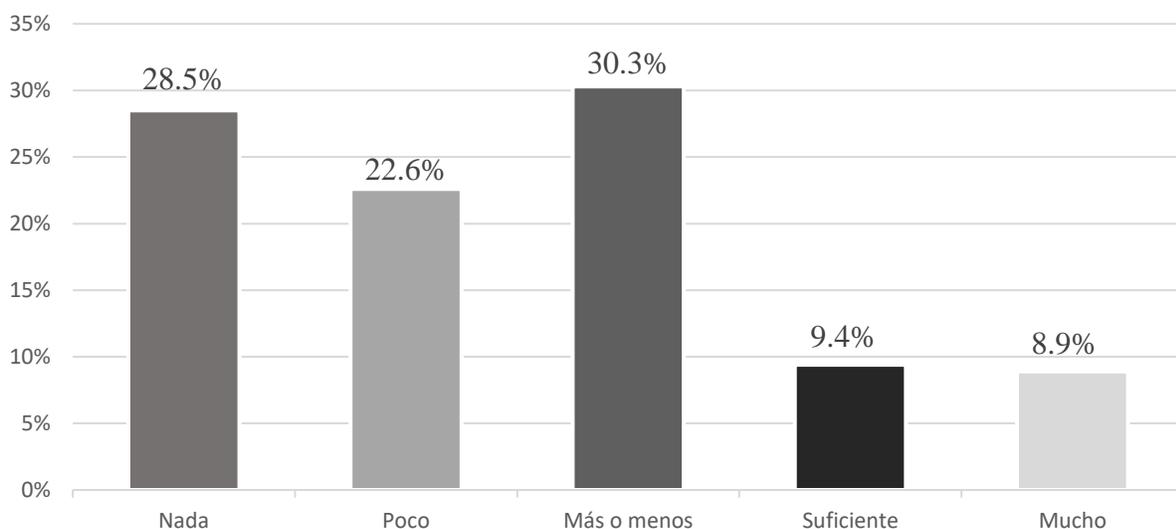
6.5.2 Interés por la cultura coreana

En un segundo momento de los resultados a los participantes se les cuestionó sobre su interés por la cultura coreana en aspectos como: Conocimiento del país, y su grado de interés en este.

Así, se identificó que 127 de los participantes (54%) no conoce Corea del Sur, mientras que el 46% restante (n=108) sí lo conoce. En la figura 10 se muestra la distribución porcentual acorde al grado de interés que los alumnos reportan por la cultura coreana, observándose que aproximadamente una mitad de los participantes muestra interés.

Figura 10

Grado de interés hacia la cultura coreana



6.5.3 Características de los No Consumidores y Consumidores del Hallyu

Del mismo modo, para fines de esta investigación se tomó como criterio de clasificación para la categoría Consumo de Hallyu, que los participantes consumieran como mínimo una hora al día K-pop o K-dramas. De este modo, se agruparon a 69 (29.4%) en el grupo Consumidor, y a 166 (70.6%) en el grupo No consumidor. A continuación, se describen las características de ambos grupos iniciando por los no consumidores.

6.5.3.1 Características de los no consumidores de Hallyu

Dentro de este primer grupo, se identificó que la mayoría de los no consumidores ($n=166$, $\bar{X}_{edad} = 13.27$; $DE = 0.99$), son hombres ($n=84$, 50.6%), mientras que un 49.4% son mujeres ($n=82$). Así mismo, el 50% de los participantes ($n=83$) se identifica dentro del género masculino, 49.4% ($n=82$) dentro del femenino, y un participante (0.6%) se identifica como persona no binaria. Respecto al lugar de nacimiento, el 89.2% (148) son originarios de Pachuca de Soto, con una pequeña proporción provenientes de otros lugares de Hidalgo (8.4%) o de otros estados (2.4%). La mayoría reside en Pachuca de Soto ($n=152$, 91.6%), mientras que 14 (9.4%) provienen de municipios aledaños.

En cuanto al turno en el que estudian, la mayor parte de ellos ($n=125$, 75.3%) asisten al turno matutino, con un menor porcentaje en el turno vespertino ($n=41$, 24.7%). Adicionalmente, se observa que 60 de los participantes cursan el primer grado (36.1%), 44 el segundo (26.5%) y 62 el tercero (37.4%).

Respecto a los recursos tecnológicos con los que cuentan el 91.6% ($n=152$) tiene acceso a un teléfono celular propio, el 51.8% tiene una computadora, laptop o tablet personal, el 87.3% cuenta con acceso a internet en su hogar; aunque el 5.1% no posee redes sociales.

6.5.3.2 Características de los consumidores de Hallyu

Por otro lado, el grupo de consumidores ($n=69$, 29.4%) es predominantemente de mujeres ($n=61$, 88.4%) y solo el 11.6% ($n=8$) son hombres. La mayoría de los consumidores también nacieron en Pachuca de Soto (92.8%) y residen allí (91.3%).

Tabla 3*Características sociodemográficas de las participantes agrupadas en Consumidores y no consumidores*

Variable	Total de alumnos (N=235)	Consumo de Hallyu		Parámetro
		No consumidor (n=166, 70.6%)	Consumidor (n=69,29.4%)	
Sexo				
Hombres	92 (39.1%)	84 (50.6%)	8 (11.6%)	$X^2=31.13^{**}$
Mujeres	143 (60.9%)	82 (49.4%)	61 (88.4%)	
Edad				
	13 (5)	13 (5)	13 (5)	$U=4951.0$
Turno en el que estudia				
Matutino	185 (78.7%)	125 (75.3%)	60 (87%)	$X^2=3.95^*$
Vespertino	50(21.3%)	41 (24.7%)	9 (13%)	
Grado				
1°	85 (36.2%)	60 (36.1%)	25 (36.2%)	$H(1)= 0.86$
2°	70 (29.8%)	44 (26.5%)	26 (37.7%)	
3°	80 (34%)	62 (37.4%)	18 (26.1 %)	
Lugar de nacimiento				
Pachuca de Soto	212 (90.2%)	148 (89.2%)	64 (92.8%)	$X^2=1.24$
Otro lugar de Hidalgo	17 (7.2%)	14 (8.4%)	3 (4.3%)	
Otro Estado	6 (2.6%)	4 (2.4%)	2 (2.9%)	
Lugar de residencia				
Pachuca de Soto	215 (91.5%)	152 (91.6%)	63 (91.3%)	$X^2=0.00$
Otro	20 (8.5%)	14 (8.4%)	6 (8.7%)	
Teléfono celular propio				
No	14 (7.2%)	14 (8.4%)	3 (4.3%)	$X^2=1.21$
Si	218 (92.8%)	152 (91.6%)	66 (95.7%)	
Cuenta con redes sociales				
No	12 (5.1%)	12 (7.2%)	0 (0%)	$X^2=5.26^*$
Si	223 (94.9%)	154 (92.8%)	69 (100%)	
Cuenta con computadora, laptop o Tablet para su uso personal				
No	118 (50.2%)	86 (51.8%)	32 (46.4%)	$X^2=1.06$
Si	117 (49.8%)	80 (48.2%)	37 (53.6%)	
Cuenta con internet en su hogar				
No	27 (11.5%)	21 (12.7%)	6 (8.7%)	$X^2=.78$
Si	207 (88.5%)	144 (87.3%)	63 (91.3%)	

*p<.05 **p<.01

En cuanto al turno en que estudian, el 87% (n=60) asiste al turno matutino y solo el 13% (n=9) al vespertino; y 25 de los participantes cursan el primer grado (36.2%), 26 en segundo (37.7%) y 18 en tercero (26.1%).

Casi todos tienen acceso a un teléfono celular (95.7%) y el 100% cuenta con redes sociales, además de que el 53.6% dispone de una computadora o dispositivo similar para su uso personal. Asimismo, el 91.3% tiene internet en casa.

6.5.3.3 Diferencias entre no consumidores y consumidores de Hallyu

En la tabla 2 se muestran las comparaciones entre las características sociodemográficas entre consumidores y no consumidores. Como se puede observar, únicamente se presentaron diferencias estadísticamente significativas en relación con las variables sexo ($X^2=31.13$, $p<0.01$), turno en que estudia ($X^2=3.953$, $p<0.05$) y uso de redes sociales ($X^2=5.256$, $p<0.05$) con relación al consumo o no consumo de Hallyu.

6.5.4 Perfil de los Consumidores de Hallyu

En este apartado se integran las características sobre el consumo de K-pop y K-dramas, tales como el tiempo, los medios y motivos de consumo, el interés por los artistas coreanos y la influencia percibida sobre sus relaciones interpersonales, y en su vida cotidiana.

6.5.4.1 Consumo de K-pop

En la evaluación del consumo de Hallyu, en primer lugar, de los participantes asignados al grupo de consumidores, el 49.3% ($n=34$) reportan escuchar K-pop menos de una hora al día, mientras que 17 de los participantes (24.6%) indicaron que dedican de una a dos horas por día, 7 (10.1%) escuchan de tres a cuatro horas, y 11 (15.9%) refieren dedicar más de 5 horas al día para escuchar este género musical. En este mismo sentido, de los alumnos que escuchan al menos una hora de K-pop al día, 16 de los alumnos (30.8%) mencionan que llevan menos de un año escuchando K-pop, 18 (34.6%) señalan de uno a dos años, 12 (23.1%) mencionan escuchar K-pop desde hace tres o cuatro años y, 6 (11.5%) indican escuchar K-pop desde hace más de 5 años.

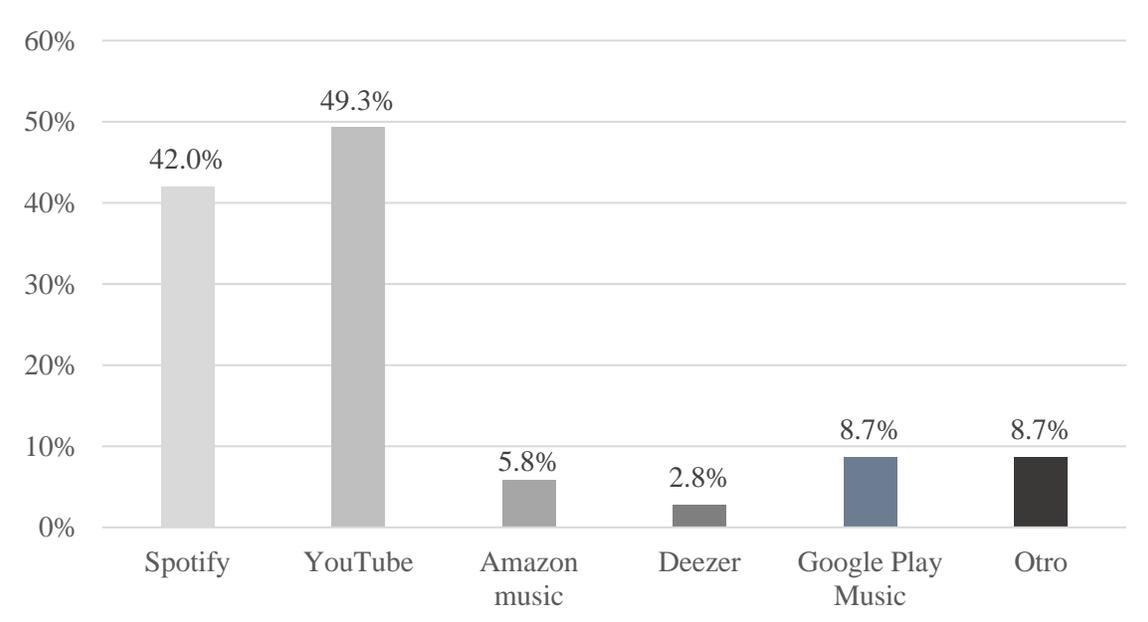
Entre los motivos para comenzar a escuchar K-pop, cinco de los participantes (9.6%) mencionan que fue por recomendación de una amiga, 9 (17.3%) fue por la recomendación y/o gusto de algún familiar, 33 (63.5%) fue por una canción que escuchó, y 5 (7.2%) mencionan otros motivos.

Entre los consumidores de Hallyu, se identifica que la mayoría de los participantes (42.3%) muestra preferencia por grupos femeninos, mientras que el 36.5% (n=19) indica a bandas masculinas como sus favoritos, 3 de los participantes (5.8%) señala a artistas masculinos, 2 de los participantes (3.8%) muestra preferencia por artistas femeninos, y el 11.5% (n=6) no tiene una banda o cantante de K-Pop favorito.

Por otra parte, respecto a los medios para el consumo de K-pop (Figura 11), como se observa en la figura 10, la mayoría de los participantes (49.3%) usan YouTube para escuchar música, mientras que la menor proporción (2.8%) emplea Deezer.

Figura 11

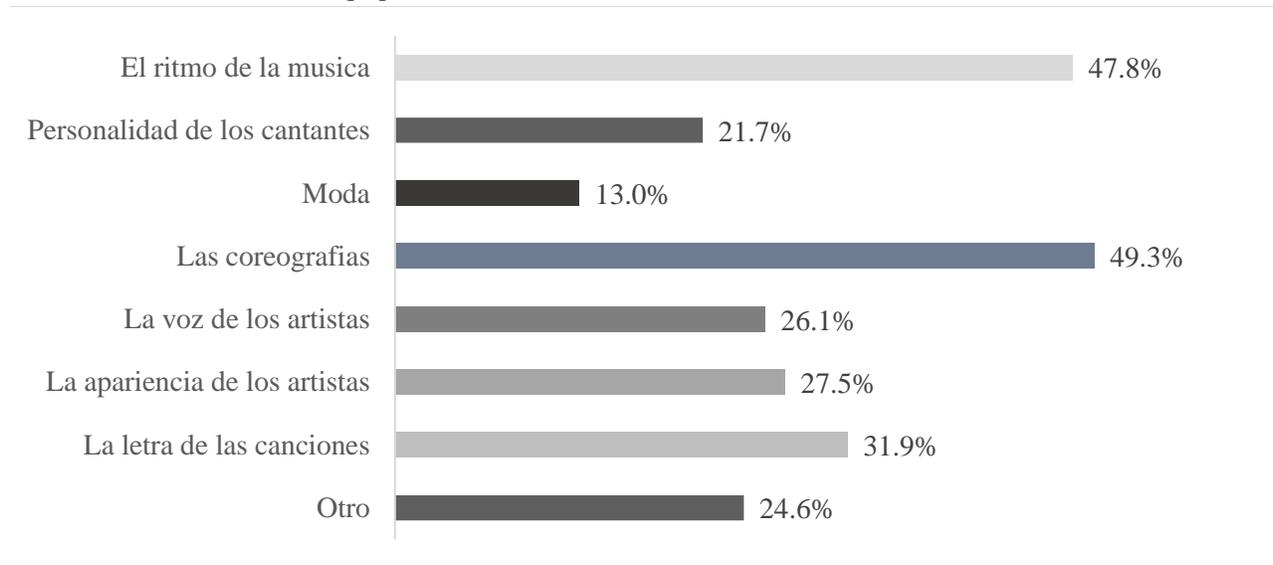
Medios de consumo de K-pop



Al mismo tiempo, respecto a los motivos para el consumo de K-pop, como se observa en la figura 12, el mayor porcentaje de los alumnos (49.3%) mencionan el ritmo de la música y las coreografías (47.8%), mientras que únicamente el 13% menciona a la moda de estos artistas.

Figura 12

Motivos de consumo de K-pop



6.5.4.2 Consumo de K-Dramas

En cuanto al consumo de K-dramas, de los participantes asignados al grupo de consumidores, el 43.5% (n=30) reportan ver K-dramas durante una a dos horas por día, mientras que 18 de los alumnos (26.1%) indicaron que dedican de tres a cuatro horas por día, 12 (17.4%) ven K-dramas durante más de cinco horas, y nueve (15.9%) refieren dedicar menos de una hora al día para ver series coreanas. En este mismo sentido, 26 de los participantes (37.7%) mencionan que llevan de un año a dos viendo series coreanas, 20 (29%) menos de un año, 12 (17.4%) desde hace tres o cuatro años y, nueve (13%) indican ver K-dramas desde hace más de cinco años.

Entre los motivos para comenzar a ver K-dramas, 22 de los participantes (33.8%) mencionan que fue por recomendación de una amiga, 16 (24.6 %) fue por la recomendación y/o

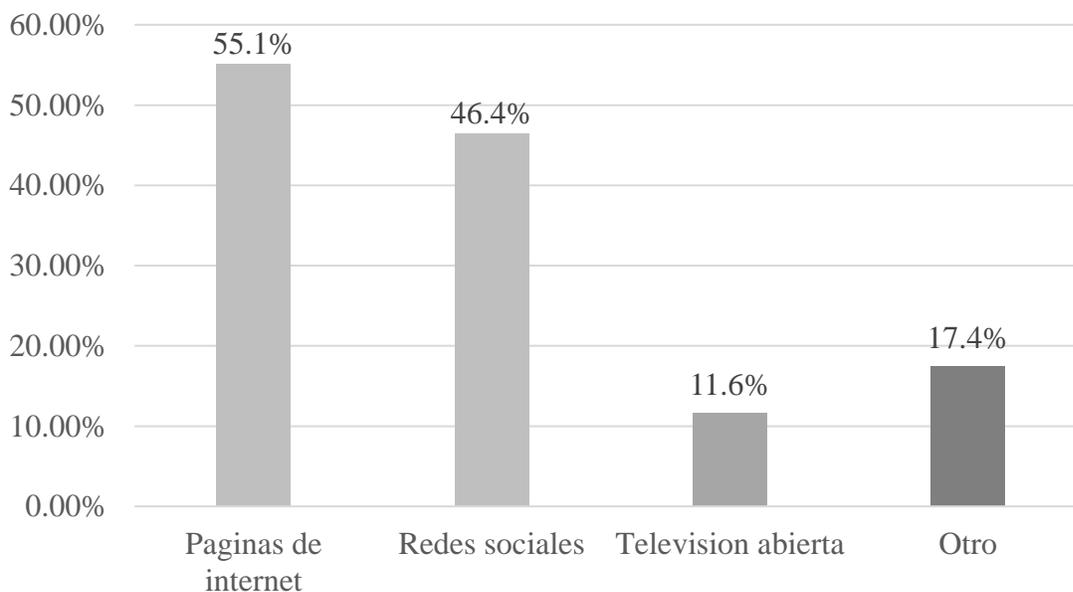
gusto de algún familiar, 18 (27.7%) fue por recomendación de Netflix, y 9 (13.8%) mencionan otros motivos.

Entre los consumidores de Hallyu, se identifica que la mayoría de los participantes (n=44, 65.7%) muestra preferencia por los K-dramas de romance, mientras que el 11.9% (n=8) indica las series de drama, tres de los participantes (4.5%) señala a las series de acción, uno (1.4) prefiere el terror, 11.9% (n=8) no tiene una serie coreana favorita y tres participantes (4.3%) no recuerdan.

Por otra parte, respecto a los medios para el consumo de K-dramas, como se observa en la figura 13, la mayoría de los alumnos (55.1%) usan Páginas de internet para ver series, seguido por Redes sociales (46.4%), y la televisión abierta (11.6%); mientras que un 17.4% emplea otros medios.

Figura 13

Medios de consumo de K-dramas

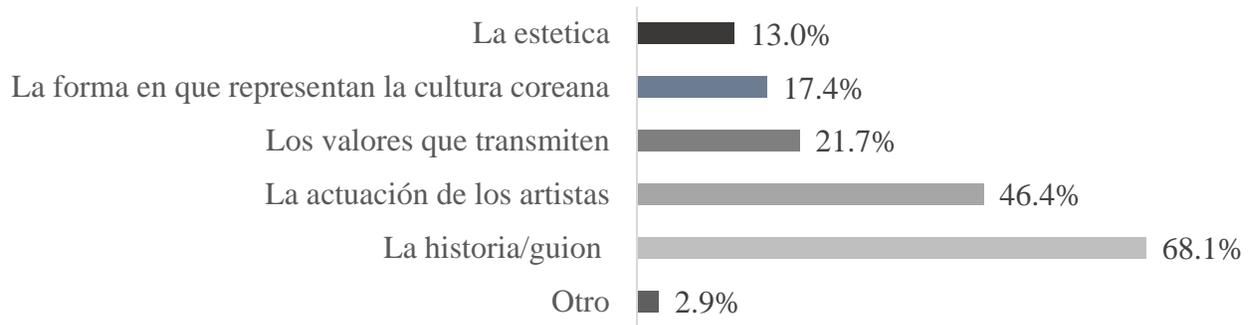


Al mismo tiempo, respecto a los motivos para el consumo de K-dramas, como se observa en la figura 14, la mayoría de los alumnos (68.1%) mencionan la historia y/o guion de las series y la actuación de los artistas (46.4%). Por otra parte, el 21.7% refiere que el motivo para consumir K-

dramas son los valores que transmiten, el 17.4% la forma en que representan la cultura coreana, 13% mencionan la estética y el 2.9% otros motivos.

Figura 14

Motivos de consumo de K-dramas



6.5.4.3 Interés por los Artistas Coreanos

A su vez, el 60.8% de los participantes del grupo de consumidores (N=42) se considera fan de algún artista de K-pop o K-dramas, mientras que los 25 participantes restantes (39.1%) no se considera fan. Dentro de las personas que se consideran fanáticos, el 50% (n=21) sigue a artistas o grupos femeninos, el 42.8% (N=18) es fan de artistas o grupos masculinos, y el 7.2% restante (n=3) sigue tanto a artistas masculinos como femeninos.

Por otra parte, el 66.7% (N=46) de los alumnos consumidores del Hallyu consideran que los artistas coreanos son un ejemplo a seguir, destacando motivos como el talento (8.7%), la música (8.7%), su estilo de vida (17.4%), el que enseñan valores o habilidades (23.9%), la felicidad (2.2%), por que cumplen sus metas (19.6%), el ser educados (8.7%) y por ser buenas personas (2.2%). Así mismo, el 33.3% de los seguidores del Hallyu mencionan que no consideran a los artistas coreanos como un ejemplo a seguir, de los cuales el 68.2% no tienen claro los motivos, y en porcentajes iguales de 4.5% los participantes señalan en sus motivos que hay mejores ejemplos a seguir, que no se muestran como en realidad son, que algunos de ellos son raros, que algunos de ellos comen gatos, perros o lo que sea; y que sufren.

En otro sentido, el 78.8% (N=54) de los consumidores de Hallyu consideran que los artistas coreanos son atractivos, de los cuales el 53.7% resalta el atractivo físico de los hombres, el 9.2% el de las mujeres y el 27.7% refiere que ambos sexos son atractivos. Así mismo, el 31.9% de los adolescentes (N=22) menciona estar enamorado de algún artista coreano hombre, mientras que el 4.3% (N=3) menciona estar enamorado de artistas mujeres, y el 60.8% (N=44) menciona no estar enamorado de estos artistas.

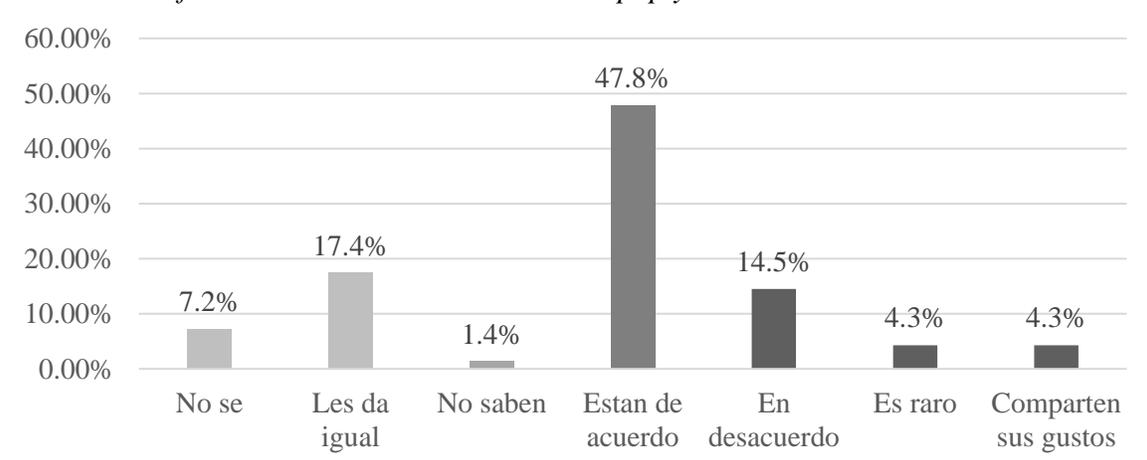
6.5.4.4 Relaciones Interpersonales

En cuanto a sus relaciones interpersonales del grupo de consumidores, el 69.5% (N=48) de los participantes menciona que tiene amigos o amigas que comparten su gusto por el K-Pop y/o K-dramas; este porcentaje es igual al de los adolescentes que reportan tener compañeros de clase con los mismos gustos; mientras que el 31.4%. (n=21) restante no los tiene. Por otra parte, 13 de los participantes (18.8%) forman parte de algún club de fans relacionado con el K-pop y/o K-dramas.

Por otra parte, en la figura 15, se presentan los pensamientos de los familiares de los consumidores de K-pop y/o K-dramas sobre el consumo de estos productos. Se puede observar que en la mayoría de los casos (47.8%) las familias de los alumnos están de acuerdo con su consumo.

Figura 15

Pensamientos de familiares sobre el consumo de K-pop y/o K-dramas

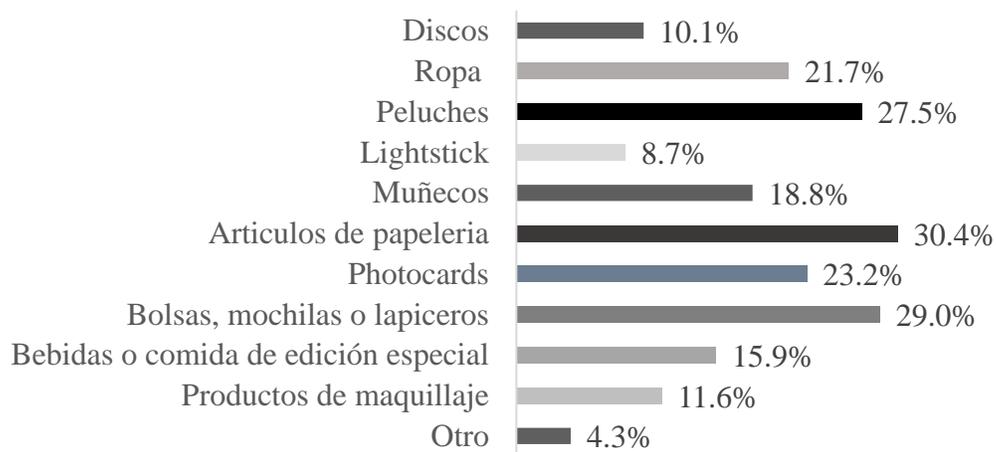


6.5.4.5 Consumo de Productos Coreanos e Impacto en la Vida Cotidiana

El 8.7% (N=6) de los consumidores han donado a algún artista coreano, y el 22.1% (N=16) de los participantes han asistido al concierto de algún artista coreano. De los alumnos que han asistido a algún concierto de artistas coreanos, el 40% (n=6) lo han hecho a través de plataformas de streaming, el 40% (n=6) asistió en vivo, y el 20% asistió a través de las proyecciones en salas de cine (n=3).

Figura 16

Mercancía Relacionada con el K-pop y/o K-dramas



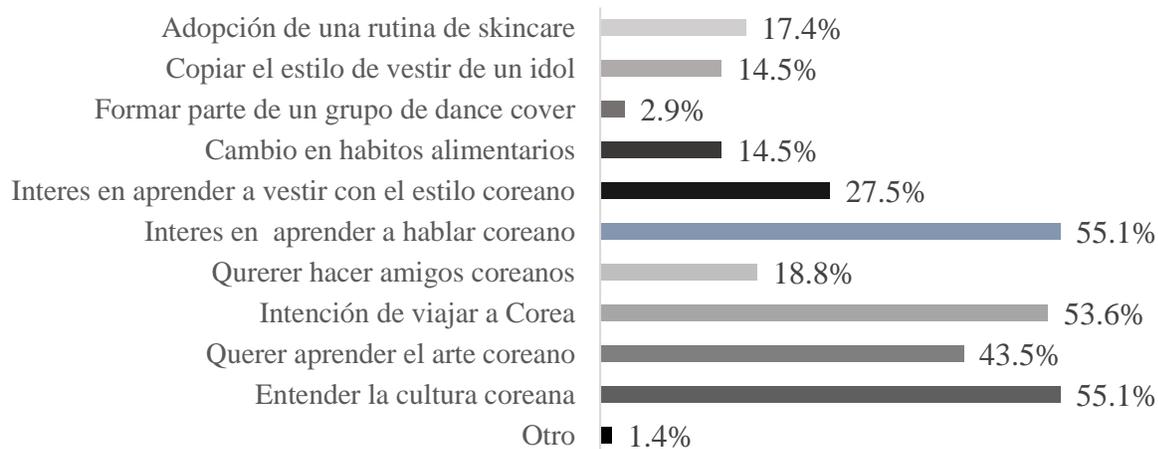
Por otra parte, el 49.3% (N=34) de los consumidores han comprado mercancía relacionada con algún artista coreano. En la figura 16, se observa que los productos más consumidos por los participantes son artículos de papelería (30.4%), seguido de bolsas, mochilas o lapiceros (29%), y peluches (27.5%); mientras que los menos consumidos son los lightsticks (8.7%), y los discos (10.1%).

Finalmente, en la figura 17, se describe el impacto percibido sobre la vida cotidiana de los consumidores de K-pop y/o K-dramas. Los resultados muestran que los principales efectos relacionados con el consumo de Hallyu se concentran en entender la cultura coreana y aprender a hablar coreano, cada uno mencionado por el 55.1% de los participantes (n=38 personas). Por otro

lado, el aspecto menos mencionado fue el formar parte de un grupo de dance cover, con solo el 2.9% (n=2 personas).

Figura 17

Impacto percibido sobre la vida cotidiana



6.5.5 Variables Biopsicosociales de los Participantes

A continuación, se describen los resultados obtenidos en torno a las CAR, la AF, el IMC y la alteración de la imagen corporal por cada uno de los grupos, presentándose en primer lugar los datos de los participantes no consumidores.

6.5.5.1 Características de los no Consumidores

Acerca de la presencia de CAR, en primer lugar, a partir del punto de corte establecido para población mexicana, se identifica que, de la muestra encuestada, 20 participantes (12.1%) se encuentran en riesgo de desarrollar algún TAIA, mientras que 146 participantes (87.9%) no rebasaron el punto de corte.

Por otra parte, de acuerdo con la OMS (2021b), se recomienda la práctica de al menos siete horas de AF por semana¹, misma que es reportada por 29 participantes (17.5%), mientras que 59 participantes (35.5%) son moderadamente activos, mientras que 78 son inactivos (47%), es decir, realizan menos de 4 horas de AF por semana.

A su vez, acorde a los parámetros de la OMS (2019) para la clasificación de IMC² para la edad de los participantesⁱ, se identifica que el 68.07% (n=113) presentan un IMC normal, el 12.05% (n=20) presenta sobrepeso, el 17.47% (n=27) presenta obesidad, y en 2.4% (n=4) presenta bajo peso para su edad.

Por lo que se refiere a la alteración de la imagen corporal, 130 de los participantes (79.3%) no presentan alteraciones en su imagen corporal, mientras que 20 (12%) sobreestiman su figura corporal, y 16 (9.6%) subestiman su IMC.

6.5.5.1 Características de los Consumidores

En primer lugar, se identifica que de este grupo 17 participantes (27.5%) se encuentran en riesgo de desarrollar algún TAIA, mientras que 50 participantes (72.5%) no rebasaron el punto de corte.

Por otra parte, 44.9% de los participantes (n=30) son físicamente inactivos¹, mientras que 31 (44.9%) son moderadamente activos y únicamente 8 de los consumidores del Hallyu (11.6%) son físicamente activos.

A su vez, respecto a la clasificación de IMC² para la edad de los participantes, se identifica que el 55.08% de los participantes de este grupo (N=38) presentan un IMC normal, el 10.14% (n=7) presenta sobrepeso, y el 17.47% (N=24) presenta obesidad.

¹ De acuerdo con la clasificación de la OMS (2021b), se considera como físicamente activo a los participantes que realizan al menos siete horas de AF, como moderadamente activo a quien realiza entre cuatro y seis horas, y como inactivo a quien realice menos de cuatro horas.

² Para el IMC se retomaron los parámetros de la OMS para la clasificación de los puntajes Z del IMC para la edad, de tal modo que un puntaje Z menor a menos -2 se considera “Bajo peso”, de menos dos o menor o igual a uno un IMC” Normal”, mayor a uno pero menor a dos se considera “Sobrepeso” y mayor a dos como “Obesidad”.

Por lo que se refiere a la alteración de la IC, 51 participantes (73.9%) no presentan alteraciones en su imagen corporal, mientras que 6 (8.7%) sobreestiman su figura corporal, y 12 (17.4%) subestiman su IMC.

6.5.5.3 Comparación entre no Consumidores y Consumidores

Finalmente, en la Tabla 3, se muestra la distribución porcentual de las variables a partir de la agrupación de los participantes en consumidores y no consumidores del Hallyu, encontrando que únicamente se identifican diferencias estadísticamente significativas en la variable Riesgo de TAIA ($X^2 = .44, p < 0.05$). Los resultados indican que el 27.5% de los consumidores de Hallyu presenta riesgo de TAIA, en comparación con el 12.1% de los no consumidores. Esto sugiere que los consumidores de Hallyu tienen una mayor probabilidad de presentar comportamientos alimentarios inadecuados, lo cual podría estar influido por factores culturales y de percepción de la imagen corporal asociados a la exposición a contenido del Hallyu.

Tabla 3

Comparación de variables biopsicosociales de los participantes en relación al Consumo de Hallyu

Variable	Total alumnos (N=235)	de Consumo de Hallyu		Parámetro
		No consumidor (n=166, 70.6%)	Consumidor (n=69,29.4%)	
Riesgo de TAIA				
Sin riesgo	196 (83.4%)	146 (87.9%)	50 (72.5%)	$X^2=0.44^*$
Con riesgo	39 (16.6%)	20 (12.1%)	19 (27.5%)	
IMC				
Normal	153 (65.1%)	108 (65.1%)	45 (65.2%)	$X^2=1.52$
Fuera del rango	82 (34.9%)	58 (34.9%)	24 (34.8%)	
AF				
Adecuada	37 (15.7%)	29 (17.5%)	8 (11.6%)	$X^2=2.32$
No adecuada	198(84.3%)	137 (82.5%)	61 (89.4%)	
Alteración de la IC				
Sin alteración	181 (77%)	130 (79.3%)	51 (73.9%)	$X^2=3.08$
Con alteración	26 (11.1%)	36 (21.7%)	18 (26.1%)	

*p<.05 **p<.01

6.5.6 Asociación entre las Variables de Estudio

En la Tabla 4 y 5, se señalan los índices de correlación estadísticamente significativos entre las variables de interés para este estudio.

Tabla 4

Relación entre las variables de estudio en el grupo no consumidor a partir de r de Spearman

	Z IMC	Tiempo K-dramas	Horas K-Pop	Tiempo K-Pop
Edad	-.169*			
Alteración de la IC	-.523**			
Puntaje ChEAT				.160*
Horas K-dramas		-.179*	1.000**	-.199*
Tiempo K-dramas				.305**
Horas de K-Pop		-.179*		-.199*

Nota: IC= Imagen corporal; Z IMC= Puntaje Z del IMC; Puntaje ChEAT= Puntaje obtenido en el Test Infantil de Actitudes Alimentarias; Horas K-dramas= Horas dedicadas al día para ver K-dramas; Tiempo K-dramas= Tiempo consumiendo K-dramas; Horas K-Pop= Horas al día dedicadas a escuchar K-Pop Tiempo K-Pop= Tiempo consumiendo K-Pop

*p<.05 **p<.01

El análisis de las correlaciones mediante el coeficiente r de Spearman en el grupo no consumidor muestra diversas asociaciones significativas entre las variables estudiadas. Se identificó una correlación negativa entre la edad y el puntaje Z del IMC ($r = -0.169$, $p < 0.05$), lo cual sugiere que, a medida que los participantes crecen, su IMC tiende a disminuir.

Asimismo, se encontró una relación positiva entre la alteración de la IC³ y el puntaje Z del IMC ($r = 0.523$, $p < 0.01$), lo que indica que aquellos con un IMC más elevado tienden a experimentar una mayor alteración en su percepción corporal.

En cuanto al consumo de medios, el tiempo dedicado a ver K-dramas se asocia negativamente tanto con el puntaje Z del IMC ($r = -0.179$, $p < 0.05$) como con el tiempo total que llevan consumiendo este contenido ($r = -0.179$, $p < 0.05$). Esto sugiere que quienes ven K-dramas

³ En este apartado la alteración de la IC se consideró a partir de las diferencias entre los puntajes Z del IMC real y del IMC percibido, de tal modo que a mayor diferencia se considera una mayor alteración de la IMC.

con mayor frecuencia tienden a tener un IMC más bajo y, en general, han estado expuestos a estos contenidos durante un periodo más corto.

Finalmente, en el caso del consumo de K-Pop, se observaron varias correlaciones significativas. Las horas dedicadas a escuchar K-Pop y el tiempo que llevan consumiendo este género musical se relacionan negativamente con el puntaje Z del IMC, lo cual sugiere que un mayor consumo de K-Pop podría estar asociado con una menor alteración de la imagen corporal.

Tabla 5

Relación entre las variables de estudio en el grupo consumidor a partir de r de Spearman

	Puntaje Z		Horas K-dramas
	IMC	Horas K-Pop	
Edad		-.243*	
AF		.242*	
DIF_Z	-.458**		-.251*
Puntaje ChEAT		.299*	

Nota: IC= Imagen corporal; Z IMC= Puntaje Z del IMC; Puntaje ChEAT= Puntaje obtenido en el Test Infantil de Actitudes Alimentarias; Horas K-dramas= Horas dedicadas al día para ver K-dramas; Tiempo K-dramas= Tiempo consumiendo K-dramas; Horas K-Pop= Horas al día dedicadas a escuchar K-Pop Tiempo K-Pop= Tiempo consumiendo K-Pop

*p<.05 **p<.01

En el grupo consumidor de K-Pop, los resultados revelan diversas asociaciones significativas entre las variables estudiadas, según el coeficiente de correlación r de Spearman. Primero, existe una correlación negativa moderada entre la edad de los participantes y las horas dedicadas a escuchar K-Pop ($r = -0.243$, $p < .05$). Esto indica que, a medida que los consumidores son mayores, tienden a dedicar menos tiempo a escuchar K-Pop, lo que puede sugerir un cambio en sus intereses o prioridades a lo largo del tiempo.

Asimismo, se identifica una correlación positiva moderada entre la edad y AF ($r = 0.242, p < .05$). Esto sugiere que los consumidores de K-Pop tienden a aumentar su participación en actividades físicas a medida que envejecen, lo que podría estar relacionado con una mayor conciencia sobre la importancia del ejercicio para la salud.

Un hallazgo notable es la correlación negativa fuerte entre la alteración de la imagen corporal y el puntaje Z del IMC ($r = -0.458, p < .01$). Esto sugiere que, en este grupo, aquellos que han experimentado cambios significativos en su IMC tienden a presentar una mayor alteración de su IC.

Adicionalmente, se encontró una correlación negativa entre la alteración de la IC y las horas dedicadas a ver K-dramas ($r = -0.251, p < .05$), indicando que, a medida que se incrementa el consumo series coreanas se presenta una menor alteración de la IC. Esto podría implicar que su consumo musical podría influir en la percepción del cuerpo, debido a que algunos K-dramas promueven mensajes de empoderamiento y autoaceptación, lo que puede contribuir a una mejor salud mental y autoestima entre su audiencia, sugiriendo que probablemente dentro de la muestra estudiada se ha internalizado este mensaje frente a las narrativas de modificación corporal.

Por último, se observó una correlación positiva moderada entre el puntaje ChEAT, que mide actitudes alimentarias, y las horas dedicadas a escuchar K-Pop ($r = 0.299, p < .05$). Esto sugiere que aquellos consumidores que pasan más tiempo escuchando K-Pop tienden a presentar mayores CAR. Este hallazgo podría estar relacionado con la influencia de la cultura K-Pop en la imagen corporal y la autopercepción de los consumidores.

En conclusión, en esta primera fase del estudio, se han identificado asociaciones significativas entre el consumo de Hallyu (particularmente K-pop), las conductas alimentarias de riesgo, la percepción de la imagen corporal y los niveles de AF en adolescentes. Los hallazgos sugieren que los adolescentes consumidores de Hallyu presentan un mayor riesgo de desarrollar

conductas alimentarias inadecuadas en comparación con los no consumidores, lo cual podría estar vinculado a la exposición constante a estándares de belleza idealizados promovidos en esta cultura. Asimismo, se observa que los adolescentes que dedican más tiempo al consumo de K-pop tienden a mostrar niveles más bajos de AF, lo que podría contribuir a un estilo de vida más sedentario y a una posible disonancia entre la percepción de su cuerpo y los modelos estéticos que consumen.

Por otro lado, la relación moderada y positiva entre la edad y la AF sugiere que los adolescentes mayores dentro del grupo de consumidores de Hallyu muestran una tendencia a participar más en actividades físicas, lo que indica que la influencia de este consumo podría variar con la edad. Estos resultados aportan una comprensión inicial de cómo el fenómeno de Hallyu afecta diversos aspectos del bienestar físico y psicológico en adolescentes y subrayan la importancia de considerar el contexto de consumo y las características demográficas al analizar estos efectos.

6.6 Discusión y Conclusiones.

En esta primera fase del estudio se cumplió con el objetivo general de evaluar la asociación entre CAR y AF en adolescentes de secundaria que consumen o no consumen Hallyu; para ello se aplicaron los instrumentos: *ChEAT*, el *CAINM* y el *Cuestionario de Consumo de K-pop y K-dramas*, lo que a su vez permitió identificar una serie de características relacionadas con este consumo dentro de los participantes. A continuación, se discuten los hallazgos relevantes identificados en esta fase del estudio.

6.6.1 Características sociodemográficas de la muestra

En primer lugar, es importante destacar que la muestra de esta investigación estuvo conformada mayormente por mujeres (61.1%), proporción que pudo haber influido de manera significativa en los resultados generales del estudio, ya que los intereses, actitudes y conductas varían durante la adolescencia respecto a la construcción sexo-genérica que ha sido definida socialmente. En este sentido, tal como lo refieren autores como Barajas-Iglesias et al. (2018), Barriguete et al. (2022), Cruz et al. (2018), y Moral-Agúndez y Carrillo-Durán (2020), las mujeres adolescentes suelen estar más expuestas a la presión social sobre la apariencia y los estándares de belleza, lo cual puede tener implicaciones en como perciben los ideales de imagen corporal y la predisposición a CAR.

Por otra parte, los participantes se encuentran en un rango de edad de 12 a 17 años ($M=13.2$), periodo que comprende la adolescencia temprana y la adolescencia media (OMS, 2022). Este periodo etario es particularmente importante, ya que durante la adolescencia temprana es una fase crítica en la construcción de la identidad y la autoestima (Erikson, 1968; 1977), dado que en estos años, los adolescentes atraviesan por una serie de cambios físicos, emocionales y sociales, en los que la búsqueda de aceptación por parte del grupo de pares y el sentido de pertinencia son característicos de este periodo; volviéndolos susceptibles a la influencia de sus pares y de los

medios de comunicación, por lo que el rango de edad de la muestra sugiere que se encuentran en una etapa receptiva a las influencias externas sobre la IC y su comportamiento, incluyendo aquellas que provienen de la cultura popular y los medios de comunicación. De este modo, la muestra de este estudio, al encontrarse en esta etapa del desarrollo es particularmente susceptible a las influencias de sus pares y los medios de comunicación, lo que podría reflejarse en las actitudes y conductas relacionadas con las CAR, la IC y la AF; mostrando una alta receptividad a los discursos predominantes en su entorno.

Por otra parte, los participantes de este estudio viven en hogares de entre dos y once miembros, con un promedio de 4.7 personas por familia ($DE=1.70$). La mayoría (77.4%) reside en familias nucleares, mientras que el 22.6% vive en hogares con miembros de la familia extendida. Este dato es importante, ya que las dinámicas familiares influyen en el desarrollo emocional y social de los adolescentes. Los adolescentes que viven en familias nucleares pueden experimentar una mayor independencia y, en algunos casos, menor supervisión sobre su tiempo libre y el consumo de medios. La estructura familiar nuclear podría también estar asociada con la menor presencia de normas tradicionales y mayor apertura hacia influencias culturales externas, mientras que los adolescentes que viven en familias extensas pueden estar sujetos a un mayor grado de supervisión y valores tradicionales (Brown & Larson, 2009). Estas diferencias en la estructura familiar podrían influir en el grado de apertura de los adolescentes a adoptar o cuestionar los mensajes culturales y estéticos que reciben de los medios.

Adicionalmente, el acceso a recursos tecnológicos es notable en esta muestra, dado que el 92.8% de los participantes posee un teléfono celular propio, el 49.8% cuenta con una computadora, laptop o Tablet, el 88.1% tiene acceso a internet en su hogar y el 98.5% de la muestra son usuarios de redes sociales. Además, el 94.9% de los adolescentes utiliza redes sociales. Estas cifras, difieren con los datos reportados por el INEGI (2024b) en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso

de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2023), donde se indica que cerca del 71.7% de los hogares a nivel nacional y el 64.5% en el estado de Hidalgo, contaba con conexión a internet, el 43.8% de las personas tenían computadora, y el 81.4% de las con un celular propio, el 24.7% con dispositivos de entretenimiento (como televisores) con acceso a internet. Estos datos reflejan una alta conectividad digital y acceso constante a plataformas que pueden moldear las creencias y actitudes de los adolescentes sobre sí mismos y sobre el mundo. Estudios como el de Fernández y Morales (2022), y Zamora y Barrios (2018), han demostrado que el uso frecuente de redes sociales está vinculado con mayores niveles de comparación social y con una gran susceptibilidad a la internalización de ideales de belleza promovidos en estas como un factor de riesgo para el desarrollo de TAIA, ante la interiorización de dichos ideales de belleza. El hecho de que prácticamente todos los adolescentes de la muestra tengan acceso a internet y a redes sociales indica que esta población es particularmente susceptible a las influencias mediáticas, lo cual podría impactar en su autoimagen y en sus actitudes hacia la alimentación y el EF.

Así mismo, la identificación de que casi la mitad de los participantes (48.9%) muestran interés en la cultura coreana (sin necesariamente tener conocimiento del país), sugiere que los adolescentes de la muestra pudiesen estar atraídos por la novedad aparente y el atractivo de los productos coreanos que incluyen una estética particularmente definida por un modelo estético corporal que destaca elementos como la delgadez y la piel blanca; y que resaltan una imagen idealizada en la que los valores y la disciplina resultan llamativos para sus consumidores. En este sentido es importante recordar que la industria del entretenimiento coreana ha diseñado estos productos para ser visualmente llamativos e impactantes para los jóvenes, lo que podría explicar por qué estos jóvenes sienten un interés superficial hacia la cultura coreana, sin necesariamente tener un conocimiento profundo de esta.

6.6.2 Características sociodemográficas de consumidores y no consumidores de Hallyu

El primer objetivo específico de esta investigación fue identificar a los alumnos de secundaria que consumen y no consumen los productos del Hallyu. En los resultados obtenidos se identificó que el 29.4% de los participantes (88.4% mujeres y 11.6% hombres) son consumidores del Hallyu, siendo las mujeres las mayores consumidoras de estos productos, encontrando una diferencia estadísticamente significativa ($X^2=31.13, p < 0.01$). Estos resultados son similares a los obtenidos en otras investigaciones, como la de Ocampo y Hernández (2022), quienes mencionan el que la mayoría de los consumidores sean mujeres se debe a los estereotipos vinculados hacia los artistas coreanos, además se incrementan por las diferencias culturales entre artistas occidentales y orientales, entre las que destacan el uso de maquillaje y atuendos “femeninos” o extravagantes tanto por hombres como mujeres de la industria cultural coreana, situación que no es comúnmente aceptada por la sociedad mexicana, generando así la idea de que los productos de la Ola coreana van dirigidos específicamente a la población femenina. Simultáneamente, el K-pop y los K-dramas suelen representar a hombres que desafían las normas tradicionales de masculinidad, mostrándose sensibles y con un mayor cuidado a su apariencia, situación que puede resonar más en el grupo de consumidoras femeninas, dado que encuentran una alternativa a los modelos de masculinidad convencionales.

Por otra parte, en términos de tecnología y redes sociales, se identificó que los consumidores de Hallyu expresan un mayor uso de redes sociales, con respecto al grupo de no consumidores, identificando una diferencia estadísticamente significativa ($X^2=5.26, p < 0.05$). Estos datos sugieren que el consumo de Hallyu no es un simple fenómeno de entretenimiento, sino que se ha tornado en una actividad social. En este sentido, los consumidores de Hallyu al formar parte de comunidades de fans en redes sociales pueden experimentar un mayor sentido de identidad

social, pero también pueden sentir una mayor presión por replicar las tendencias y comportamientos populares en los seguidores del Hallyu, lo que podría intensificar la comparación social.

Del mismo modo, se encontró una diferencia estadísticamente significativa en torno al turno en que los consumidores se encuentran inscritos en la secundaria con respecto a los no consumidores ($X^2=3.95$, $p < 0.05$), dado que aquellos participantes que asisten al turno matutino tienen las tardes para el desarrollo de sus actividades personales, tiempo en el que pueden estar expuestos a redes sociales, plataformas de entretenimiento, y de manera particular al contenido de los productos del Hallyu. En este sentido investigadores como Gómez y Calderón (2022), han señalado que las tardes son aprovechadas por los adolescentes para actividades de ocio digital.

6.6.3 Perfil de los Consumidores de Hallyu

Por otra parte, de los participantes asignados al grupo de consumidores, el 49.3% ($n= 34$) reportan escuchar K-pop menos de una hora al día, y el 24.6% ($n=27$) indicaron que dedican de una a dos horas por día; mientras que el 43.5% ($n=30$) reportan ver K-dramas durante una a dos horas por día, mientras que 26.1% ($n=18$) señalaron que dedican de tres a cuatro horas por día. Estos resultados difieren de lo publicado por Habibah et al. (2021), ya que en su estudio la mayoría de los participantes (69%) estaban expuestos menos de 7 horas por semana. Esta variación en gran medida pudiese explicarse a que el estudio de Habibah no realiza una diferenciación entre consumidores y no consumidores de la Ola coreana, por lo que los datos pueden estar influenciados por los datos recabados en aquellas personas que no están interesadas en el K-pop y los K-dramas. Del mismo modo, este dato podría coincidir con otras estadísticas que reportan que México es uno de los 5 países con mayor consumo de K-pop, superando a otros países como Indonesia, país donde fue llevado a cabo el estudio de Habibah et al (2021). La dedicación de tiempo a K-pop y K-dramas

por parte de los consumidores sugiere una inmersión profunda en el contenido audiovisual que promueve una imagen centrada en estándares específicos de belleza y éxito.

Se puede observar que, dentro de la muestra se detecta un mayor consumo en horas de K-dramas que de K-pop, lo cual parece diferir con la noción de que el K-pop es el producto principal de la Ola coreana. En este sentido los participantes pudiesen estar mayormente influenciados por las características de las series coreanas.

De igual manera, se encontró que en el caso del K-pop la mayoría de los participantes (63.5%) comenzó a seguir a estos grupos por una canción que escuchó, mientras que en el caso de los K-dramas el primer acercamiento se dio por recomendación de amigos (33.8%) y de Netflix (27.7%). Estos hallazgos, difieren parcialmente en lo reportado en otras investigaciones como la de Fernández (2022), quien menciona que el primer contacto más común con el K-pop se da a través de amigos y familiares, hecho que demuestra la lealtad de los consumidores al hablar y animar a escuchar este género a las personas de su entorno. En contraste, para los K-dramas, el proceso de socialización primaria del consumo es más evidente, ya que la recomendación de amigos y las sugerencias de plataformas digitales como Netflix juegan un papel más destacado. Sin embargo, el inicio en la escucha del K-pop, también está influenciado por recomendaciones de plataformas como YouTube, mismas que emplean algoritmos que personalizan las sugerencias según el historial de consumo, lo que facilita la captación de nuevos consumidores de este contenido. Esta diferencia sugiere que, aunque ambos fenómenos culturales comparten una dimensión social en su difusión, la forma en que los nuevos seguidores se integran a cada uno varía según el tipo de contenido.

Sin embargo, la discrepancia en los resultados pudiese explicarse también a través de lo mencionado por Ryzhkov y López (2017), quienes refieren que la música pop coreana destaca por su hibridación, evidente en la producción de ritmos contagiosos, la alta calidad de sus mezclas, la

efectiva comercialización de sus productos y la gestión de una imagen visual atractiva. Además, el K-pop maneja de manera efectiva la gestión de una imagen visual atractiva y distintiva, lo cual contribuye a su popularidad global. Esta hibridación y el enfoque en la estética visual podrían ser factores que influyen en cómo los nuevos seguidores descubren y se enganchan con este género, diferenciándolo de otros productos culturales como los K-dramas, donde la recomendación de terceros tiene un papel más relevante.

En este sentido, se puede observar que los principales motivos para consumir K-pop que son reportados por los participantes son el ritmo de la música (47.8%), las coreografías (49.2%), la letra de las canciones (31.9%) y la apariencia de los artistas (24.6%). Estos motivos coinciden con los reportados en la investigación de Quingalahua (2019), en la que los jóvenes mencionaron que se sienten motivados a escuchar K-pop por la estética y el ritmo del K-pop, ya que ofrece coreografías llamativas, música con ritmos pegadizos y considerados como “intensos y creativos”. Además, destacaron elementos que les impactaron de inmediato, como los movimientos sincronizados, las voces potentes, los vestuarios extravagantes y los cabellos de colores vibrantes. Ryzhkov y López (2017) añaden que, en México, el consumo de K-pop se caracteriza por una mayor atención a los elementos de baile y apariencia física, entre los que destacan la atracción visual, la personalidad proyectada, la ropa que usan y, factores relacionados con la estética, tales como su delgadez, cortes de cabello, piel clara y ojos rasgados.

Al mismo tiempo, en el caso de las series coreanas la mayoría de los participantes (70.2%) mencionan la historia y/o guion de las series y la actuación de los artistas (47.8%); mientras que el 22.4% refiere que el motivo para consumir K-dramas son los valores que transmiten. Esto coincide en gran medida en lo reportado por Quingalahua (2019), quien menciona que, para la mayoría de los jóvenes, lo más motivador de los k-dramas es su trama interesante y, en ocasiones, el atractivo o talento de los actores, destacando que las temáticas incluyen valores familiares tradicionales,

comedias románticas con triángulos amorosos, musicales, dramas, asuntos históricos y retratos de la vida diaria. Sin embargo, es importante recordar que estas percepciones reflejan versiones idealizadas de las historias y valores que, en muchos casos, difieren de la complejidad y diversidad de la vida real en Corea del Sur.

Por otra parte, el hecho de que un sector de los participantes (66.7%) consideren a los artistas coreanos como un ejemplo a seguir es un indicador de la profunda influencia que el Hallyu puede ejercer en sus fans, dado que, tal como fue identificado en esta muestra, los participantes internalizan las características que admiran de estos artistas, como la disciplina, la estética y éxito. Esto plantea un riesgo particular, ya que el intento de replicar esta perfección percibida puede generar frustración, ansiedad y una IC negativa sino se cumple con estos estándares. Esta dinámica de comparación y autocrítica puede aumentar la vulnerabilidad a las CAR.

6.6.4 Factores biopsicosociales presentes en los participantes

En primer lugar, se identificó que el 68.07% de los no consumidores (n=113) presentan un IMC normal, el 12.05% (n=20) presenta sobrepeso, el 17.47% (n=27) presenta obesidad, y en 2.4% (n=4) presenta bajo peso para su edad. Respecto a los consumidores, el 55.08% (N=38) presentan un IMC normal, el 10.14% (n=7) presenta sobrepeso, y el 17.47% (N=24) presenta obesidad. Estos datos son consistentes con lo reportado por la OMS (2022), que señala que a nivel mundial uno de cada tres niños y adolescentes se encuentran en riesgo de sobrepeso u obesidad, situación que ha sido explicada por los niveles de sedentarismo reportados en este grupo de edad y el aumento en el consumo de alimentos procesados. En el caso específico de los consumidores de Hallyu, esta tendencia podría estar relacionada con el tiempo que dedican al consumo de K-pop y K-dramas, actividades principalmente sedentarias que, combinadas con el acceso a dispositivos digitales y redes sociales, fomentan una vida menos activa físicamente. Esta falta de AF, junto con los posibles

cambios en los patrones de alimentación, podría contribuir al mayor porcentaje de sobrepeso y obesidad observados en este grupo.

Respecto al segundo objetivo general, el cual consistió en identificar a los participantes con riesgo de desarrollar TAI, de acuerdo con el punto de corte establecido para el *ChEAT* para población mexicana, se identificó que 39 alumnos (16.6%) de la muestra encuestada están en riesgo de desarrollar algún TAI, de los cuales 19 de los consumidores (27.5%), y 20 de los no consumidores (12.1%) manifiestan la realización de CAR. Estas cifras son mayores a las reportadas por Villalobos-Hernández et al. (2023), sobre la ENSANUT-2022, en la que se reporta que el riesgo de TAI es de 3.1% al 6.3% para personas de entre 10 a 19 años. Del mismo modo, resultado supera a la estadística señalada por Enríquez (2020) en la que, en adolescentes escolarizados de 11 a 16 años de la ciudad de Pachuca, el 12.5% de las mujeres y el 7.1% de los hombres presentan CAR. Estas diferencias parecen sugerir un incremento con respecto a la proporción de hombres y mujeres en riesgo de TAI, situación que puede ser explicada en primer lugar por el uso de instrumentos distintos para evaluar las conductas y actitudes alimentarias no saludables. Del mismo modo, este incremento también puede ser explicado por lo mencionado por Villalobos et al. (2020) quien menciona que estas cifras pueden deberse a los cambios culturales, con una mayor presión por conseguir o mantener una figura corporal delgada. Así mismo, el que la mayor proporción de las consumidoras sean mujeres, podría explicar la proporción encontrada, dado que la noción de un cuerpo esbelto en las mujeres se vincula a la imagen de una persona exitosa, triunfal y bella, misma que es reforzada por la publicidad, la industria de la moda y los medios de comunicación, así como las diversas campañas de salud preventiva dirigidas a adolescentes en las que se emplean imágenes de personas delgadas como sinónimo de salud y belleza (Barajas-Iglesias et al. 2018; Barriguete et al. ,2022; Cruz et al., 2018; Moral-Agúndez y Carrillo-Durán, 2020). Sin embargo, la proporción de consumidores del Hallyu en riesgo fue menor

a la reportada por Habibah et al. (2021), quienes identifican que el 47.7% de las personas expuestas a la Ola coreana se encuentran en riesgo de desarrollar TAI, diferencia que puede ser explicada por factores como las diferencias geográficas y en el somatotipo de las personas de México y de países del Sudeste Asiático, tales como Tailandia.

En el caso de la AF, y en concordancia con el tercer objetivo específico que buscó conocer la AF de los participantes, se identificó que el 17.5% de los no consumidores son físicamente activos, el 35.5% son moderadamente activos, y 47% son inactivos; mientras que el 44.9% de los participantes son físicamente inactivos, 44.9% son moderadamente activos y el 11.6% son físicamente activos.; por lo que únicamente solo 2 de cada 10 adolescentes sigue las recomendaciones de la OMS (2022) sobre AF. Respecto a los datos locales, en relación a las cifras de la ENSANUT 2018 en la que se identificó que sólo el 14.1% de la población cumple con los parámetros de AF recomendados por la OMS; los datos son bastantes similares con los encontrados en el presente estudio, pese a las diferencias de temporalidad y al periodo de confinamiento experimentado durante 2020-2022, en el que se reportó una menor AF por parte de los adolescentes. Así mismo, estos datos pudiesen explicarse respecto a que a medida que la edad se incrementa los índices de AF disminuyen, debido a que la mayoría de los adolescentes muestran cierta aversión hacia las clases de educación física, el cambio en las actividades de los adolescentes, prefiriendo actividades alternas para el uso del tiempo libre (Ayala et al., 2019), así como el rito de paso de un rol activo e infantil a uno inactivo y “maduro”, el cual explica Lizandra y Peiró-Velert (2020) se ve enmarcado por patrones sedentarios y las conductas de riesgo como el consumo de sustancias adictivas. Con respecto al sexo, se sugiere que los roles y estereotipos de género pudiesen influir en los porcentajes de AF de las mujeres, ya que esta a su vez se me atravesadas por normas sociales y culturales, en las que las mujeres perciben un trato distinto y discriminatorio

con respecto a los hombres al momento de practicar AF, mismos que merman su participación en los deportes (Alemany et al., 2019).

Como cuarto objetivo específico se tuvo la misión de comparar los niveles de AF y la presencia de CAR en adolescentes de secundaria que consumen los productos de la Ola coreana y en aquellos que no los consumen; así como analizar la relación entre la presencia de conductas alimentarias de riesgo y los niveles de AF dentro de la población a investigar.

En primer lugar, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en el riesgo de TAIA con respecto al consumo o no consumo del Hallyu ($X^2 = 8.45, p < 0.01$), particularmente con respecto a aquellas CAR relacionadas con las conductas restrictivas y la preocupación por el peso corporal, mismas que son evaluadas por el *CHEAT*; siendo mayor el riesgo cuando se consume en comparación si no se consume, este hallazgo, es coincidente con lo señalado por los estudios de Habibah et al (2021) y de Kumari (2024), quienes señalan que la exposición al Hallyu incrementa el riesgo de padecer algún TAIA con respecto a aquellas personas que no han sido expuestas a este fenómeno cultural. De este modo, se puede considerar al Hallyu como una variable sociocultural que puede incrementar el riesgo de desarrollar algún TAIA, debido a factores como las narrativas de modificación corporal de los K-dramas y a los ideales de belleza promovidos por los *idols*, quienes pese a los mensajes de autoaceptación y amor propio difundidos en las letras de sus canciones; han adoptado los estándares de belleza occidental ligados a la delgadez, mismos que han llevado a los *idols* a desarrollar dietas rígidas y en algunos casos presentando conductas de control de peso como las dietas restrictivas, atracones, purgas, vomito autoinducido y las rutinas de ejercicio. Adicionalmente dentro de estos factores, se destaca la facilidad con la que un adolescente puede adquirir y/o conocer estas dietas, mismas que son replicadas e imitadas con la intención de poder parecerse a sus artistas favoritos, situación que a su vez ha motivado a adoptar

un estilo de vestir similar al de los artistas coreanos y una rutina de *skincare* para el cuidado de la piel.

Respecto a la AF no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre el consumo o no consumo de estos productos ($X^2 = 1.44, p > 0.05$). Esto sugiere que, aunque ambos grupos reportan distintos niveles de consumo de contenido, este factor no parece afectar directamente sus patrones de AF. Esto podría indicar que el tiempo invertido en el consumo de Hallyu no necesariamente desplaza la práctica de AF recomendada en ambos grupos, lo cual podría deberse a factores externos como las obligaciones escolares, las rutinas familiares o la disponibilidad de espacios para la AF, que afectan a los adolescentes de manera generalizada. Sin embargo, estos resultados no pueden ser comparados con otros estudios al no haberse evaluado previamente esta variable con relación al consumo de Hallyu. Con base en estos resultados, se acepta parcialmente la hipótesis alterna de que existen diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de AF y la presencia de CAR en adolescentes de secundaria que consumen los productos de la Ola coreana y en aquellos que no los consumen; ya que estas diferencias fueron únicamente significativas para el caso de las CAR, pero no así para el caso de la AF.

6.6.5 Relación entre las variables de estudio

Finalmente, en relación al quinto objetivo específico, el cual buscó analizar la relación entre las variables de interés de este estudio, las asociaciones observadas entre las variables de consumo de Hallyu, alteración de la IC, CAR, y AF, revelan patrones significativos que sugieren cómo el consumo de contenido cultural afecta el bienestar psicológico y los comportamientos de salud en los adolescentes.

En primer lugar, entre los consumidores de Hallyu, se observó una correlación positiva, aunque débil, entre el tiempo dedicado a escuchar K-pop y el puntaje obtenido en el *ChEAT*, el cual evalúa la presencia de actitudes alimentarias de riesgo ($r = 0.299, p < 0.05$). Esta relación

indica que los adolescentes que dedican más tiempo al consumo de K-pop son más propensos a desarrollar actitudes alimentarias inadecuadas. Este hallazgo sugiere que la exposición a estándares de belleza idealizados, presentes en la cultura Hallyu, podría intensificar la presión sobre estos adolescentes para alcanzar una apariencia delgada, contribuyendo al desarrollo de conductas alimentarias restrictivas. Thompson et al. (1999), señala que la internalización de los ideales de belleza, como la exposición repetida a estos ideales puede llevar a los adolescentes a adoptar estos estándares de belleza como propios, lo que incrementa la comparación social y el riesgo de insatisfacción corporal. Así mismo, estos índices de correlación son similares a los encontrados por Habibah et al. (2021), Kumari (2024) y Tresna et al. (2021).

Sin embargo, se encontró una relación negativa entre las horas dedicadas a escuchar K-pop y la alteración de la IC en el grupo de consumidores ($r = -0.251, p < 0.05$), lo cual sugiere que, para algunos adolescentes, una mayor exposición al K-pop podría estar asociada con una percepción corporal menos distorsionada. Esta asociación negativa puede deberse a que estos adolescentes encuentran en el K-pop una comunidad de apoyo y pertenencia que modera el impacto negativo de los estándares de belleza. Sin embargo, también podría reflejar una identificación selectiva con aspectos de la cultura Hallyu que no están únicamente centrados en la apariencia física, como la disciplina o el trabajo en equipo.

En contraste, los no consumidores mostraron una correlación estadísticamente significativa y moderada entre las alteraciones en la IC y el puntaje Z del IMC ($r = 0.523, p < 0.01$), sugiriendo que, aunque no estén expuestos a Hallyu, estos adolescentes también enfrentan presiones sociales relacionadas con su apariencia física. Este hallazgo es consistente con estudios que indican que los adolescentes con un IMC elevado tienden a experimentar mayor insatisfacción corporal, independientemente de su nivel de exposición a medios específicos (Guerrero- Cuevas et al., 2022; Saucedo et al., 2021).

Al mismo tiempo, en el grupo de consumidores de Hallyu, se observó una correlación negativa fuerte entre la alteración de la imagen corporal y el puntaje Z del IMC ($r = -0.458$, $p < 0.01$), lo que indica que aquellos con un IMC más alto experimentan una percepción corporal más distorsionada. Este patrón sugiere que la presencia de estándares de delgadez promovidos en el K-pop podría intensificar la insatisfacción corporal en aquellos adolescentes cuyo IMC no cumple con estos ideales. La Teoría de la Comparación Social de Festinger et al. (1954), podría explicar este fenómeno, ya que los adolescentes tienden a evaluar su propia valía comparando su apariencia con la de otros, y el consumo de Hallyu proporciona figuras con las cuales realizar estas comparaciones.

En cuanto a la AF, pese a que no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre consumidores y no consumidores, Se identifica una correlación positiva moderada entre la edad y los niveles de AF en el grupo de consumidores de Hallyu ($r = 0.242$, $p < .05$). Esto sugiere que, a medida que los consumidores de K-pop aumentan en edad, tienden a participar más en actividades físicas. Este aumento podría estar asociado a una mayor conciencia sobre la salud y el bienestar a medida que maduran, o al desarrollo de intereses que incluyen actividades deportivas y recreativas comunes en etapas de adolescencia media y tardía.

Además, es posible que los adolescentes mayores dispongan de más autonomía y control sobre su tiempo libre, lo que les permite equilibrar sus intereses en K-pop con otras actividades físicas, al contrario de los adolescentes más jóvenes, quienes podrían tener horarios más estructurados o restricciones familiares sobre el uso del tiempo. Esta tendencia sugiere que los efectos del consumo de Hallyu sobre los niveles de AF pueden variar dependiendo de la edad, y que los adolescentes mayores podrían estar mejor equipados para integrar sus intereses digitales en un estilo de vida equilibrado que incluya AF regular.

En este sentido, se acepta parcialmente la hipótesis nula de que en los adolescentes de 12 a 15 años del Estado de Hidalgo no presentan una correlación estadísticamente significativa ni positiva entre el consumo de productos Hallyu, la presencia de CAR y sus niveles de AF, ya que, pese a que, aunque algunas de las variables se correlacionan de forma significativa entre sí, estas correlaciones son débiles.

En conclusión, esta primera fase del estudio ha permitido identificar asociaciones significativas entre el consumo de Hallyu (en particular, K-pop y K-dramas) y variables de salud como la IC, las CAR y los niveles de AF en adolescentes mexicanos. Los resultados indican que los adolescentes consumidores de Hallyu presentan un mayor riesgo de CAR en comparación con los no consumidores, lo cual sugiere que la exposición a estándares de belleza promovidos en el contenido coreano podría influir en la IC y las actitudes alimentarias de los jóvenes.

Además, se observó una correlación positiva entre la edad y los niveles de AF en el grupo de consumidores sugiere que, a medida que los adolescentes avanzan en edad, tienden a equilibrar su interés por el consumo mediático con un mayor compromiso hacia la AF.

Este estudio representa uno de los primeros esfuerzos por explorar la relación entre el consumo de Hallyu, la IC, las CAR y la AF en adolescentes mexicanos. Los hallazgos destacan la posible influencia del contenido mediático global en el bienestar psicológico y físico de los jóvenes, y aportan un primer marco de referencia para comprender cómo el fenómeno Hallyu se relaciona con aspectos importantes de la salud adolescente en el contexto mexicano.

6.7 Sugerencias y Limitaciones

En esta primera fase del estudio, los hallazgos cuantitativos aportan una visión inicial sobre la relación entre el consumo de Hallyu, las CAR, la IC y los niveles de AF en adolescentes mexicanos. Los resultados sugieren que el consumo de contenido coreano puede estar asociados

con una mayor vulnerabilidad a las CAR, además de influir en la percepción de la IC, lo cual subraya la importancia de continuar explorando estos temas en contextos culturales específicos.

Sin embargo, el estudio presenta algunas limitaciones que deben tomarse en cuenta. La muestra está restringida a la población de Pachuca de Soto, Hidalgo, lo que circunscribe la generalización de los resultados a nivel nacional. Además, el diseño transversal no permite establecer relaciones causales entre el consumo de Hallyu y las variables de salud evaluadas. Futuras investigaciones podrían ampliar el estudio a otras regiones del país y emplear diseños longitudinales que permitan observar cómo estas relaciones evolucionan con el tiempo, incluyendo a su vez áreas rurales y urbanas con diferentes niveles de acceso a medios digitales, para obtener una visión más representativa de la población adolescente mexicana.

Del mismo modo, otra limitación metodológica es el uso de cuestionarios autoreportados, lo cual puede introducir sesgos de deseabilidad social en las respuestas de los adolescentes. Los participantes pueden haber respondido de manera que consideraran socialmente aceptable, especialmente en temas sensibles como la IC y las CAR. Es posible que el mensaje de "amarse a sí mismo" y de aceptación corporal, promovido en muchos contenidos de K-pop y *Hallyu*, haya influido en cómo los adolescentes perciben y reportan su relación con su cuerpo. En este sentido, se sugiere que para próximos estudios se incluyan otras mediciones objetivas como la evaluación antropométrica y psicológica realizada por nutriólogos, médicos y psicólogos para una obtención más certera de valores como el IMC.

A pesar de las limitaciones mencionadas, este estudio presenta diversas fortalezas que refuerzan su relevancia y aportes al campo de estudio. En primer lugar, representa una de las primeras aproximaciones en el contexto mexicano para analizar la relación entre el consumo de Hallyu y variables de salud como la IC, la AF y las CAR. Dado el limitado número de

investigaciones previas en Latinoamérica sobre este tema, los hallazgos obtenidos contribuyen a la generación de conocimiento en una línea de estudio aún poco explorada.

Además, la muestra utilizada, aunque delimitada geográficamente, está conformada por adolescentes que se encuentran en una etapa crucial del desarrollo, caracterizada por una alta sensibilidad a la influencia de los medios de comunicación y la cultura popular.

Del mismo modo, el cuestionario de consumo de K-pop y K-dramas empleado en esta fase del estudio ha demostrado ser útil para identificar diferencias clave entre consumidores y no consumidores de Hallyu, permitiendo observar asociaciones significativas con variables de salud como la IC, la AF y las CAR. Esta herramienta ha facilitado una primera categorización confiable que proporciona una base sólida para el análisis de patrones de consumo mediático en adolescentes mexicanos, lo cual es particularmente valioso dado el limitado número de estudios previos en este contexto. A futuro, una validación psicométrica más extensa del cuestionario permitiría fortalecer aún más su precisión y fiabilidad en la medición de distintos niveles y estilos de consumo de Hallyu. Esta validación contribuiría a una comprensión más detallada de cómo la intensidad y frecuencia de exposición a contenidos de K-pop y K-dramas pueden relacionarse con aspectos específicos de la salud y el bienestar en esta población.

Se sugiere, además, el desarrollo de intervenciones educativas en el entorno escolar que ayuden a los adolescentes a desarrollar una IC positiva y a consumir contenidos mediáticos de manera crítica, promoviendo un equilibrio entre el consumo digital y la AF. Asimismo, los hallazgos obtenidos proporcionan una base empírica que puede servir como punto de partida para futuras investigaciones. En particular, pueden orientar el desarrollo de estudios que analicen el impacto del consumo mediático a lo largo del tiempo, así como la implementación de estrategias educativas dirigidas a fomentar una IC saludable en adolescentes.

Capítulo 7. Fase 2: Estudio Cualitativo

En este capítulo, se desarrolla el método de la segunda fase de esta tesis, dedicada a profundizar en los hallazgos de la fase 1, mediante el uso de grupos focales. Es importante recordar que en la primera fase de esta investigación se identificaron a los alumnos en riesgo de desarrollar TAIA, sus niveles de AF y a aquellos alumnos que son consumidores del Hallyu.

A partir del logro de los primeros objetivos de este estudio, se ha realizado el trabajo de campo correspondiente a la realización de grupos focales con aquellos participantes que presentaron puntajes de riesgo en los instrumentos de la fase 1; grupos que fueron grabados en audio para posteriormente transcribir la información y recabada y dar inicio al análisis de la información obtenida en esta segunda etapa.

7.1 Pregunta de investigación

¿Cuáles son las experiencias y vivencias de adolescentes hidalguenses de secundaria que consumen Hallyu con respecto a la presencia de conductas alimentarias de riesgo y actividad física; y cómo estas son percibidas por los participantes?

7.2 Objetivos

7.2.1 Objetivo General

Explorar las experiencias y vivencias de los adolescentes de secundaria que consumen Hallyu con respecto a la presencia de conductas alimentarias de riesgo y actividad física, mediante el uso de grupos focales, para comprender como son percibidas estas conductas y cuáles son las cogniciones y afectos vinculados a ellas.

7.2.2 Objetivos Específicos

-Explorar las experiencias en torno al consumo de la Ola Coreana de los adolescentes de la muestra.

-Identificar las conductas en torno al consumo y cómo estas son percibidas por los adolescentes.

-Conocer las percepciones vinculadas a la presencia de conductas alimentarias de riesgo y a los niveles de actividad física dentro de los participantes.

-Explorar los factores de riesgo y protección presentes en la muestra de estudio a partir de su discurso.

7.3 Hipótesis

No aplica una hipótesis para esta etapa.

7.4 Método

7.4.1 Tipo de Estudio y Diseño

Esta fase tendrá un carácter cualitativo complementario, con un enfoque fenomenológico-hermenéutico.

7.4.2 Población y muestra

7.4.2.1 Población

Esta investigación fue llevada a cabo en una institución de educación secundaria del municipio de Pachuca de Soto, específicamente en el barrio del Arbolito.

7.4.2.1.1 Localización y fundación

De acuerdo con Ramírez y Fernández (2013) la ciudad de Pachuca, localizada en el valle de Tlahuelilpan a 90 kilómetros al noroeste de la Ciudad de México, creció en gran parte debido a su pasado como centro minero, lo que moldeó su estructura urbana y la llevó a convertirse en la capital del estado de Hidalgo. Añaden que, los trabajadores mineros, que llegaron en busca de empleo, se asentaron de forma gradual y espontánea en zonas elevadas del valle, conocidas como barrios altos, ubicadas en las pendientes de los cerros al norte de la ciudad. El barrio de El Arbolito es un ejemplo representativo de estos asentamientos, mismo que ha sido catalogado como emblemático con una población que crecía o se reducía de acuerdo a las necesidades de extracción mineral (Aguilar, 2024).

Contrario a otros barrios de la ciudad, los cuales adjudicaron su nombre a un santo católico o el de alguna mina, en el caso de el Arbolito el nombre se debe en gran medida a una característica

única dentro de la unidad urbano, la cual fue, un árbol de pirul que se encontraba en el centro, mismo que fungía como un apoyo geográfico para la ubicación de una persona, a partir de verbalización de frases como “te veo en el arbolito y de ahí nos vamos para el centro”; o como un lugar de convivencia en el que los mineros acomodaban bancas a su alrededor (Aguilar, 2024; Vázquez, 2023).

En este sentido, dentro del barrio se encuentran las minas de San Juan Pachuca, El Porvenir, El Cuixi y Loreto, cuya producción las ha vuelto emblemáticas de la región (Vázquez, 2023); sin embargo, para 1960 la minería pasó a ser una actividad económica secundaria, lo que generó cambios en la zona, como la implementación de drenaje y asfalto, ya que antes las calles y callejones eran de piedra y tierra.

7.4.2.1.2 El barrio El Arbolito en la Actualidad

La Secretaría de Turismo (2023), anunció que el Arbolito fue reconocido como el cuarto Barrio Mágico de México, nombramiento que busca resaltar la importancia histórica y cultural de este espacio, ya que fue una de las primeras colonias habitadas por trabajadores mineros durante el auge de la minería en el siglo XIX, impulsada por empresas inglesas. Además, el reconocimiento de "El Arbolito" como Barrio Mágico tuvo como objetivo no solo preservar su esencia y legado histórico, sino también posicionarlo como un destino turístico clave, atrayendo visitantes a explorar su patrimonio, tradiciones y gastronomía.

7.4.2.1.3 Instituciones escolares.

El Arbolito dispone de tres instituciones de educación de nivel básico, las cuales incluyen un jardín de niños y una escuela primaria, las cuales operan únicamente en el turno matutino; al

igual que una escuela de educación secundaria, la cual cuenta tanto con turno matutino como vespertino. Esta última institución, fue el escenario para el desarrollo de la presente investigación.

La escuela secundaria cuenta con una población estudiantil de aproximadamente 394 estudiantes en ambos turnos, contando con 283 alumnos en el turno matutino y 107 en el vespertino. Así mismo, se tiene registro que, al momento de llevar a cabo este estudio, se contaba con 144 hombres y 149 mujeres en el turno matutino; así como 51 hombres y 56 mujeres en el turno vespertino. Estos alumnos se encuentran distribuidos en 4 grupos por cada uno de los tres grados dentro del horario matutino, mientras que en el turno vespertino se cuenta con dos grupos de primero, tres de segundo y dos de tercero.

Por otra parte, la escuela como oferta adicional al plan curricular dictado por la SEP, tiene los talleres de dibujo técnico, Tecnologías, Industria textil, y artesanías; así como siete clubs que pueden ser tomados a contra turno por los alumnos: Elaboración de dulces, Ajedrez, Basquetbol, Repostería, Fútbol (Femenil y varonil) y baile. Sin embargo, es importante señalar que estos talleres únicamente cubren a un máximo de 15 alumnos por cada uno de ellos, situación derivada de la falta de aulas que puedan ser usados de manera fija para la impartición de los mismos.

Así mismo, se identificó que para cubrir las clases de ambos turnos se cuenta con una planilla docente frente a grupo de 29 personas para ambos turnos, de los cuales 17 son mujeres y 12 hombres. Del mismo modo, cada turno cuenta con dos prefectos que se encargan de supervisar a los alumnos, así como personal de limpieza y mantenimiento. Cabe señalar, que el turno matutino cuenta con un psicólogo escolar que brinda atención a alumnos y asesoría a padres de familia.

7.4.2.2 Muestra

La muestra de esta segunda fase de investigación se obtuvo mediante los resultados de la fase anterior, por lo que el muestreo empleado fue no probabilístico, intencional por sujetos tipo.

Se incluyó a 17 estudiantes que presentaron puntajes altos en la *ChEAT* o que presentaron alteración de su IC, resultados obtenidos en la fase 1.

Criterios de Inclusión. Consumir al menos un producto de la Ola coreana, estar inscrito en la institución y haber obtenido puntajes que indiquen riesgos en las escalas vinculadas a las CAR (puntajes altos) o que presenten alteración de la IC.

Criterios de Exclusión. No haber participado en la fase anterior, no presentar asentimiento y consentimiento informado por parte del alumno y de su tutor.

Criterios de Eliminación. Alumnos que no asistan a todas las sesiones programadas para la segunda fase o que decidan abandonar el estudio.

7.4.2.2.1 Participantes

A continuación, se describe a los participantes que integraron cada uno de los grupos focales (Tabla 6).

Tabla 6

Descripción de los participantes por grupo

Grupo con Riesgo de TAlA	Grupo con Alteración de la Imagen corporal
Pseudónimo: <i>Nugget de pollo*</i>	Pseudónimo: Kim Dan
Edad: 13	Edad: 14
Grado: 2°	Grado: 2°
Nivel de AF: Moderadamente activa	Nivel de AF: Moderada
IMC: Normal	IMC: Normal
Pseudónimo: Papita	Pseudónimo: Quin
Edad: 12	Edad: 14
Grado: 1°	Grado: 3°
Nivel de AF: Inactiva	Nivel de AF: Moderada
IMC: Obesidad	IMC: Obesidad

Grupo con Riesgo de TAI	Grupo con Alteración de la Imagen corporal
Pseudónimo: Li	Pseudónimo: TeTe
Edad:13	Edad: 14
Grado: 2°	Grado: 3°
Nivel de AF: Inactiva	Nivel de AF: Inactiva
IMC: Normal	IMC: Normal
Pseudónimo: Queso (rallado)	Pseudónimo: Jeon Yeong
Edad: 12	Edad: 12
Grado:1°	Grado:1°
Nivel de AF: Moderada	Nivel de AF: Moderada
IMC: Normal	IMC: Normal
Pseudónimo: Pam	Pseudónimo: Karol
Edad:13	Edad:13
Grado: 2°	Grado: 2°
Nivel de AF: Inactivo	Nivel de AF: Moderada
IMC: Obesidad	IMC: Sobrepeso
Pseudónimo: Maxi	Pseudónimo: Mary
Edad: 13	Edad: 12
Grado: 1°	Grado:1°
Nivel de AF: Inactivo	Nivel de AF: Moderada
IMC: Obesidad	IMC: Normal
Pseudónimo: Katho	Pseudónimo: Star
Edad: 13	Edad: 12
Grado: 2	Grado:1°
Nivel de AF: Moderada	Nivel de AF: Moderada
IMC: Normal	IMC: Normal
	Pseudónimo: Shin Suri*
	Edad: 12
	Grado:1°
	Nivel de AF: Moderada
	IMC: Normal

****Las participantes declaran estar o haber estado bajo tratamiento por TAI***

7.4.3 Técnica de recolección de datos.

Para esta fase del estudio se emplearon grupos focales, los cuales fueron guiados con base al formato de *Entrevista Semiestructurada* desarrollada para esta etapa. Estos grupos focales tuvieron una duración de dos sesiones de hora y media, en la que se profundizó en los resultados de la primera fase, por lo que se abordaron temas como: las experiencias en torno al consumo, los

pensamientos y emociones ligadas a este y los factores implicados en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo y en los niveles de actividad física de los informantes.

7.4.4 Procedimiento

La Figura 8 expone de manera gráfica el procedimiento implementado para la segunda fase de esta investigación.

Figura 18

Procedimiento fase 2



Es importante señalar que se llevaron a cabo dos grupos focales en los que mediante dos sesiones se profundizó en los temas previamente señalados. El grupo focal 1 se conformó por nueve participantes quienes fueron agrupados a partir de la presencia de riesgo de TAIA, mientras que para el grupo 2, diez participantes se agruparon por la presencia de alteración de la IC, sin importar el grado escolar en el que se encontraban inscritos. Para la aplicación de los grupos focales, se requirió de la participación de un moderador y de dos observadores por sesión que fueron previamente se les capacito sobre los objetivos de este estudio y la estructura del grupo focal. Una

vez que se recolectada la información, se prosiguió a la transcripción de las grabaciones, mismas que serán posteriormente analizadas e interpretadas.

7.4.5 Análisis de Datos

Para el análisis de los datos obtenidos en esta fase, en primer lugar, se han transcrito los datos recopilados en los grupos focales, para posteriormente realizar análisis de contenido a partir de la propuesta de González (19997) en la que se buscó identificar los significados profundos en las respuestas de los participantes, teniendo en cuenta no solo lo que decían, sino también el contexto y sus experiencias personales, por lo que se identificaron temas clave que ayudaron a construir una interpretación general. En este sentido, y siguiendo a Kvale (1996) el análisis de contenido comenzó con la lectura inicial de las transcripciones de los grupos focales para generar una idea general del contenido. Luego, se identificaron unidades de registro o frases específicas que posteriormente fueron codificadas, clasificándolas en distintas categorías según sus características. Finalmente, se realizó un análisis temático, agrupando las unidades por temas específicos para profundizar en la interpretación de los datos.

7.4.5.1 Categorías de Análisis

Las categorías de análisis a emplearse son de carácter deductivo, dado que se han construido a partir de las lecturas del marco teórico, y se complementaron de manera inductiva a partir de las aportaciones de los informantes de esta etapa. En este sentido, y en concordancia con los objetivos específicos de esta fase de investigación se han formulado tres categorías de análisis: a) Primer contacto con el Hallyu, b) Conductas asociadas al consumo, y c) Impacto en relaciones interpersonales.

A continuación, se describen de manera general las categorías a analizarse (Tabla 7).

Es importante señalar que para el análisis de los grupos focales se consideraron las frecuencias de respuesta de las informantes, definidas de la siguiente forma:

Para el grupo con CAR: a) frecuencia alta (frecuencia de seis a ocho), b) frecuencia media (frecuencia de tres a cinco), c) frecuencia baja (frecuencia de uno a dos), y d) sin frecuencia (S/F).

Para el grupo con alteración de la IC: a) frecuencia alta (frecuencia de siete a nueve), b) frecuencia media (frecuencia de cuatro a seis), c) frecuencia baja (frecuencia de uno a tres), y d) sin frecuencia (S/F).

7.4.6 Consideraciones éticas y de bioseguridad del estudio

Adicionalmente a las consideraciones éticas de la primera fase de este estudio, para esta segunda fase nuevamente se solicitó la firma del consentimiento y asentimiento informado, haciendo las aclaraciones necesarias sobre las implicaciones de su participación en esta nueva etapa del estudio. En este sentido, con base al artículo 121 del Código Ético del Psicólogo Mexicano (Sociedad Mexicana de Psicología, 2002), se solicitó tanto de manera escrita como verbal la autorización de los participantes para poder grabar en audio las sesiones realizadas para los grupos focales, garantizándoles el manejo confidencial de los datos y reiterándoles que su participación es voluntaria. Así mismo, tanto el moderador como el observador del grupo focal se comprometieron a manejarse en todo momento con respeto hacia los participantes y a mantener completa confidencialidad sobre las respuestas emitidas durante las sesiones.

Tabla 7*Categorías de análisis*

Categoría	Definición conceptual	Descripción de la categoría	Preguntas relacionadas
Socialización del consumo	“Proceso mediante el cual las personas adquieren habilidades, conocimientos y actitudes relevantes para operar en los mercados” (Ward et al., 1974, p.10)	Momento inicial de exposición al K-pop y los K-dramas, las influencias, elementos y medios que motivaron su interés	¿Cuáles son los principales productos que consumes? ¿Cómo comenzaste a consumir este tipo de productos?
Consumo cultural	“Conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio” (García, 1999, p. 42)”	Conductas de imitación que surgen a partir del consumo de productos culturales, así como las percepciones asociadas a dicho consumo.	¿Cómo te sientes cuando consumes estos productos? ¿Qué piensas de ello? ¿Cómo impacta en tu vida cotidiana?
Relaciones interpersonales	“Son el intercambio de información, sentimientos y percepción de conductas y actitudes” (Panduro, 2018, p. 9)	Explora cómo el consumo de productos culturales coreanos impacta las relaciones sociales y familiares.	¿Cómo es tu relación con otras fanáticas? ¿Consideras que tu gusto por la cultura coreana ha impactado en la forma que te relacionas con tu familia?
Actividad física	“Comprende cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que resulta en un aumento sustancial en el gasto de energía” (Bouchard et al., 2006, p.12)”	Explora en el impacto de la cultura coreana en la práctica de ejercicio, como el baile influenciado por el K-pop y su papel en la vida de los participantes.	¿Practicas alguna actividad física? ¿Bailas K-pop?

Categoría	Definición conceptual	Descripción de la categoría	Preguntas relacionadas
Funciones cognitivas	“Son estructuras o mecanismos mentales que se ponen en funcionamiento cuando la persona observa, lee, escucha, mira” (Banyard, 1995, p. 14)	Se enfoca en las preferencias de los participantes respecto a la visualización de contenido en coreano, ya sea con subtítulos o doblado; explorando si esta elección afecta su capacidad de atención y la percepción de ser multitareas.	¿Cómo impacta en tu vida cotidiana?
Factores de riesgo	“Cualquier rasgo, característica o exposición de un individuo a que incremente su probabilidad de sufrir una enfermedad o lesión” (OMS, 2013, parr.5).	Aborda la influencia de diversos elementos que pueden afectar la salud mental y el bienestar de los participantes. Se incluyen aspectos como las habilidades sociales, el consumo de alcohol y el <i>Binge-watching</i> o maratones de televisión.	¿Con que frecuencia tiendes a desvelarte? ¿Sueles consumir alcohol o tabaco?

7.5. Resultados

7.5.1 Primer contacto con el Hallyu

Dentro de esta primera categoría de análisis se identificaron cuatro subcategorías las cuales se describen a continuación:

7.5.1.1 Motivación para el consumo del Hallyu

Tabla 8

Factores de influencia que incidieron en la motivación al consumo

Factor de influencia	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Recomendación de personas de su círculo socio-familiar	Alta	Alta	<i>“Yo empecé igual con series, bueno en el cuarto de una amiga y empecé, me recomendó incluso series y le dije que, qué era”</i> (Pam, G1, E1).
A través de otras personas que no forman parte de su círculo social.	Baja	N/F	<i>“Yo recuerdo que me salí a la calle y pues vi a unas personas bailando y me acerqué para preguntarles de qué, qué estaban bailando y me dijeron que estaban bailando k-pop y pues ya, así fue como comencé”</i> (Queso, G1, E1)
Medios de comunicación	N/F	Baja	<i>“Yo pues estaba bien tranquila viendo la televisión y le cambiaba para escuchar música y ahí me apareció”</i> (Kim, G2, E1).

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Para el grupo con alteración de la IC: a) frecuencia alta (frecuencia de siete a nueve), b) frecuencia media (frecuencia de cuatro a seis), c) frecuencia baja (frecuencia de uno a tres), y d) sin frecuencia (S/F).

En primer lugar, como se puede observar en la tabla 8 en el grupo de participantes identificados en riesgo de desarrollar algún TAIA se encontró una frecuencia alta sobre que el primer contacto con el Hallyu se dio motivado por la recomendación de personas de su círculo socio-familiar tales como hermanos, primos y amigos; mientras que la minoría tuvo este primer contacto a través de otras personas que no forman parte de su círculo social, tales como bailarines de la calle. En este sentido, cabe señalar que, de acuerdo con Lamont y Hargreaves (2019) la música y la identidad presentan una fuerte conexión durante la adolescencia. Las personas transmiten y expresan su identidad personal y grupal a través de sus preferencias musicales, las cuales están influenciadas por su entorno social, especialmente por compañeros y modelos a seguir, entre los que destacan los hermanos mayores. Adicionalmente, Bandura (1977), a través de la Teoría del Aprendizaje Social, señala que las percepciones sociales influyen en las preferencias personales. De este modo, los individuos adquieren conocimiento a través de la observación y, si reciben un refuerzo positivo por un comportamiento específico, como ver K-dramas o escuchar K-pop, la conducta será emitida con mayor frecuencia debido a la percepción de resultados positivos.

Ahora bien, el hecho de que el primer contacto se haya concretado a partir de las recomendaciones de familiares y amigos no solo resalta el carácter socializador de ambas instituciones, sino que también puede indicar el compromiso de los consumidores de la ola Hallyu en difundir estos grupos musicales y series de televisión. Como se expuso previamente en el capítulo 3 de este documento, los consumidores juegan un rol importante en la difusión de la cultura pop coreana en su entorno social, fomentando así el éxito de este fenómeno cultural.

Por otra parte, como se observa en la tabla 8, dentro del grupo con alteración de la IC, se identificó que de forma similar a los resultados del primer grupo, una alta frecuencia de participantes refiere que el primer acercamiento con estos productos se dio a partir de la recomendación de su círculo social, mientras que una frecuencia baja fue a través de los medios de comunicación a los que estas adolescentes se encuentran expuestas, por lo que este primer contacto se dio de manera accidental a partir de recomendaciones realizadas por plataformas como Netflix o por alguna de las canciones y videos musicales recomendados por Youtube.

Como previamente se señaló, se puede notar que, los amigos y familiares juegan un rol relevante en el primer contacto con el Hallyu. Sin embargo, en el caso de estos primeros contactos “accidentales” se puede hablar de las estrategias e inversión que la industria cultural coreana ha vertido hacia el K-pop y los K-dramas, dándoles una gran difusión y así permeando en el gusto de la población adolescente.

7.5.1.2 Tiempo de inicio

A su vez, en el caso del momento en que comenzaron a consumir estos productos, en el caso del grupo con riesgo con TAIA, una alta frecuencia de los participantes reporta que su exposición al Hallyu se dio durante la primaria, refiriendo a la vez periodos entre los dos a los seis años o identifican a la pandemia como un evento clave que marco este inicio; mientras que una baja frecuencia de participantes no refieren un momento específico o tienen un año de exposición, mismo que corresponde con el periodo de educación secundaria (un participante).

Por su parte, el grupo que presentaba alteración de la imagen corporal reportó frecuencias similares a las anteriores, mencionando a la educación primaria como una etapa clave en el inicio del consumo de Hallyu, con una frecuencia alta, y con frecuencias bajas las participantes mencionan no identificar un momento específico o tener cerca de un año de consumo.

Tabla 9*Evento reportado por los participantes para el inicio en el consumo*

Evento	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
En primaria/ durante la pandemia	Media	Alta	<i>“Pues yo me enteré nada más porque cuando empezó la pandemia siempre veía en las calles como escuchaban o algunas este... bailaban así, tipo... me intereso mucho saber sobre cómo hacían”.</i> (Papita, G1, E1).
Un año (durante la secundaria)	Baja	Baja	<i>“Como un año”</i> (Nugget, G1, E1).
Sin momento específico	Baja	Baja	El participante no refiere un momento específico dentro de su discurso.

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Estos hallazgos contrastan con lo encontrado en otros estudios tanto a nivel nacional como internacional los cuales mencionan que la mayoría de los consumidores del Hallyu comienzan durante la adolescencia o el ingreso a la educación secundaria. Sin embargo, es importante señalar que la ola coreana ganó popularidad durante la pandemia debido a que durante este periodo los K-dramas y el K-pop brindaron una opción de entretenimiento y de escapismo para las personas (Bhatti et al, 2023). Del mismo modo, Yoon (2023) señala que la difusión digital de Hallyu a través de las redes sociales y plataformas de noticias durante la pandemia impulsó aún más su alcance global, mejorando su poder blando y la influencia cultural de Corea del Sur en todo el mundo.

7.5.1.3 Medios de inducción

Por otra parte, en el caso de los medios o producto con el que se tuvo el primer contacto (Tabla 10), en el grupo de adolescentes con CAR se encontró que una baja frecuencia mostraron interés en el anime y posteriormente saltaron hacia el K-pop y los K-dramas, mientras que una frecuencia alta mostró interés por bailes que vieron en la vía pública o por alguna canción o video de K-pop, y una frecuencia baja se introdujo por las series coreanas, En contraste, en el grupo de alteración de la IC, una baja frecuencia comenzó tanto por el anime como por las series, mientras que una alta frecuencia inicio por el K-pop.

Tabla 10

Medios o producto por el que se introdujo al consumo

Medios	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Por el anime	Baja	Baja	<i>“Porque empecé con el anime y después fui viendo qué más había de abriéndome pasó a más otras cosas y ya vimos el k-pop y de los K-dramas” (Kazuki, G2, E1).</i>
Música (K-pop o baile)	Media	Alta	<i>“Comencé a escuchar k-pop por parte de recomendación de mi prima y comencé a ver series por parte de mi hermana” (Katho, G1, E1).</i>
K-dramas	Baja	Baja	<i>“Vi la primera serie hace como tres años y ya después de eso me empezó a interesar más y a mi hermana también” (Lee, G1, E1).</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Los resultados obtenidos en ambos grupos concuerdan con lo reportado con investigaciones previas, sobre que el K-pop es el producto de mayor difusión y por tanto el de mayor éxito por parte de la industria cultural coreana. Adicionalmente, el que algunas de las participantes hallan comenzado con el anime y posteriormente comenzaran a explorar otros productos de otros países asiáticos, podría verse explicado por Malik (2019) quien refiere que la difusión transcultural previa de anime japonés y manga ha jugado un papel importante en la proliferación de la cultura popular coreana, ya que en algunos casos el atractivo de los dramas televisivos coreanos radica en el hecho de que ciertas tramas en estos dramas son percibidos como adaptaciones de animaciones japonesas a las que se ha estado expuesto desde la infancia.

7.5.1.4 Atractivo para el consumo

Por otra parte, al analizar los elementos que los participantes encontraron atractivos para el consumo de productos, como se observa en la tabla 11, en su mayoría vinculados al K-pop, se encontró que estos son muy variados. En primer lugar, en el grupo con riesgo de TAIA, una frecuencia media de los participantes destaca elementos artísticos como las coreografías, la voz de los artistas y el ritmo como un elemento clave que atrae su interés, mientras que una frecuencia baja de los participantes encuentra la vestimenta como una característica destacada. En el grupo de Alteración de la IC, se encontró una frecuencia alta respecto a elementos artísticos como las coreografía, la actuación, el tono de voz y las situaciones de las series.

Adicionalmente, al profundizar en cómo es percibida la apariencia de estos artistas, tanto en el grupo con riesgo de TAIA, como en el grupo con presencia de alteración de la IC, dos participantes en cada grupo (las cuales fueron validadas por sus compañeras mediante el asentimiento con la cabeza) refirieron características deseables en estas artistas haciendo referencia tanto a características físicas como la estatura, la forma del cuerpo (específicamente la cara, manos,

Tabla 11*Elementos atractivos para el consumo*

Elementos	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Elementos artísticos	Media	Media	<i>"Mi mejor amiga fue la que me mandó videos y canciones de BTS y ahí fue donde me empezó a gustar más el K-pop y por lo que me llamó la atención fue su música, el ritmo y la coreografía"</i> (Li, G1, E1).
Vestimenta	Baja	N/F	<i>"A mí fue por su, por su color, por su vestimenta, el ritmo de las canciones y en general los idols"</i> (Nugget, G1, E1)
Apariencia	Baja	Baja	<i>"Lo que tienen... dicen es que la forma de su estatura, tienen que tener la forma y peso y creo que nada más eso, pero tienen manos delgadas, este... brazos como largos, también piernas, no sé este delgados de su cintura"</i> (Papita, G1, E1)

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

piernas y cintura) y el peso, como al carácter amigable que debe de ser expresado por las llamadas *idols*. En este sentido, autores como Jung y Lee (2006) y López (2017) refieren que la participación de los *idols* (tanto hombres como mujeres) dentro de la industria cultural coreana requiere del cumplimiento de otras características adicionales a las capacidades de canto y baile, sino que exige

la presencia de características físicas occidentalizadas, entre las que destacan el ideal de delgadez como un medio para asegurar el éxito de estas artistas entre sus consumidores.

Así mismo, tanto en el grupo TAIA y como en el grupo con alteración de la IC, una frecuencia baja refiere que estas artistas han logrado conseguir esas características a partir de medios como las dietas, las cirugías y los medicamentos, al respecto una de las participantes menciona:

"Yo he escuchado que a veces cuando los grupos todavía no están en debut, los idols son sometidos a dietas (...) A cirugías también y algunas veces a medicamentos" (Nugget, G1,E1).

Esta situación es descrita por autores como Padget (2017), quien describe que los ídolos se enfrentan a un inmenso escrutinio con respecto a su imagen corporal, lo que puede llevarlos a seguir métodos de dieta extremos. Esta presión constante para mantener una apariencia física idealizada genera un entorno en el que los ídolos se sienten obligados a modificar sus cuerpos de forma drástica, ya sea a través de una alimentación restrictiva, cirugías estéticas o incluso el uso de sustancias que promuevan la pérdida de peso, situación que es referida por una de las participantes:

"Yo estaba viendo que en los... cómo se llama, cuando esté BTS ha estado dando conciertos se han estado desmayando por la falta de hidratación, según tengo entendido por la dieta que han estado siguiendo ya que muchos comen... no me acuerdo que cantante parece que de Twice, este ella no come nada si no que toma puras medicinas y para que calme su hambre este come hielos y estaban diciendo que ha afectado su salud" (Nubecita, G1, E1)

Respecto a el impacto psicológico que perciben, una de las participantes añadió:

“Se sienten mal porque cuando se ven en un espejo piensan que son gordas y feas, y algunas lo que he visto y eh escuchado, entonces lo que hacen es vomitar o hacer ese tipo de cosas para que se sientan mejor” (Papita, G1, E1)

Esta situación, no solo afecta a los artistas, sino que permea a sus seguidores, dado que la exposición a estándares de belleza inalcanzables no solo afecta la autoestima y la percepción de la propia imagen, sino que también puede tener consecuencias significativas a nivel físico y psicológico, como trastornos de la conducta alimentaria y la normalización de procedimientos invasivos, ya que como lo mencionan dos de los participantes:

“[Este estándar] “no es saludable, pero es lindo” (Nugget, G1, E1).

“Yo digo que es algo muy serio, porque, para variar, los cantantes muestran en redes su físico y todo eso. Y, como puede que la mayoría del público sean niñas de entre 10 años en adelante, esto sí les puede dañar mucho cuando buscan las dietas de esos cantantes. Apenas estamos en desarrollo de crecimiento, y esto nos puede afectar mucho la salud de nuestro cuerpo”.

7.5.2 Conductas asociadas al consumo

Dentro de esta segunda categoría de análisis se identificaron cuatro subcategorías las cuales se describen a continuación:

7.5.2.1 Conductas de imitación

Como se observa en la tabla 12, en el grupo de participantes identificados en riesgo de desarrollar algún TAIA se identificó que una alta frecuencia de los participantes refiere imitar el estilo de maquillaje coreano, mientras que una frecuencia media refiere imitar la forma de vestir de sus artistas coreanos, y una frecuencia baja reporta imitar los peinados y la forma de expresarse en los videos de K-pop.

Tabla 12*Conductas de imitación*

Conducta	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Maquillaje	Alta	Baja	<i>"A veces el maquillaje o la forma de vestir" (Khato, G1, E1)</i>
Vestimenta o peinado	Alta	Baja	<i>"A veces para vestirme y comprar ropa me guio en la moda coreana" (Nugget, G1, E1)</i>
Manera de expresarse	Baja	N/F	<i>"En la forma de vestir, en cómo, bueno como se expresan por sus canciones y sus tipos de peinado que hacen... se hacen" (Nubecita, G1, E1).</i>
Dietas	Baja	Baja	<i>"Bueno pues buscaba una dieta para parecerme a un artista (...) para tener mi peso ideal, porque en mi familia me hacían bullying por estar gordito" (Kim Dan, G2, E1)</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Sin embargo, dentro del grupo de participantes que presentaban alteración de su IC, una frecuencia baja de las participantes menciona realizar conductas de imitación, siendo el copiar el estilo de vestir y de maquillarse las conductas más comunes. En este sentido, se puede observar que las conductas de imitación que se presentan con mayor frecuencia son la adopción del estilo de vestir y de maquillarse. Al respecto, Copa y Poma (2017) señalan que los fans suelen ver a los *idols* como modelos a seguir, no solo por su talento, sino también por su estilo personal. Esta identificación se traduce en un deseo de emular su apariencia, lo que incluye moda y maquillaje,

en la que la estética visual del K-pop, caracterizada por looks llamativos y bien cuidados, crea un estándar que muchos seguidores aspiran a alcanzar. Al profundizar en la accesibilidad a este estilo de vestir y maquillarse, algunas de las participantes refieren que comprar la ropa asociada a los *idols* (que los han visto o que tienen estampados con su imagen) puede ser un poco caro señalando que:

“Si, pues normalmente porque las prendas que ellos usan son de marcas y bueno más como marcas más conocidas para que así llamen la atención y las compres... y son un poquito caras" (Papita, G1, E1).

Andries (2014) refiere que cuando los consumidores jóvenes imitan los estilos de sus celebridades favoritas, pueden priorizar las marcas que se perciben como modernas o de moda, lo que a menudo lleva a un mayor gasto en prendas que imitan estos estilos. Adicionalmente, este fenómeno se ve reforzado por el deseo de pertenecer a una comunidad más amplia de aficionados, donde la adquisición de ropa y accesorios no solo se convierte en un acto de compra, sino también en un medio de expresión personal y de identificación con un grupo, de tal modo que, aunque son conscientes del costo económico que implica estas compras, se justifican por la satisfacción emocional y el sentido de conexión que generan.

Cabe señalar que, tanto en el grupo con CAR, como en el grupo con alteración de la IC, como se observa en la tabla 12 se identificó una frecuencia baja respecto a la experiencia de intentar copiar la dieta de los artistas coreanos.

7.5.2.2 Consumo de productos

En el grupo con riesgo de TAIA, se reportó una diversidad de productos adquiridos, destacando frecuencias bajas para la compra de cómics, de vestimenta/ropa, almohaditas, peluches o muñecos, mochilas, posters y frecuencia media en la compra de *photocards*.

Tabla 13*Consumo de productos*

Elementos	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Comics	Baja	N/F	<i>"Yo lo que he estado comprando ahorita</i>
Ropa	Baja	Media	<i>son, lo que son comics, este... este su vestimenta,</i>
Almohadas	Baja	Baja	<i>almohaditas de ellos, peluchitos y.... bueno ahorita</i>
Peluches o muñecos	Baja	Baja	<i>me voy a comprar una mochila y un tipo póster</i>
Mochilas	Baja	N/F	<i>algo así de BTS" (Nubecita, G1, E1).</i>
Posters	Baja	Media	<i>" [He comprado] cinco pósteres de BTS, 2 posters</i>
Photocards	Media	Media	<i>de Twice... un cuadro de BTS, 4 playeras de BTS,</i>
Libros	N/F	Baja	<i>unas calcetas de BTS, un libro de BTS y photocards</i>
			<i>de BTS" (Shinsuri (G2, E1).</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Por otro lado, en el grupo de alteración de la IC, se evidenció un mayor interés en la adquisición de productos, especialmente en el ámbito de la vestimenta/ropa, los posters y los las *photocards*, las cuales reportan frecuencias medias en su compra. Además, este grupo también

mostró frecuencias bajas de interés por productos como las almohadas, los peluches/muñecos y libros.

Aunque se observa una amplia dispersión en la frecuencia de compra de productos entre los dos grupos, es notable que ambos comparten una tendencia común hacia el hiperconsumo. Esta tendencia sugiere que, independientemente de las diferencias en la cantidad de productos adquiridos, los participantes en ambos grupos tienden a involucrarse en comportamientos de compra impulsiva y excesiva. En este sentido Martínez (2009), explica que este consumo no se vincula exclusivamente con el objeto material, sino que se consume la imagen simbólica vinculada a ellos que adquieren un valor social y se ven reflejadas en la vida cotidiana a través de estilos, actitudes y formas de expresión.

7.5.2.3 Percepciones asociadas al consumo

Tabla 14

Percepciones que favorecen el consumo

Percepción	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Sentirse más estéticas o divinas	Baja	Media	<i>"Me gusta porque siento que me favorece más... del cuerpo, de la cara, todo eso"</i> (Nuget, G1, E1)
Confianza o seguridad en sí mismas	Media	N/F	<i>"Pues me siento libre y segura de mí misma porque expresé... bueno utilizo cosas que a mí me hacen sentir bien y compro cosas que me hacen sentir bien"</i> (Pam, G1, E1).

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Al cuestionarle a los participantes sobre las percepciones que han favorecido estas conductas, los resultados revelan que tanto en el grupo con riesgo de TAIAs como en el grupo con alteración de la IC, hay sentimientos positivos relacionados con sus compras. En ambos grupos, los participantes (frecuencia baja para el grupo con CAR y frecuencia media para el grupo con alteración de la imagen corporal) expresaron que al consumir productos asociados a sus ídolos se sienten “un poquito más estéticas” o “divinas”. Además, una frecuencia media del grupo con riesgo de TAIAs indicó que se sienten cómodas con sus compras, así como la sensación de libertad y seguridad en sí mismas.

Frente a este contexto, Munawwarah y Suryaningrum (2024), señalan que los adolescentes frecuentemente veneran a las celebridades, lo cual tiene un impacto en su autoimagen. Esta devoción hacia los ídolos puede llevar a un impulso por emular sus características, resultando en un aumento de la autoestima cuando sienten que se asemejan a ellos.

Por otro lado, Cheung y Yue (2019) sugieren que esta emulación fomenta un sentido de pertenencia e identidad, ya que los adolescentes se alinean con las percepciones de belleza y éxito que representan sus ídolos.

7.5.3 Relaciones interpersonales

Dentro de esta tercera categoría se identificaron cuatro subcategorías, las cuales se describen a continuación:

7.5.3.1 Relación otros fans

Dentro del grupo con presencia de riesgo de TAIAs, se identifican dos tendencias principales en su interacción con otras fanáticas. Por un lado, una frecuencia media señaló que la afinidad compartida con otras personas del fandom es una experiencia agradable, destacando el sentido de comunidad que genera la pertenencia a un grupo con intereses similares; mientras que otros sector

(frecuencia media) mencionaron haber enfrentado conflictos entre fandoms a través de internet, incluyendo acoso y ataques por mensaje, lo cual indica que, además de las experiencias positivas de conexión, también pueden surgir situaciones de tensión y hostilidad en el entorno digital. Al respecto las participantes mencionan:

Tabla 15

Relación con otras fans

Percepción	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Experiencia agradable	Media	N/F	<i>"Es agradable convivir con alguien que conoce lo mismo que a ti y le gusta básicamente lo mismo"</i> (Nugget, G1, E1)
Conflictos entre fandoms a través de internet	Media	N/F	<i>"El que luego dicen que los fans somos muy tóxicos, que otros no, que otros sí, que luego está mal visto que en algunos grupos sólo quieran a una integrante y a otras las excluyan o viceversa y pues luego si se andan poniendo medios raros, pero es puro mensaje"</i> (Queso, G1, E1)

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Sobre esta última tendencia, Letwory y Sihombing (2023) explican que estos enfrentamientos suelen surgir cuando algunos seguidores tienen un fuerte compromiso emocional con sus ídolos. Los fans a menudo desarrollan una conexión profunda con sus grupos favoritos, invirtiendo tiempo y emoción en apoyarlos. Esta conexión puede hacer que los fans se sientan protectores de su grupo, lo que a veces los lleva a defender a su ídolo de manera vehemente, incluso

si implica confrontaciones con seguidores de otros grupos. Las críticas hacia su grupo favorito pueden ser percibidas como una amenaza, lo que desencadena comportamientos defensivos. Esta percepción de competencia se ve intensificada por la estructura de la industria del K-pop, donde los grupos compiten por posiciones en listas de popularidad y otros indicadores de éxito.

Letwory y Sihombing (2023), añaden que el anonimato que brindan las redes sociales es otro factor que contribuye al aumento de los enfrentamientos entre fandom. La posibilidad de utilizar perfiles anónimos puede hacer que algunos fans se sientan más libres para expresar comentarios agresivos hacia otros grupos. La distancia y la despersonalización de las interacciones en línea pueden hacer que los seguidores olviden que están hablando con personas reales, lo que a veces puede escalar la hostilidad.

7.5.3.1 Relación con amigos

En cuanto a la relación con amigas entre las fanáticas de K-pop, se identificaron distintos patrones entre los dos grupos. En el grupo con riesgo de TAIA, una frecuencia baja de las participantes destacó que las diferencias en los gustos musicales han generado tensiones, mencionando que los desacuerdos respecto a las preferencias de artistas o géneros musicales pueden crear conflictos en sus interacciones con amigas. Esto sugiere que la diversidad en los intereses puede ser una fuente de fricción en el contexto de sus amistades.

Por otro lado, en el grupo con alteración de la IC, una frecuencia baja la importancia de compartir gustos musicales como un factor que facilita la conexión y el fortalecimiento de sus lazos de amistad. El interés común por el K-pop se convierte en un elemento de cohesión, permitiéndoles disfrutar de actividades relacionadas, como escuchar música, ver videos y comentar sobre sus artistas favoritos, lo que refuerza el sentido de comunidad y pertenencia entre ellas. Este entorno compartido contribuye a una mayor cercanía emocional y a una experiencia positiva de socialización.

Tabla 16*Relación con amigos*

Percepción	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Tensiones	Baja	N/F	<i>"Como que ella se peleaba conmigo porque quería que escuchara el mismo, las mismas cosas que ella, casi"</i> (Papita, G1, E1)
Facilita la conexión y el fortalecimiento de sus lazos de amistad	N/F	Baja	<i>"El que luego dicen que los fans somos muy tóxicos, que otros no, que otros sí, que luego está mal visto que en algunos grupos sólo quieran a una integrante y a otras las excluyan o viceversa y pues luego si se andan poniendo medios raros, pero es puro mensaje"</i> (Queso, G1, E1)

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Londoño (2019) explica que la música sirve como un potente canal para expresar y compartir emociones. Cuando los amigos tienen gustos musicales en común, esto puede fomentar un sentido de empatía y comprensión entre ellos. Además, la música puede despertar recuerdos y emociones que refuerzan la conexión entre amigos, creando oportunidades para conversaciones profundas y experiencias compartidas significativas.

7.5.3.1 Relación con familia

Como se observa en la tabla 17, los resultados muestran que la relación entre las participantes y sus familias en torno a sus gustos musicales varía entre compartir intereses, respeto y experiencias de críticas. En el Grupo con riesgo de TAIA, en una frecuencia media de aparición las participantes

mencionan que comparten sus gustos musicales con miembros de su familia, lo que sugiere una apertura para conversar sobre estos intereses; mientras que una frecuencia similar menciona que sus gustos son respetados, y la misma frecuencia han experimentado burlas o críticas por parte de sus familiares.

Tabla 17

Relación con familia

Percepción	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo 1	Grupo 2	
Comparten intereses	Media	Baja	<i>"Las veo con mi con mi hermana es que por eso ya las ve y pues da conversación yo puedo hablar con ella y mi mamá llega y dice que están viendo se burla y después ahí está sentada viendo con nosotros" (Nugget, G1, E2)</i>
Respetan sus gustos	Media	Media	<i>"Pues, mm, si me apoyan, lo único que... qué, pues está bien, que eso me ayuda a aprender nuevos idiomas y pues algo sobre las canciones y coreografía y todo eso" (Star, G2, E2)</i>
Criticas o burlas	Media	Baja	<i>"Eh, mi mamá si me apoya, y ah, mi abuelita no, y los demás pues no me apoyan me dicen que los deje de ver a esos chinos gays, que son una porquería, que no enseñan nada y que es una mala fama" (Shinsuri, G2, E1)</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

En el Grupo con alteración de la IC, aunque una frecuencia baja comparte sus gustos musicales con su familia, una frecuencia media indica que reciben respeto hacia sus preferencias,

lo que refleja un entorno más comprensivo. Sin embargo, una frecuencia baja de los participantes menciona haber sido objeto de críticas o burlas por sus intereses. Esto indica que, aunque existe un ambiente de respeto en varios casos, aún persisten situaciones de rechazo o incompreensión hacia estos gustos musicales.

A partir de estas tendencias, en primer lugar, Choi y González (2024) mencionan que los familiares a menudo ven el K-pop como una forma de expresión cultural que puede enriquecer la vida de sus hijos. Este género musical no solo ofrece entretenimiento, sino que también promueve valores como la amistad, la solidaridad y el respeto, lo cual puede resonar con las creencias familiares.

Por otra parte, a partir de los testimonios, se observa que las tensiones familiares surgen principalmente de la estigmatización de los artistas de K-pop, a quienes se asocia con la homosexualidad. Esta percepción negativa genera conflictos en la relación entre los adolescentes y sus familiares, a pesar de que algunos miembros de la familia muestran apoyo hacia sus intereses. Martínez (2019) explica que esta asociación podría verse explicada por adaptación que muchos grupos de K-pop realizan de estilos visuales y performativos que desafían las normas de género tradicionales. Esto incluye el uso de maquillaje, vestimenta llamativa y coreografías que pueden ser interpretadas como andróginas o sexualmente sugestivas. Esta estética ha llevado a algunos a asociar el K-pop con la homosexualidad, ya que rompe con los estereotipos de masculinidad y feminidad convencionales. Así mismo, muchas culturas asiáticas, incluyendo Corea del Sur, y México comparten una realidad en la que la homosexualidad todavía enfrenta un estigma significativo. Los padres pueden ver el interés en el K-pop, especialmente si está vinculado a temas LGBTQ+, como una amenaza a los valores familiares tradicionales, ya que, para algunos jóvenes, el K-pop puede ser un medio para explorar su identidad sexual.

7.5.3.1 Relación con Compañeros

Los resultados muestran que ambos grupos, aquellos con riesgo de TAIA y con alteración de la IC, enfrentan conflictos, en una frecuencia media, con compañeros que no comparten su afición por el K-pop. Esto sugiere que la pasión por el K-pop no solo les brinda un sentido de comunidad entre quienes comparten este gusto, sino que también puede resultar en malentendidos y enfrentamientos con aquellos que tienen intereses diferentes.

Tabla 18

Relación con compañeros

Percepción	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo	Grupo	
	1	2	
Comparten intereses	Media	Media	<i>"Pasó que aunque había prendido el celular en la primaria porque me empezaban a marcar y lo activé y vieron el fondo de pantalla y todo eso y pues me empezaron a decir te gusta BTS vas a ser lesbiana no sé qué tanto empiezan a decir y el primero que dijo Me levanté fui a su lugar y le empecé a jalar a las greñas y le dije que dijiste de (risa) y pues afortunadamente no me dijo nada la maestra de que le jale las greñas nada más me dijo que me sentara y pues ya me senté y dije le dije la próxima vez que te que te escuché hablando de BTS ahora sí te voy a ahora sí te voy a mandar al hospital pero ahí estaba la escoba pero no se me ocurrió agarrarla (risas)" (Nubecita, G1,E2)</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Quingalahua (2019), señala que algunos adolescentes pueden sostener estereotipos sobre los aficionados al K-pop, percibiéndoles como superficiales o poco maduros; percepción que puede dar lugar a burlas o desdén hacia quienes aprecian este género musical.

Se observa que la mayoría de los conflictos entre los adolescentes que son aficionados al K-pop y aquellos que no comparten este interés se resuelven de manera violenta. Esto se traduce en comportamientos agresivos, como perseguir a sus compañeros y, en algunos casos, recurrir a golpearles con objetos, como escobas. Este tipo de violencia no solo refleja una falta de comunicación efectiva entre los grupos, sino que también puede perpetuar estereotipos negativos sobre los fanáticos del K-pop, exacerbando las divisiones y tensiones existentes en el entorno escolar. Calero (2019), señala que la adolescencia es un período crítico donde los jóvenes buscan su identidad, y en la que la pertenencia a grupos fanáticos puede proporcionar un sentido de identidad, pero también puede fomentar actitudes agresivas hacia quienes son percibidos como diferentes o como enemigos.

7.5.3.1 Pareja

Finalmente, una minoría de las participantes señalan experiencias con sus parejas, se observan dos tendencias principales, mismas que se pueden observar en la tabla 19.

Por un lado, se observa una frecuencia media para el grupo con CAR y baja para el grupo con alteración de la IC refieren el deseo de compartir intereses musicales, con cuatro participantes del grupo con riesgo de TAIA y dos del grupo de alteración de la IC expresan su intención de disfrutar de la música y la cultura K-pop junto a sus parejas; mientras que una frecuencia media para el grupo con CAR y baja para el grupo con alteración de la IC las críticas y el "hate" hacia las aficiones por el K-pop son evidentes. Esta situación sugiere que, en algunas relaciones, la falta de aceptación puede generar tensiones; mientras que, en otras a pesar de las críticas, hay un esfuerzo por parte de algunas de las participantes para construir una conexión basada en intereses comunes.

Tabla 19*Relación con parejas*

Efecto	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo	Grupo	
	1	2	
Comparten intereses	Media	Baja	<i>“Veía luego series conmigo y me decía cuando iba que no la dejará por qué le quería seguir viendo incluso hasta me pidió el nombre y si yo no la veía él me contaba qué pasaba” (Maxi, G1, E2).</i>
Críticas o burlas	Media	Baja	<i>“Bueno, el primero sí me criticó por escuchar k-pop y todo eso. El segundo me criticó por ver anime, no sé qué tiene de malo ver anime; y ahorita este pues... está bien, me dice que sí está bien porque él también lo escuchaba (risas).” (Nubecita, G1, E2).</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Yapuchura (2013), señala que el K-pop puede servir como un punto de conexión entre parejas, fomentando la comunicación y el disfrute compartido. Las actividades como asistir a conciertos, ver videos musicales o participar en fan clubs pueden fortalecer los lazos emocionales. Sin embargo, si uno de los miembros de la pareja no está familiarizado con el K-pop, puede no entender su atractivo, lo que puede llevar a críticas o desdén hacia esa afición. Así mismo, las diferencias en gustos musicales o culturales pueden generar tensiones. Si uno es un apasionado del K-pop y el otro prefiere géneros completamente diferentes, esto puede dar lugar a desacuerdos.

7.5.4 Actividad Física-Baile

Como se observa en la tabla 20, en el grupo con CAR, la frecuencia de práctica de K-pop o Cover Dance es alta, en la que los participantes mencionan que se sienten motivados a aprender nuevas habilidades y liberar estrés o relajarse. En este sentido, Yañez (2020) resalta que, a través de la danza, los adolescentes exploran sus identidades y expresan sus emociones, lo cual es crucial durante los años formativos de la adolescencia, mientras que Fensham y Gardner (2005) menciona que la danza también puede servir como una salida saludable para el alivio del estrés, contribuyendo a la salud mental en general.

Tabla 20

Practica de Baile de K-pop

Grupo	Frecuencia	Factores que motivan	Ejemplo del discurso
Grupo 1	Alta	Aprender habilidades Liberar estrés/relajarse	<i>“Pues bien, porque, como que...no sé, o sea aprendes... tus habilidades son muy grandes y pues así sí está bien”</i> (Pam, G1, E2)
Grupo 2	Media	Hacer limpieza Gusto	<i>“Porque como que ya se nos hace como, de hecho, ya se nos hace un hábito como estar como tipo bailando y así, es algo que nos gusta”</i> (Cazuki, G2, E2)

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Por otro lado, en el grupo con alteración de la IC, la frecuencia de práctica de este baile es media. Las motivaciones principales incluyen realizar actividades como la limpieza mientras se practica baile, así como el gusto personal por la actividad. La comparación entre ambos grupos

refleja que, mientras que el grupo con CAR se enfoca más en el aprendizaje y el bienestar emocional, el grupo con alteración de la IC lo asocia con actividades cotidianas y el placer de la práctica. Sin embargo, la práctica de este baile, puede ser un factor protector como cualquier otra forma de AF, la práctica de K-pop o Cover Dance puede tener varias ventajas para la salud, ya que la AF regular, como el baile, ayuda a mejorar la salud cardiovascular, aumentar la resistencia y fortalecer los músculos (OMS, 2021b). En el caso específico del baile, este también contribuye a una mejor coordinación y flexibilidad, además de liberar endorfinas, lo que genera una sensación de bienestar y puede reducir los niveles de ansiedad y estrés (Fensham & Gardner, 2005). Esto puede ser especialmente valioso para los adolescentes, quienes enfrentan una serie de desafíos emocionales y físicos durante su desarrollo, ya que el baile no solo les permite expresarse y conectarse con otros, sino también mantener una buena salud física y mental.

7.5.5 Funciones Cognitivas

Dentro de esta tercera categoría se identificaron dos subcategorías, las cuales se describen a continuación:

7.5.5.1 Idioma de Preferencia

Como se observa en la tabla 21, los participantes del grupo con CAR muestran una frecuencia alta de preferencia por el idioma original, mientras que, en el grupo con alteración de la IC, esta preferencia es media. Por su parte, en cuanto al doblaje, únicamente en el grupo con alteración de la IC se observa una frecuencia media. De este modo, resalta las diferencias entre la preferencia de ambos grupos por el idioma original y el doblaje.

Tabla 21*Preferencia respecto al idioma para el consumo*

Preferencia	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo	Grupo	
	1	2	
Idioma original	Alta	Media	<i>“Creo que yo todo lo que he visto, lo he visto en su idioma original y con subtítulos se me ha hecho más fácil”</i> (Nugget, G1, E1).
Doblaje	S/F	Media	<i>"Eh prefiero escucharla porque a veces cuando esta doblada al español luego se escucha mejor que cuando está en su idioma original."</i> (Cazuki, G2, E2).

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Al respecto, autores como Kruger et al. (2017) señalan que ver contenido con subtítulos en su idioma original mejora la sensación de realismo y presencia para los espectadores, lo que se traduce en una mayor conexión emocional e identificación con los personajes, ya que este enfoque también potencia el disfrute y la inmersión al mantener la interpretación auténtica y la carga emocional de los actores.

7.5.5.2 Funciones cognitivas

La tabla 22 muestra las percepciones de los grupos sobre cómo ciertas actividades afectan sus funciones cognitivas. En cuanto a la mejora de la concentración o atención, el grupo con CAR reporta una frecuencia media, mientras que el grupo con alteración de la IC la menciona de manera baja. La capacidad de leer o escribir más rápido es altamente mencionada en el grupo con CAR, pero apenas presente en el grupo con alteración de la IC. La habilidad para realizar varias tareas

simultáneamente (multitareas) tiene una percepción media en el grupo con CAR, pero es baja en el grupo con alteración de la IC.

Tabla 22

Efecto sobre funciones cognitivas

Preferencia	Frecuencia		Ejemplo del discurso
	Grupo	Grupo	
	1	2	
Mayor concentración o atención	Media	Baja	<i>“Pues me concentro, con el vídeo o un drama y escribo más rápido y estoy diciendo... si alguien me habla, estoy escribiendo yo y no me desconcentro de lo que estoy y puedo leer rápido y es increíblemente”</i> (Shinsuri, G2, E1)
Leer o escribir más rápido	Alta	Baja	<i>“Ayuda mucho las series coreanas cuando las pones con subtítulos para leer rápido, poner atención y saber sobre el tema por ejemplo ha si se de esto y así, entonces yo creo que pude aprender como que, a leer y entenderle más, más o menos, entonces sí, es mejor”</i> (Papita, G1, E1)
Multitareas	Media	Baja	<i>“Eh puedo, bueno puedo aprender a leer un poquito, a leer más rápido y hago la tarea al momento de ver algún tipo de serie, resolver algo que sería complicado y escribir al mismo tiempo”</i> (Nubecita, G1, E1).
Aprender nuevas palabras	Baja	Baja	<i>“También en leer más rápido y hay, como si veo por ejemplo en videos así que no tienen subtítulos como entender algunas palabras, como, me las aprendo”</i> (Lee G1, E1)

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Por último, ambos grupos reportan bajas frecuencias sobre que el aprendizaje de nuevas palabras a partir del consumo de Hallyu. Al respecto, en términos de aprendizaje de idiomas, ver series subtituladas es un método útil para adquirir nuevas lenguas, ya que facilita la mejora de la comprensión auditiva y la expansión del vocabulario (Birulés-Muntané & Soto-Faraco, 2016).

Adicionalmente, la exposición constante a series en otros idiomas, puede contribuir significativamente al desarrollo de competencias lingüísticas, ya que este tipo de exposición ayuda a mejorar la comprensión lectora y la adquisición de vocabulario, ya que los espectadores se familiarizan con el uso cotidiano del idioma, sus expresiones y pronunciación.

Por otra parte, Talaván (2013) y Reynolds et al. (2022) refieren que el contenido audiovisual subtulado proporciona una experiencia de codificación dual, donde los espectadores escuchan y ven simultáneamente el idioma, reforzando la comprensión y la alfabetización.

Además, ver series puede tener un impacto positivo en la capacidad de mantener la atención. Debido a que las series suelen estar estructuradas en episodios que desarrollan tramas a lo largo de varias entregas, fomentan que los espectadores mantengan un nivel constante de interés y compromiso. Este tipo de consumo regular de contenido episódico ayuda a ejercitar la concentración de manera continua, mejorando la capacidad de atención sostenida con el tiempo (Kobayashi, 2016).

7.5.6 Factores de riesgo

Dentro de esta tercera categoría se identificaron dos subcategorías, las cuales se describen a continuación:

7.5.6.1 Consumo de Alcohol

Los resultados de la tabla sobre el consumo de alcohol revelan patrones interesantes entre los dos grupos de participantes. Ambos grupos reportan una frecuencia media de participantes que

han consumido de alcohol, y que, aunque han probado el alcohol, no lo hacen de manera habitual o excesiva.

Tabla 23

Consumo de alcohol

Grupo	Frecuencia	Edad	Quien brindo el acercamiento	Ejemplo del discurso
Grupo 1	Media	Entre 5 y 14 años	Familia	<i>“Entre 5 y 9 años más o menos y lo primero que probé fue vino” (Queso, G1, E2)</i>
Grupo 2	Media	Entre 5 y 12 años	Familia o amigos en la escuela	<i>“Fue a los cinco años que estábamos celebrando navidad, llego mi tío y me sirve un vaso y me dijo toma le es jugo de naranja (risas) y a la mañana siguiente estaba yo tirada en el suelo” (Shinsuri, G2, E2)</i>

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

En cuanto a la edad de introducción, el grupo con CAR, menciona haber probado el alcohol en un rango de edad que va entre 5 y 14 años. Este rango de edad es notablemente temprano, lo que sugiere que la exposición al alcohol puede estar relacionada con la influencia del entorno familiar.

Por otro lado, el Grupo 2, conformado por participantes con Alteración de su IC, reporta haber probado el alcohol en un rango más restringido de entre 5 y 12 años. Esto sugiere que estos

participantes fueron introducidos al consumo de alcohol desde su infancia. Al respecto, se ha señalado que, aquellas personas que comienzan a beber antes de los 14 años son hasta diez veces más propensos a desarrollar problemas relacionados con el alcohol comparados con quienes inician después de los 18 años

Además, la fuente del acercamiento al alcohol es predominantemente familiar en ambos grupos. Esto subraya el papel crucial que desempeña el entorno familiar en la introducción al consumo de alcohol en estas edades. Sin embargo, en el segundo grupo también se menciona la influencia de amigos en la escuela, lo que indica que las interacciones sociales comienzan a afectar el comportamiento de consumo desde etapas tempranas. En este sentido es importante señalar que, en muchas culturas, el consumo de alcohol es parte de las celebraciones y reuniones familiares, lo que puede normalizar su uso desde una edad temprana, viéndolo como un rito de paso o como una conducta inofensiva; mientras que la influencia de amigos y familiares puede llevar a los jóvenes a consumir alcohol para encajar o ser aceptados en su círculo social.

7.5.6.2 Maratones Series

Como se observa en la tabla 24, el grupo con CAR presenta una frecuencia media en la cantidad de participantes que refieren hacer maratones de televisión o binge watching, específicamente, este grupo reporta una cantidad de episodios que oscila entre 10 y 30 capítulos. Este rango sugiere que, aunque algunos participantes pueden estar consumiendo un número significativo de episodios, otros lo hacen de manera más limitada, lo que resulta en una media que se sitúa en un punto intermedio, sin embargo, ante la variación en la duración de los capítulos esta diferencia podría no ser tan notable.

Por otro lado, el segundo grupo, muestra una frecuencia alta de este evento, en la que la cantidad de episodios consumidos varía entre 12 y 20 capítulos. Cabe señalar, que ambos grupos refieren

que únicamente hacen pausas para asistir a la escuela, pero que una vez que salen de clases retoman el *Binge-watching*.

Tabla 24

Maratones series

Grupo	Frecuencia	Cantidad de episodios	Ejemplo del discurso
Grupo 1	Media	10 a 30 capítulos	<i>“Pues es que empecé a las 5 creo no me acuerdo y ya de ahí me la llevé no recuerdo cuántos capítulos y como me paraba a las 6:11 este yo todavía seguía despierta y ya sonó mi alarma y ya pues ya la tuve que apagar porque ya era el último capítulo faltaban como 12 minutos y ya todavía me fui”</i> (Maxi, G1, E2)
Grupo 2	Alta	12 a 20 capítulos	<i>“Se llama belleza eterna, eterna, no, belleza verdadera y este cómo se llama, bueno, no me acuerdo cuánto duraba...bueno empecé desde las 8 de la mañana y terminé hasta bien noche, como en las 12”</i> (Cazuki, G2, E2)

Nota: G1= Grupo con riesgo de TAIA, G2= Grupo con alteración de la IC. Para el G1: frecuencia alta= frecuencia de seis a ocho; frecuencia media= frecuencia de tres a cinco; frecuencia baja=frecuencia de uno a dos; N/F= Sin frecuencia. Para G2: frecuencia alta= frecuencia de siete a nueve; frecuencia media= frecuencia de cuatro a seis; frecuencia baja= frecuencia de uno a tres, y N/F= Sin frecuencia.

Sobre este fenómeno, es importante señalar que Alimoradi et al. (2022) señalan que esta conducta se da motivada por el modo en que las plataformas de streaming como Netflix han transformado la forma en que los espectadores consumen contenido, ya que el fácil acceso a plataformas de streaming permite a los espectadores disfrutar de sus series favoritas en cualquier momento y lugar. Además, los algoritmos de recomendación personalizan la experiencia,

sugiriendo contenido basado en los gustos y preferencias de cada usuario, lo que facilita aún más la visualización continua.

Sin embargo, esta conducta puede favorecer distintas afectaciones a la salud de los consumidores, ya que, como lo mencionan Favieri et al. (2023) y Forte et al. (2023) puede incrementar el sedentarismo, ya que pasar largas horas frente a la pantalla fomenta un estilo de vida inactivo, contribuyendo al aumento de peso y a problemas de salud asociados, como enfermedades cardiovasculares. Además, la fatiga visual es común debido a la exposición prolongada a las pantallas, lo que puede resultar en problemas oculares. Junto a esto, mantener posturas incorrectas durante largos períodos puede llevar a dolores de espalda y cuello, afectando la calidad de vida.

Alimoradi et al. (2022) añade que, a nivel emocional, el aislamiento que puede resultar del binge watching puede intensificar sentimientos de depresión, ansiedad, estrés e impulsividad. Esta desconexión social limita las interacciones cara a cara y puede exacerbar problemas de salud mental. Además, el constante bombardeo de estimulación visual dificulta la atención y la concentración, lo que hace que sea más complicado enfocarse en tareas cotidianas.

A modo de conclusión de este segundo grupo de resultados, se realizará una síntesis de los resultados relevantes de esta fase. En primer lugar, se observó que la introducción al K-pop y los K-dramas en ambos grupos (con TAIA y con alteración de la IC) gracias a la recomendación de personas cercanas, como amigos, hermanos y primos. Esta influencia inicial muestra como los adolescentes suelen adoptar estos gustos no solo por curiosidad personal, sino como una parte de la actividad compartida con personas que son significativas en sus vidas. Adicionalmente, se observa que durante el periodo de confinamiento generado por la pandemia generada por la COVID-19, el consumo contenidos provenientes de corea se intensificó, situación presente en ambos grupos, considerando que adicionalmente, durante este periodo los participantes se

encontraban cursando la educación primaria. De este modo, lo que comenzó como una recomendación casual o un hallazgo casual se transformó en un gusto consolidado.

Así mismo, ambos grupos reportan una tendencia a adoptar ciertos aspectos de la imagen de los *idols*, especialmente en temas de vestimenta y maquillaje. El interés en replicar estas características va más allá de la intención de adoptar esta estética o modo, sino que los participantes encuentran en estas conductas una forma de sentirse cómodas consigo mismas. Además, el interés en adquirir productos relacionados a estos artistas (como posters, ropa o accesorios escolares con la imagen de sus *idols*) se convierte en un símbolo de seguridad para los fans del K-pop y los K-dramas, quienes, pese a que refieren que estos productos pueden ser costosos, la satisfacción emocional que proporciona poseer estos objetos justifica el gasto económico que se genera. Esta tendencia al consumo material de productos revela a su vez un compromiso emocional significativo con el Hallyu, que trasciende el mero acto de conducta de consumo.

Por otra parte, las relaciones interpersonales de los participantes parecen verse impactadas por el consumo de estos productos, generando experiencias diversas. Por un lado, una mayoría de los participantes valoran las amistades que han formado con otros fans, describiendo estas relaciones como agradables y positivas, al compartir el interés por el K-pop y/o los K-dramas; fortaleciendo a su vez estos vínculos, al brindar un espacio donde pueden expresar libremente sus gustos. Sin embargo, también se encontraron experiencias negativas, especialmente en redes sociales, donde se han enfrentado a conflictos y hostilidades con personas que también forman parte del mismo fandom o de otros fandom.

En el ámbito familiar, algunos de los participantes de ambos grupos, algunos adolescentes encuentran apoyo y respeto hacia sus gustos, compartiendo en algunas ocasiones el consumo de estos productos, lo que les permite fortalecer sus relaciones familiares. Sin embargo, otros participantes enfrentan críticas o burlas, especialmente por parte de miembros de la familia

extendida que perciben a la cultura pop coreana como “extraña” o poco común, generando tensiones y en algunos casos afectando la comunicación en casa. Estas experiencias contrastantes subrayan cómo el consumo de Hallyu puede impactar tanto en la creación de nuevas relaciones como en la aparición de conflictos y desafíos interpersonales.

Por otra parte, la práctica del Baile de K-pop destaca como una actividad importante para los participantes, especialmente para aquellos con riesgo de TAIA. Estos participantes reportan que el baile les ayuda a mejorar sus habilidades, a expresarse emocionalmente y a liberar estrés, convirtiéndose en una actividad beneficiosa en términos físicos y emocionales. Además, sienten satisfacción al realizar estas coreografías, lo cual incrementa su sentido de autoeficacia. Algunos de los participantes refieren que este baile se ha convertido en una actividad regular en su vida, misma que es practicada tanto en solitario como con amigos, fortaleciendo su sentido de pertinencia. Esto sugiere que el baile no solo es AF para ellos, sino que también es una actividad que les permite desarrollarse personalmente y establecer vínculos sociales significativos.

Igualmente, la mayoría de los participantes de ambos grupos refieren consumir el contenido de K-dramas en su idioma original con subtítulos, han experimentado mejoras percibidas sobre sus habilidades del lenguaje, especialmente en la capacidad de leer rápidamente y mantener la atención, dado que la exposición continua a subtítulos requiere concentración y facilita el desarrollo de la habilidad para procesar información visual y auditiva al mismo tiempo.

Finalmente, Se identifican dos riesgos principales dentro de ambos grupos: el consumo temprano de alcohol y la práctica de maratones de series (*Binge-watching*). En cuanto al consumo de alcohol, ambos grupos mencionan haber probado bebidas alcohólicas desde edades tempranas (entre los 8 y los 12), influenciados principalmente por familiares en contextos de celebraciones o reuniones familiares. Esta exposición temprana es preocupante, pues, aunque algunos lo ven como una práctica ocasional, puede aumentar la probabilidad de consumo más frecuente o problemático

en la adolescencia y adultez. En cuanto al *Binge-watching*, esta práctica es especialmente común en ambos grupos, y algunos reportan dedicar horas ininterrumpidas a ver episodios de sus series favoritas. Esta conducta puede tener varias consecuencias negativas, como el cansancio, problemas de sueño, fatiga visual y el sedentarismo, afectando así su bienestar físico y emocional. Además, pasar largas horas frente a la pantalla puede llevar a un aislamiento social, ya que el tiempo dedicado al entretenimiento puede desplazar otras actividades sociales y recreativas.

Capítulo 8. Discusión y Conclusiones Generales

En la segunda fase del estudio se cumplió con el objetivo general de explorar las experiencias y vivencias de los adolescentes de secundaria que consumen Hallyu con respecto a la presencia de CAR y AF, mediante el uso de grupos focales, para comprender como son percibidas estas conductas y cuáles son las cogniciones y afectos vinculados a ellas. A continuación, se expone la integración de ambas fases, resaltando cómo la metodología mixta enriquece el entendimiento del fenómeno.

8.1 Primer contacto con el Hallyu

El primer objetivo específico de la segunda fase de investigación consistió en explorar las experiencias en torno al consumo de la Ola coreana de los adolescentes de la muestra. La fase cuantitativa reveló que el 63.5% de los adolescentes comenzó a consumir Hallyu principalmente por el atractivo de la música y el ritmo, y el 17.3% indicó la influencia de la moda. Estos datos fueron ampliados en la fase cualitativa, donde los participantes detallaron que el primer contacto con productos de entretenimiento coreanos ocurrió frecuentemente a través de recomendaciones de amigos o familiares. Estos datos son coincidentes a los reportados a otras investigaciones, tales como las de Campo et al. (2021) y Fortunata y Setyo (2021), las cuales lograron identificar que los fans cumplen un rol activo como agentes de difusión y promoción de los *idols*, pasando de ser consumidores a ser prosumidores, es decir, que los fans se involucran y contribuyen al fenómeno K-pop. Este compromiso se caracteriza por la participación activa en la cultura fandom, donde los fans no solo consumen, sino que también producen contenido, dando forma a sus identidades y experiencias dentro de la comunidad K-pop (Valencialaw & Utami, 2023).

En este sentido, Berger y Luckman (1968) destacan que la familia y amigos, a través de la socialización primaria y secundaria han moldeado la forma en que las personas interiorizan los valores, normas y roles básicos de la sociedad. A partir de ello, Ruiz-Martínez et al., 2009, señalan

que, durante la infancia y adolescencia, la familia y el entorno inmediato enseñan a las personas patrones básicos de cuidado personal y salud, como hábitos de higiene, alimentación, AF y actitudes hacia la medicina. Estos comportamientos forman una base que puede influir a lo largo de la vida, ya que los niños y adolescentes tienden a adoptar y reproducir las prácticas de salud de sus cuidadores.

Este proceso de socialización es clave en la etapa adolescente, ya que como lo señala Tyler (2020), es cuando la identidad individual se construye en gran medida a partir de la influencia de pares y familiares. La recomendación de amigos y familiares no solo inicia el consumo, sino que mantiene y amplifica el interés a lo largo del tiempo, reforzando el compromiso con el fandom y facilitando la creación de lazos de pertenencia. Estos hallazgos sugieren que el Hallyu opera no solo como un producto de entretenimiento, sino como un elemento socializador, impulsado por el entorno cercano de los adolescentes. Esto subraya que el consumo de Hallyu es, en muchos casos, una práctica mediada por la socialización, donde el valor simbólico del contenido compartido adquiere un papel crucial en la construcción de la identidad y en la integración en grupos sociales.

8.2 Consumo de Productos

Respecto al segundo objetivo específico, que incluyó identificar las conductas en torno al consumo y cómo estas son percibidas por los adolescentes, en el estudio cuantitativo, se observó que un porcentaje significativo de adolescentes consumidores de Hallyu (49.8%) adquiere productos relacionados con sus ídolos de K-pop y K-dramas, tales como artículos de papelería (30.4%), seguido de bolsas, mochilas o lapiceros (29%), y peluches (27.5%). Este consumo material no solo refleja la popularidad de estos productos entre los adolescentes, sino que también sugiere que estos objetos tienen un valor simbólico más allá de lo económico. Para muchos adolescentes, la posesión de artículos de sus ídolos es una forma tangible de expresar su identidad y de consolidar su pertenencia al fandom.

La fase cualitativa enriquece esta visión al mostrar que los adolescentes ven en estos productos una manera de conectar emocionalmente con sus ídolos y de reforzar su identidad personal y grupal. Los participantes mencionaron que estos artículos les proporcionan una mayor seguridad en sí mismos y les hace sentirse “divinas” o más estéticas. Estos hallazgos, son coincidentes con lo encontrado por Campo et al. (2021) y Rodríguez (2022) quienes reportan que la mayoría de los consumidores menciona que se ha adoptado un modo de vestir a la semejanza de sus *idols* coreanos, integrar aspectos de la gastronomía coreana a su alimentación, y la adquisición de productos de origen coreanos.

Sin embargo, es importante señalar que la presión para adquirir estos productos también puede llevar a conductas de hiperconsumo. Algunos participantes reportaron sentir una "necesidad" de comprar artículos relacionados con sus ídolos, lo cual puede derivar en un impulso de consumo que se relaciona con la identidad grupal y la búsqueda de aceptación social. Este aspecto del consumo material, aunque brinda beneficios emocionales y sociales, también plantea desafíos en términos de autogestión y valoración personal. En este sentido, García (1999) resalta que el consumo de productos no solo se basa en la necesidad física, sino que también está profundamente influenciado por su valor simbólico, es decir, a las significaciones y emociones que los consumidores asocian con ciertos productos, más allá de su utilidad práctica. De tal modo, el consumo simbólico puede convertirse en una estrategia para reforzar la identidad personal y social, lo que lleva a los individuos a proyectar una imagen idealizada de sí mismos o a consolidar su pertenencia a un grupo específico. Así, aunque este tipo de consumo permite satisfacer necesidades emocionales, también puede contribuir a una dependencia en los bienes materiales como fuentes de autoestima y validación social, lo que, en exceso, podría interferir en el desarrollo de una valoración interna más sólida y genuina.

8.3 Conductas de Imitación y CAR

En sintonía con el tercer objetivo, conocer las percepciones vinculadas a la presencia de CAR y a los niveles de AF dentro de los participantes, en el estudio cuantitativo, se observó que el 27.5% de los adolescentes consumidores de Hallyu están en riesgo de desarrollar TAIA, en contraste con el 12.1% de los no consumidores, encontrando diferencias estadísticamente significativas. Además, en el grupo consumidor, un 26.1% mostró alteración en la IC, comparado con un 21.7% en los no consumidores. Estos datos sugieren que los adolescentes que consumen Hallyu tienen mayor probabilidad de desarrollar problemas relacionados con la autoimagen y la alimentación, lo cual puede explicarse a partir de la exposición a estándares de belleza idealizados en los ídolos coreanos, ya que como lo han destacado autores como Garner y Garfinkel (1980), Gómez-Peresmitré (1998), y Thompson et al. (1999) la cultura, los medios de comunicación y los pares ejercen un rol relevante sobre las personas para alcanzar una “figura ideal” enmarcada dentro la delgadez extrema; generando así que se desarrollen CAR normativas como el régimen alimenticio, periodos de ayuno, la eliminación de grupos de alimentos considerados engordantes, y la realización de ejercicio de manera excesiva o compulsiva.

La fase cualitativa proporciona un contexto invaluable para comprender estos riesgos. Los participantes describieron cómo los ídolos de K-pop, reconocidos por su físico esbelto y estética distintiva, se convierten en modelos a seguir que influyen en la percepción de su propio cuerpo. Algunos adolescentes incluso reportaron haber replicado alguna de las dietas que los *idols* han emitido para poder alcanzar dicha silueta corporal, en la que si bien, la mayoría de ellos abandonó estas conductas, otros de los participantes refieren mantenerlas pese a los efectos adversos que han identificado en su vida cotidiana. Sin embargo, es importante señalar que el acercamiento a estas dietas se dio como un modo de resolver las exigencias familiares por alcanzar la delgadez, misma que se ve manifestada a través de diversos comentarios y burlas por el peso de los participantes.

La presión de los medios y la industria del K-pop, que promueven un estándar de belleza asociado a la delgadez y el estilo estético, es particularmente influyente en esta etapa de formación de identidad. Bandura (1977), a través de su Teoría del Aprendizaje Social, sostiene que los adolescentes modelan su comportamiento en función de figuras públicas, especialmente cuando estas reciben reconocimiento social. Este proceso puede explicar cómo los ídolos de K-pop se convierten en agentes de socialización estética, moldeando la autoimagen de sus seguidores. La integración de ambas fases sugiere que el consumo de Hallyu no es meramente un interés cultural, sino un factor significativo en la construcción de la IC, con efectos que pueden traducirse en CAR y alteración de la IC.

A partir de la modelo tripartita de Thompson et al. (1999), que propone que los padres, compañeros y medios de comunicación son las tres fuentes principales de influencia sobre la IC; en la que al menos dos de estos factores intervienen en la aparición de trastornos y la internalización de la información de los medios. De este modo, se puede observar que la interacción entre la imagen idealizada de los artistas coreanos y las presiones familiares han de moldear las ideas que los participantes tienen sobre su cuerpo y las conductas que han de realizar para lidiar con temas como la insatisfacción corporal o la internalización del modelo estético corporal (Saucedo-Molina et al., 2018).

8.4 AF y Baile

En la fase cuantitativa, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en los niveles generales de AF entre los adolescentes consumidores y no consumidores de Hallyu ($X^2 = 1.44, p = .225$). Este resultado sugiere que el consumo de K-pop y K-dramas no se asocia directamente con un aumento o disminución en la AF general. Sin embargo, la fase cualitativa reveló un matiz importante: aunque los consumidores de Hallyu no necesariamente cumplen con los niveles de AF recomendados, muchos de ellos realizan cover dance de K-pop o practican rutinas

de baile inspiradas en este género musical, lo cual les brinda beneficios en el ámbito emocional y social.

Los participantes en los grupos focales reportaron que el baile de K-pop les ayuda a liberar estrés, mejorar su estado de ánimo, y crear un espacio de expresión emocional. Algunos adolescentes también mencionaron que disfrutaban bailando K-pop en compañía de amigos o en grupos de fans, lo cual fortalece sus vínculos sociales. Desde una perspectiva de salud mental, el baile, aunque no necesariamente contribuya a cumplir con los parámetros de AF formal, puede actuar como un recurso protector al proporcionar una salida saludable para el manejo del estrés y la ansiedad, elementos comunes en la etapa de la adolescencia (Ochoa, 2006). En este sentido, estos resultados coinciden con lo reportado por otros estudios como el de Alballe (2024) y Casamen (2024) sobre el baile como un agente protector en el ámbito de la salud mental.

Además, el baile de K-pop contribuye a la autopercepción positiva y al sentido de logro, ya que los adolescentes practican y dominan coreografías que consideran desafiantes, lo cual les proporciona una satisfacción adicional y refuerza su autoestima. Según la Teoría de la Autoeficacia (Bandura, 1997), lograr metas específicas, como aprender y ejecutar una coreografía de K-pop, refuerza la confianza en las propias capacidades y la motivación para participar en actividades similares, tales como otros tipos de AF. Este proceso es especialmente relevante en la adolescencia, cuando la construcción de la autoimagen y la autoconfianza son elementos clave en el desarrollo personal.

Finalmente, acorde con el Modelo de Participación en AF (Sonstroem, 1989) la autoestima juega un papel central en la atracción hacia la AF, ya que actúa como un reforzador positivo. Esta relación se ve mediada por la habilidad y la aptitud física percibida, lo que sugiere que cuando una persona siente que tiene las competencias para realizar una AF, su interés y motivación para participar en dicha actividad aumentan. A partir de esta base teórica, podemos explorar cómo los

resultados de este estudio sobre el baile de K-pop se alinean con cada uno de estos componentes del modelo.

Sin embargo, cabe señalar que varios participantes señalaron que prefieren el baile de K-pop sobre otros tipos de AF, como las clases de educación física en la escuela, ya que lo perciben como algo más agradable y positivo. Mientras que las actividades obligatorias suelen asociarse con una experiencia rutinaria o poco motivadora, el baile de K-pop representa para ellos una actividad en la que pueden disfrutar y expresar su identidad de manera espontánea. Esta preferencia refleja la forma en que el interés personal y la conexión emocional con el contenido cultural (en este caso, el Hallyu) pueden motivar una participación más activa y constante. Esto es consistente con lo reportado en la investigación de Ayala et al. (2019), en la que se señala que la insatisfacción con las clases de educación física, y la percepción de estas como aburridas (especialmente cuando estas duran más de 40 minutos) disminuye la AF.

8.5 Relaciones interpersonales

La fase cuantitativa mostró que el 69.5% de los consumidores de Hallyu comparte este interés con amigos o compañeros de clase, lo cual sugiere que el consumo de productos coreanos funciona como un medio de cohesión social. La fase cualitativa expandió esta idea al mostrar cómo el interés compartido en el K-pop y los K-dramas actúa como un lazo de unión entre adolescentes, facilitando la creación de amistades y reforzando su sentido de pertenencia. Para muchos, el consumo de Hallyu no solo es una actividad recreativa, sino también una vía para establecer conexiones interpersonales significativas.

Los resultados cuantitativos y cualitativos del estudio sugieren que el consumo de Hallyu tiene un efecto notable en las relaciones familiares de los adolescentes. La fase cuantitativa describe que, dentro del grupo de consumidores, una parte significativa experimenta aceptación y apoyo de sus familiares respecto a su interés en el K-pop y los K-dramas, mientras que otro grupo enfrenta

críticas o incompreensión por parte de ciertos familiares, quienes suelen asociar a los ídolos coreanos con estereotipos de género que desafían las normas culturales tradicionales.

En la fase cualitativa, los participantes profundizaron en estas experiencias, detallando que aquellos adolescentes que comparten el interés en la cultura coreana con hermanos o primos mencionan una mayor cercanía y disfrute en común, lo cual fortalece los vínculos familiares; en cambio, los adolescentes que enfrentan críticas de padres o abuelos reportan tensiones significativas. Algunos mencionaron comentarios de familiares que descalifican su gusto por los ídolos de Hallyu al considerarlos "afeminados" o "poco adecuados", lo cual afecta la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos y de sus intereses.

La integración de los hallazgos de ambas fases indica que, si bien el consumo de Hallyu puede ser un punto de unión y comunicación en ciertos contextos familiares, también es una fuente de conflicto en aquellos hogares donde los valores tradicionales chocan con la cultura juvenil globalizada representada por el Hallyu. La Teoría de la Afinidad Social ayuda a comprender esta dinámica, ya que los intereses comunes facilitan la cohesión en las familias que aceptan el Hallyu, mientras que las diferencias culturales y de valores pueden llevar a conflictos y desentendimientos en otras familias.

Este análisis integrado sugiere que el Hallyu tiene un papel dual en el contexto familiar: puede ser tanto una vía de conexión como un factor de discordia, dependiendo de la apertura y percepción cultural de cada familia respecto a esta expresión cultural emergente.

La integración de ambos enfoques muestra que el Hallyu, más allá de ser una simple forma de entretenimiento, tiene implicaciones significativas en la vida cotidiana y el bienestar psicosocial de los adolescentes. Los participantes indicaron en la fase cualitativa que el consumo de Hallyu les proporciona satisfacción emocional, ya sea a través del sentido de pertenencia en el fandom o de la admiración hacia sus ídolos. Sin embargo, también señalaron una presión para adherirse a los

estándares de belleza y comportamiento promovidos por la industria coreana, lo cual puede afectar su autoestima y bienestar.

Estos hallazgos sugieren que, aunque el Hallyu actúa como un recurso de identidad y de socialización positiva, también expone a los adolescentes a presiones sociales que pueden tener repercusiones en su salud mental. El consumo de Hallyu, en este sentido, representa un fenómeno ambivalente: fortalece las redes de apoyo y la construcción de identidad, pero también introduce exigencias estéticas y sociales que podrían generar conflictos internos y afectar el bienestar de los adolescentes.

En conclusión, el consumo de Hallyu entre adolescentes tiene un impacto profundo y multifacético que afecta su identidad, sentido de pertenencia, autoimagen y bienestar general. En primer lugar, los adolescentes encuentran en el Hallyu una fuente significativa de identidad y un espacio para establecer conexiones emocionales y sociales. Las actividades relacionadas con el fandom, como el baile de K-pop y la participación en grupos de fans, fortalecen su sentido de pertenencia y proporcionan una estructura de apoyo emocional en una etapa crítica de formación de identidad.

Además, los estándares estéticos de los ídolos coreanos parecen tener una influencia considerable en la autoimagen de los adolescentes. La exposición constante a figuras públicas que representan ideales de belleza específicos está relacionada con una mayor insatisfacción corporal y, en algunos casos, con conductas de control de peso entre los adolescentes que aspiran a emular esos ideales físicos. La búsqueda de estos estándares estéticos puede aumentar el riesgo de desarrollar CAR, especialmente en aquellos que internalizan estos modelos como referentes de atractivo y éxito.

En términos de AF, los adolescentes manifestaron una preferencia por el baile de K-pop sobre actividades más tradicionales como las clases de educación física. Perciben el baile como

una actividad agradable y socialmente significativa, en la que pueden ejercitarse y, al mismo tiempo, experimentar disfrute y satisfacción emocional. Esta preferencia sugiere que el baile de K-pop podría ser una herramienta eficaz para promover la AF en adolescentes que no encuentran en las actividades convencionales una motivación suficiente.

Finalmente, el consumo de productos relacionados con Hallyu, como posters y *photocards*, sirve como una extensión de la identidad de los adolescentes. Estos objetos se convierten en símbolos tangibles de pertenencia y autoestima, que les permiten expresar su afición y reforzar su sentido de conexión con sus ídolos y con otros miembros del fandom.

8.6 Sugerencias y limitaciones

Este estudio presenta algunas limitaciones que es importante considerar. En primer lugar, la muestra se centró en un grupo específico de adolescentes, lo cual limita la capacidad de generalizar los hallazgos a otros contextos culturales o poblaciones más amplias. Además, el diseño transversal del estudio solo permite observar asociaciones entre el consumo de Hallyu y sus efectos en la IC, identidad, AF y relaciones interpersonales, sin poder establecer causalidad. Para comprender mejor los efectos a largo plazo de este consumo, serían necesarias investigaciones longitudinales, mismas que permitirán observar cómo evoluciona la influencia del consumo de Hallyu en los aspectos que previamente fueron señalados, comprendiendo a su vez sus efectos a largo plazo y los patrones de desarrollo en respuesta al consumo de Hallyu.

Otro aspecto a tener en cuenta es la subjetividad en los datos reportados y en el análisis cualitativo. Al basarse en la percepción de los adolescentes y en la interpretación de los investigadores, existe un riesgo de sesgo que podría influir en los resultados. Sin embargo, el uso de grupos focales o entrevistas, permite acceder a las experiencias personales y subjetivas de los adolescentes, brindando detalles sobre sus motivaciones, percepciones y emociones relacionadas con el Hallyu. Este nivel de profundidad ayuda a comprender el valor simbólico y emocional que

los adolescentes atribuyen a estos productos culturales y como estos a su vez se vinculan con sus creencias y conductas en salud.

Por otra parte, una de las fortalezas de este estudio se encuentra en la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo permitió una comprensión más profunda del impacto del Hallyu en la identidad, la IC y las relaciones interpersonales de los adolescentes. Los resultados cuantitativos proporcionaron un panorama general de los patrones de consumo y sus posibles efectos, mientras que los datos cualitativos permitieron explorar las motivaciones, percepciones y experiencias individuales que subyacen a estos patrones.

Puesto que, el estudio no consideró el impacto de otras variables externas, como el uso de redes sociales o la exposición a otros tipos de medios, que también pueden influir en la autoimagen y las conductas de consumo; este enfoque limita la posibilidad de analizar el consumo de Hallyu como un factor aislado, ya que podría estar acompañado de otras influencias culturales significativas. Sin embargo, al analizar cómo el consumo cultural afecta la salud mental, física y social de los adolescentes, el estudio contribuye a la psicología de la salud y la educación en medios. Estos hallazgos ofrecen una base valiosa para el desarrollo de futuros programas de intervención, orientando a los adolescentes en el consumo crítico y saludable de contenido cultural. Del mismo modo, se sugiere retomar como la visualización de mukbang, mismo que fue señalado por algunas de las participantes, se relaciona con la percepción de la alimentación y los hábitos alimenticios en adolescentes, considerando su potencial influencia en las conductas alimentarias y la IC.

Dado el interés de los adolescentes en el baile de K-pop como una forma de ejercicio, futuras investigaciones podrían explorar la posibilidad de incorporar otros tipos de AF relacionadas con intereses culturales en programas escolares o comunitarios, para mejorar la motivación hacia la AF.

Finalmente, sería valioso analizar cómo las redes sociales amplifican los efectos del Hallyu, especialmente en relación con la autoimagen y las expectativas estéticas de los adolescentes. Comprender el papel de las plataformas digitales en la difusión de estándares de belleza y comportamientos de consumo podría enriquecer los enfoques de intervención en salud mental, orientando a los adolescentes hacia una visión crítica y equilibrada de su consumo cultural. En este sentido se sugiere el desarrollo de investigaciones que indaguen en como los intereses culturales de los adolescentes pueden promover hábitos saludables.

Referencias

- Achilles, L., Mandl, T., y Womser-Hacker, C. (2022). Thinspiration inspired by K-pop: A comparison of K-pop related thinspiration imagery and texts to regular thinspiration content on Tumblr. *International Conference on Well-Being in the Information Society, Turku, Finlandia*. Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-14832-3_5
- Achilles, L., Mandl, T., y Womser-Hacker, C. (2023). Body like an idol: K-pop fitspiration on Tumblr – an analysis of texts and images. *Finnish Journal of eHealth and eWelfare*, 15(3), 380-394. <https://doi.org/10.23996/fjhw.126897>
- Aguilar, I. (2024). *Análisis del sentido de comunidad de los jóvenes y adultos desde una mirada de la sociología urbana: Caso el barrio “El Arbolito”, en Pachuca, Hidalgo* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Alballe, B. (2024). *Efecto del baile sobre la salud mental en adolescentes* [Tesis de Maestría]. Universidad Internacional de Andalucía.
- Aleman, I., Aguilar, N., Granda, L., y Granda, J. (2019). Estereotipos de Género y Práctica de Actividad Física. *Movimiento*, 25,1-16. <https://doi.org/10.22456/1982-8918.93460>
- Alimoradi, Z., Jafari, E., Potenza, M. N., Ling, C.-Y., Wu, C.-W., & Pakpour, A. H. (2022). Binge-Watching and Mental Health Problems: A Systematic Review and Meta-Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15), 9707. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159707>
- Alliott, O., Ryan, M., Fairbrother, H., y Van, E. (2021). Do adolescents’ experiences of the barriers to and facilitators of physical activity differ by socioeconomic position? A systematic review of qualitative evidence. *Obesity Reviews*, 23(3), e13374.

- Alfoukha, M. M., Hamdan-Mansour, A. M., & Banihani, M. A. (2019). Social and Psychological Factors Related to Risk of Eating Disorders Among High School Girls. *The Journal of School Nursing, 35*(3), 169–177. <https://doi.org/10.1177/1059840517737140>
- Alva, A.K. (2018). *El K-POP y las culturas juveniles de la Ciudad de México* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México]. Repositorio Institucional UACM. <http://repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/handle/123456789/1192>
- Álvarez, G., Mancilla, J. M. y Vázquez, R. (2000). Propiedades psicométricas del Test de Bulimia (BULIT). *Psicología Contemporánea, 7*(1), 74-85.
- Álvarez, G.L., Mancilla, J.M., Vázquez, R., Unikel, C., Caballero, A., y Mercado, D. (2004). “Validity of the Eating Attitudes Test: A study of Mexican eating disorders patients”. *Eating and Weight Disorders: Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity, 9*(4), 243-248. <https://link.springer.com/article/10.1007/BF03325077>
- Amaya, A., Álvarez, G. L., y Mancilla, J. M. (2010). Insatisfacción corporal en interacción con autoestima, influencia de pares y dieta restrictiva: Una revisión. *Revista mexicana de trastornos alimentarios, 1*(1), 79-89. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-15232010000100008&script=sci_abstract&tlng=pt
- American Psychiatric Association. (2014). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM-5 (5ª. ed.)*. Editorial Médica Panamericana.
- American Psychiatric Association. (2021). *What Are Eating Disorders?* <https://www.psychiatry.org/patients-families/eating-disorders/what-are-eating-disorders>
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: Fifth Edition Text Revision (DSM-5-TR)*. American Psychiatric Association.
- Anari, F. M., & Eghtesadi, S. (2023). The Relationship Between Watching Mukbang (Eating Show), Eating Behaviors, and Anthropometric Parameters in Iranian Female Students.

Journal of Research in Health Sciences, 23(1), e00574.
<https://doi.org/10.34172/jrhs.2023.109>

Andries, A. L. (2014). The Influence of Koren's Celebrity Endorsement and Youth Buying Behavior on Youth Apparel Purchase Decision in Manado. *Jurnal EMBA*, 2(4), 602–611.
<https://doi.org/10.35794/emba.2.4.2014.6374>

Antolín, V., Gándara, J., García, I. y Martín, A. (2009). Adicción al deporte: ¿Moda postmoderna o problema sociosanitario? *Revista Norte de salud mental*, 1(34), 15-22.

Arango, M. S., y Morales, A. I. (2018). *Imagen corporal en nadadoras sincronizadas antioqueñas*. [Tesis de Maestría, Universidad de Antioquia]. Repositorio Institucional Universidad de Antioquia. <https://hdl.handle.net/10495/15967>

Arellano-Pérez, O. G., Vázquez-Cervantes, M. J., Fernández, T. L., y Saucedo-Molina, T. J. (2019). Drive for muscularity and disordered eating behaviors and its relationship with anthropometric indicators and physical activity in Mexican adolescent men. *Eating and Weight Disorders. Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 24, 661-667.

Arias, M. V., & Samada, Y. (2020). Funcionamiento Familiar y Trastornos en la Conducta Alimentaria de los Adolescentes Familia y Adolescencia. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(6), 1–26.

Arranz, E. (2004). *Familia y desarrollo psicológico*. Pearson educación.

Arreguín, R. H., y Chávez, M. E. (2020). Barreras para realizar ejercicio físico en la adolescencia. *Revista de Ciencias del Ejercicio*, 15(1), 20-30.

Arum, N. (2022). '*Gangnam beauty*' drama: the representation of lookism in South Korea [Tesis de maestría, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University Theses And Dissertations (CHULA ETD). <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2022.209>

- Asociación Médica Mundial. (2013). *WMA DECLARATION OF HELSINKI*.
<https://www.wma.net/wp-content/uploads/2024/10/DoH-Oct2013.pdf>
- Ayala, C., Ayala-Guzmán, C. I., y Ortiz-Hernandez, L. (2019). Factores sociodemográficos asociados a la actividad física deportiva en adolescentes mexicanos. *Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde*, 24, 1-9. <https://doi.org/10.12820/rbafs.24e0093>
- Baile, J. I., & González, M. J. (2010). Trastornos de la conducta alimentaria antes del siglo XX. *Psicología Iberoamericana*, 18(2), 19–26. <https://doi.org/10.48102/pi.v18i2.248>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy, the exercise of control*. Worth Publishers.
- Banyard, P. (1995). *Introducción a los procesos cognitivos*. Editorial Ariel.
- Barragán, M. C., López-Espinoza, A., Martínez, A. G., López-Uriarte, P., Aguilera, V. G., Salazar, J. G., y Sánchez, B. (2014). Efecto del ayuno sobre la conducta alimentaria en estudiantes universitarios. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 5(2), 124-135. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232014000200007
- Barajas-Iglesias, B., Jáuregui-Lobera, I., Laporta-Herrero, I., y Santed-Germán, M. A. (2018). The influence of the aesthetic body shape model on adolescents with eating disorders. *Nutrición hospitalaria*, 35(5), 1131-1137. <http://dx.doi.org/10.20960/nh.1826>
- Barrero, P., & Sánchez, Y. (2022). Maltrato infantil y trastornos de la conducta alimentaria en la adultez: Una revisión sistemática. *Psychology, Society & Education*, 14(1), 55–65.
- Barriguete, J. A., Radilla, C.C., Fernández, L.H., Valle, H., Baños, M., Hernández, L., Garibay, N., Vázquez, F., Mejía, M. A., y Aguilar, C. (2022). Relación del acoso escolar y conductas de riesgo a trastornos de la alimentación en escolares mexicanos. *Revista Española de*

- Nutrición Comunitaria*, 28 (4), 1-13. https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC-D-22-0036._Manuscrito_final.pdf
- Behar, R., & De la Barra, F. (2021). Abuso sexual infantil y adolescente y su relación con trastornos alimentarios. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 59(4), 308–320.
- Belalcazar, V. (2024). Prevalence of disturbance of body image perception and engagement in risky behaviors for eating disorders motivated by the Korean wave. *The International Journal of Social Psychiatry*, Preprint, 207640241280719. <https://doi.org/10.1177/00207640241280719>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. (Amorrortu editores).
- Berny, M. C., Rodríguez, D., Cisneros, J., & Guzmán, G. (2020). Trastornos de la Conducta Alimentaria. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 7(14), Article 14. <https://doi.org/10.29057/esat.v7i14.6036>
- Best, O., & Ban, S. (2021). Adolescence: Physical changes and neurological development. *British Journal of Psychiatry*, 30(5), 272–275. <https://doi.org/10.12968/bjon.2021.30.5.272>
- Bhatti, M. A., Khalid, A., & Khalid, R. (2022). The Rise of Hallyu: A Study on the Consumption of Korean Content in Pakistan During Covid 19 Pandemic. *Pakistan Journal of Social Research*, 4(01), 521–532. <https://doi.org/10.52567/pjsr.v4i1.676>
- Birulés-Muntané, J., & Soto-Faraco, S. (2016). Watching Subtitled Films Can Help Learning Foreign Languages. *PLoS ONE*, 11(6), e0158409. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0158409>
- Bok-Rae, K. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154-160.
- Bouchard C, Blair S, Haskell L. (2006). *Physical activity and health*. Human Kinetics.

- Brown, B.B. y Larson, J. (2009). Relaciones entre pares en la adolescencia. En R.M. Lerner y L. Steinberg (Eds.), *Handbook of teenager psychology: Contextual influences on teenager development* (3.^a ed., págs. 74-103). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002004>
- Brown, T. A., Cash, T. F., & Mikulka, P. J. (1990). Attitudinal Body-Image Assessment: Factor Analysis of the Body-Self Relations Questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55(1–2), 135–144. <https://doi.org/10.1080/00223891.1990.9674053>
- Brownstone, L. M., & Bardone-Cone, A. M. (2021). Subjective binge eating: A marker of disordered eating and broader psychological distress. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 26(7), 2201–2209. <https://doi.org/10.1007/s40519-020-01053-9>
- Buehler, C. (2020). Family Processes and Children’s and Adolescents’ Well-Being. *Journal of Marriage and Family*, 82(1), 145–174. <https://doi.org/10.1111/jomf.12637>
- Bustamante, L. K., Luzuriaga, M. A., Rodríguez, P. E., & Espadero, R. G. (2022). Desarrollo psicológico del adolescente: Una revisión sistemática. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(42), 389–398. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol6iss42.2022pp389-398>
- Caldera, I. A., Del Campo, P. M., Caldera, J. F., Reynoso, O. U., & Zamora, M. D. R. (2019). Predictors of risk eating behaviors in high school students *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 10(1), 22–31. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2019.1.519>
- Calle, M. A., Jiménez, M. A., & Vanegas, Á. M. (2019). El “K-Beauty”: ¿Una oportunidad para el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur? *Revista Digital Mundo Asia Pacífico*, 8(15), 5–19. <https://doi.org/10.17230/map.v8.i15.01>

- Calvo, R., Puente, R., & Villarino, P. (2008). Trastornos de la conducta alimentaria: Cómo actuar desde la familia: claves para prevenir y tratar trastornos alimentarios como la anorexia y la bulimia desde la familia. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/43180/01420112013255.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2014). *Ley General de Salud en Materia de Investigación*. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LGS_MIS.pdf
- Campo, S.L., Pérez, M.F., y Pineda, J.C. (2021). *Impacto y repercusiones del Hallyu en las prácticas culturales de un grupo de jóvenes en Cartagena de Indias* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Cartagena]. Repositorio Institucional de la Universidad de Cartagena. <http://dx.doi.org/10.57799/11227/3775>
- Canals, J., & Arija, V. (2022). Risk factors and prevention strategies in eating disorders. *Nutrición Hospitalaria*, 39(2), 16–26. <https://doi.org/10.20960/nh.04174>
- Capdevila, L. (2004). Motivación y Actividad Física: El Autoinforme de Motivos para la Práctica de Ejercicio Físico (AMPEF). *Revista de Psicología del Deporte*, 13(1), 55–74. <https://ddd.uab.cat/pub/revpsidep/19885636v13n1/19885636v13n1p55.pdf>
- Capdevila, L. (2005). *Actividad física y Salud*. Miradle.
- Carratalá, V., García, Á., y Carratalá, E. (1998). Análisis de las diferencias por género y grupo en los factores de los iguales relacionados con la práctica deportiva. *Revista de Psicología del Deporte*, 7(1), 283-293. <https://ddd.uab.cat/record/63586>
- Carretero, M. (1985). Teorías de la Adolescencia. En M. Carretero, J. Palacios y A. Marchesi (Comps.): *Psicología evolutiva*. Vol. 3. Alianza

- Casamen, K. S. (2024). La importancia del baile como rutina diaria para mantener una salud física y emocional óptima. *Dominio De Las Ciencias*, 10(3), 1717–1729. <https://doi.org/10.23857/dc.v10i3.4004>
- Cash, T.F., y Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. The Guildford Press
- Caspersen, C.J., Powell, K.E., Christenson, G.M. (1985). Physical activity, exercise, and physical fitness: Definitions and distinctions for health-related research. *Public Health Reports*, 100(2), 126–131. <http://www.jstor.org/stable/20056429>
- Castellar, A. N., & Martínez, M. M. (2023). *El Ejercicio Físico, Índice De Masa Corporal Y El Riesgo De Trastornos De La Conducta Alimentaria En Los Asistentes Al Gimnasio De La Universidad Del Sinú*. [Tesis de Licenciatura, Universidad del Sinú, seccional Cartagena]. <https://repositorio.unisinucartagena.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/1201>
- Cassel, J. (1976). The contribution of the social environment to host resistance: The Fourth Wade Hampton Frost Lecture. *American Journal of Epidemiology*, 104(2), 107–123. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.aje.a112281>
- Castro-López, V. R., Franco-Paredes, K., y Peláez-Fernández, M. A. (2021). Influencia de la ansiedad e insatisfacción corporal sobre conductas alimentarias de riesgo en una muestra de mujeres adolescentes de México. *European Journal of Child Development, Education and Psychopathology*, 9(2), 1–12. <https://doi.org/10.32457/ejpad.v9i2.1694>
- Castro-Sánchez, M., Linares Manrique, M., Sanromán-Mata, S., y Pérez-Cortés, A. J. (2017). Análisis de los comportamientos sedentarios, práctica de actividad física y uso de videojuegos en adolescentes. *Sportis*, 3(2), 241-255. <https://doi.org/10.17979/sportis.2017.3.2.1746>

- Cheung, C., & Yue, X. D. (2019). Idols as Sunshine or Road Signs: Comparing Absorption-Addiction Idolatry With Identification-Emulation Idolatry. *Psychological Reports, 122*(2), 411–432. <https://doi.org/10.1177/0033294118758903>
- Chillón, P. (2005). *Efectos de un programa de intervención de educación física para la salud en adolescentes de 3o de ESO* [Tesis de Doctorado, Granada: Universidad de Granada]. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/557>
- Choi, J., & González, B. (2024). Movimientos sociopolíticos y K-global citizenship: El caso de Kpopers por Boric en Chile. *México y la Cuenca del Pacífico, 13*(38), 61–88. <https://doi.org/10.32870/mycp.v13i38.869>
- Cloninger, S. C. (2003). *Teorías de la personalidad* (3ra ed). Prentice Hall.
- Colas, B. P., & Castro, L. N. (2011). Autoimagen corporal de los adolescentes, investigación con perspectiva de género. En B. I. Vázquez (Ed.), *Investigación y Género. Logros y Retos*. (pp. 346–360). CS9 Producciones S.L.N.E.
- Coleman, J. C. (2022). *Relationships in Adolescence*. Routledge.
- Colledge, F., Cody, R., Buchner, U. G., Schmidt, A., Pühse, U., Gerber, M., Wiesbeck, G., Lang, U. E., & Walter, M. (2020). Excessive Exercise—A Meta-Review. *Frontiers in Psychiatry, 11*. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.521572>
- Colunga-Rodríguez, B. A., Ángel-González, M., Vázquez-Juárez, C. L., Vázquez-Colunga, J. C., Castellanos-Ángeles, R., Colunga-Rodríguez, C., y Dávalos, G. (2020). Motivos para la Práctica del Ejercicio Físico en Estudiantes de Secundaria. *Retos, (38)*, 89-94. <https://doi.org/10.47197/retos.v38i38.71569>
- 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. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O)

- Copa, J., & Poma, W. (2017). Fandoms. Agrupaciones Juveniles Seguidoras del K-Pop en la Ciudad de la Paz. *Temas Sociales*, 41, 205–229.
- Cordero, M. L., & Cesani, M. F. (2020). Crecimiento, estado nutricional y composición corporal: Un estudio transversal sobre las manifestaciones del dimorfismo sexual en escolares de Tucumán, Argentina. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 24(1), 50–60. <https://doi.org/10.14306/renhyd.24.1.794>
- Coss, C. (2019). Subjetividades y consumos culturales de la ola coreana en jóvenes de Tuxtla Gutiérrez [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Chiapas]. Repositorio Institucional de UNACH. <https://repositorio.unach.mx/jspui/handle/123456789/3489>
- Craig, G. J. y Baucum, D. (2009). *Desarrollo psicológico*. Pearson.
- Craig, C. L., Marshall, A. L., Sjöström, M., Bauman, A. E., Booth, M. L., Ainsworth, B. E., Pratt, M., Ekelund, U., Yngve, A., Sallis, J. F., & Oja, P. (2003). International Physical Activity Questionnaire: 12-Country Reliability and Validity. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 35(8), 1381–1395. <https://doi.org/10.1249/01.MSS.0000078924.61453.FB>
- Cruz, R. M., Ávila, M. L., Cortés, M.C., Vázquez, R., y Mancilla, J. M. (2008). Restricción alimentaria y conductas de riesgo de trastornos alimentarios en estudiantes de Nutrición. *Psicología y Salud*, 18(2), 189-198. <https://psicologiaysalud.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/661>
- Cruz, V., Urbina, C., Alvear, M. G., Ortiz, L., y Morán, I. C. (2018). Percepción del cuerpo saludable y su relación con la insatisfacción corporal en adolescentes mexicanos. *Revista Salud Pública y Nutrición*, 17(1), 23-29. <https://doi.org/10.29105/respyn17.1-4>
- D'Aloisio, F. (2017). Jóvenes y sociabilidad escolar: Aprendizajes que sostienen determinado orden social. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 101–115. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1510509112016>

- Davis, C., Blackmore, E., Katzman, D. K., y Fox, J. (2005). Female adolescents with anorexia nervosa and their parents: a case-control study of exercise attitudes and behaviors. *Psychological Medicine*, 35(3), 377-386. <https://doi.org/10.1017/S0033291704003447>
- De Castilho, V. B. (2015). South Korean Pop Style: The Main Aspects of Manifestation of Hallyu in South America. *Romanian Journal of Sociological Studies*, (2), 149-176.
- DeSocio, J. E., & Riley, J. B. (2021). Feeding and Eating Disorders in Children and Adolescents. En E. L. Yearwood, G. S. Pearson, & J. A. Newland (Eds.), *Child and Adolescent Behavioral Health* (pp. 242–266). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119487593.ch15>
- Dong-Dong, Z. (2006). *On Korean Wave (Hallyu) in Chinese Newspaper. A Qualitative Analysis of New Beijing Daily News Coverage*. [Tesis de Maestría]. Korea University.
- Doñate, J. (2022). *Producción original en Netflix España: La casa de papel y Paquita Salas* [Tesis de Doctorado, Universitat Jaume I]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/674325#page=1>
- Durán-Vinagre, M. Á., Ledor, V. M., Sánchez, S., y Feu, S. (2021). Motivación y TIC como reguladores de la actividad física en adolescentes: una revisión sistemática. *Retos*, (42), 785-797. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7986377>
- Durán-Vinagre, M. Á., Feu, S., Becerra, M. T., y Sánchez, S. (2022). Influencia de las TIC como Factor Predictor de Actividad Física en Jóvenes: Revisión de la Literatura. *Campo Abierto*, 41(1), 81-98. <https://mascvuex.unex.es/revistas/index.php/campoabierto/article/view/4265>
- Enríquez, M. (2020). *Programa de prevención de conductas no saludables y sedentarismo, estudio piloto en adolescentes hidalguenses de una secundaria pública*. [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo]. <http://200.57.56.70:8080/xmlui/handle/231104/3775>
- Erikson, E.H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W.W. Norton

- Erikson, E. H. (1977). *Childhood and society*. Triad Paladin.
- Escámez, J. C., Gálvez, A., Gómez, L., Escribá, A. R., Tárraga, P., y Tárraga, L. (2018). Influencia de la actividad física y la capacidad aeróbica sobre el rendimiento académico en la adolescencia: una revisión bibliográfica. *Journal of Negative and No Positive Results*, 3(1), 49-64. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.1614>
- Escartí, A., y Brustad, R. (2002). Estudio de la motivación deportiva desde la perspectiva de la teoría de metas. En J. Dosil (Ed.), *Psicología y rendimiento deportivo* (pp. 57-70). GERSAM.
- Escoto, M. del C. (2008a). *Prevención de Actitudes y Conductas Alimentarias Alteradas* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://ru.dgb.unam.mx/jspui/bitstream/20.500.14330/TES01000632781/3/0632781_A1.pdf
- Escoto, M. del C. (2008b). Propiedades Psicométricas del Test Infantil de Actitudes Alimentarias en una Muestra Mexicana. *Revista Mexicana de Psicología*, 25(1), 99–106. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243016300007>
- Espinoza, L. K. B., Calle, M. A. L., Rodríguez, P. E. R., y Faican, R. G. E. (2022). Desarrollo psicológico del adolescente: una revisión sistemática. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(42), 389-398. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol6iss42.2022pp389-398>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.08.001>

- Fairburn, C. G., Cooper, Z., Shafran, R., & Wilson, G. T. (2008). Eating disorders: A transdiagnostic protocol. En D.H. Barlow (Ed.). *Clinical handbook of psychological disorders* (pp. 578-614). Guilford Press.
- Farhana, R., & Umi, N. L. (2021). phenomenon of fandom consumption in k-pop commodity through the army community: Bangtan Sonyeondan fandom. *COMMICAST*, 3(1), 42–55. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i1.5108>
- Favieri, F., Forte, G., Tambelli, R., Tomai, M., Casagrande, M. (2023). I feel addicted to watching TV series: association between binge-watching and mental health. *PeerJ*, doi: 10.7717/peerj.15796
- Fernández, C. (2022). *Nuevos Modelos de Exportación Musical: El K-Pop y su Consumo por la Audiencia Española* [Tesis de Maestría, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/55751>
- Fernández, N., y Morales, I. (2022). Relación entre el uso de redes sociales y los problemas alimentarios adolescentes. *Análisis y modificación de conducta*, 48(177), 3-17. <http://dx.doi.org/10.33776/amc.v48i177.6879>
- Fensham, R., & Gardner, S. (2005). Dance classes, youth cultures, and public health. *Papers from the Department of Dance, Film and Theatre*, 24(4), 14–20.
- Festinger, L., Torrey, J., & Willerman, B. (1954). Self-Evaluation as a Function of Attraction to the Group. *Human Relations*, 7(2), 161–174. <https://doi.org/10.1177/001872675400700204>
- Flores, A. L. (2024). *Redes sociales y desarrollo de trastornos alimentarios en adolescentes* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/16093/Redes_FloresIbarra_Alisson.pdf?sequence=1

- Franco, K., Díaz, F.J., y Bautista-Díaz, M.L. (2019). Estatus de peso, conductas alimentarias de riesgo e insatisfacción corporal en mujeres adolescentes y jóvenes. *Archivos de Medicina (Col)*, 19 (2), 303-314. <https://doi.org/0.30554/archmed.19.2.3283.2019>
- Franco, K., Martínez, A. G., Diaz, F. J., López-Espinoza, A., Aguilera, V., y Valdés, E. (2010). Conductas de riesgo y sintomatología de trastornos del comportamiento alimentario en estudiantes universitarios del Sur de Jalisco. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/Mexican Journal of Eating Disorders*, 1(2), 102-111. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-15232010000200002&script=sci_arttext
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2019). *BTS se une a UNICEF en la campaña #LoveMyself (Ámate a ti mismo)*. <https://www.unicef.org/panama/historias/bts-se-une-unicef-en-la-campa%C3%B1a-lovemysself-%C3%A1mate-ti-mismo>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2022). *Adolescencia*. <https://www.unicef.org/mexico/adolescencia>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2023). *Estado de la Población Mundial 2023. 8.000 millones de vidas, infinitas posibilidades: argumentos a favor de los derechos y libertades*. <https://www.unfpa.org/es/swp2023>
- For the record. (2022). *Ya están aquí: los artistas, canciones y podcasts más escuchados, además de las tendencias de escucha del 2022*. <https://newsroom.spotify.com/2022-11-30/ya-estanaqui-los-artistas-canciones-y-podcasts-mas-escuchados-ademas-de-las-tendencias-de-escucha-del-2022/>
- Forte, G., Favieri, F., Tambelli, R., & Casagrande, M. (2023). To Binge Watch TV Series: How a Leisure Activity May Affect Sleep, Mood and Quality of Life. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 2395–2405. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S407854>

- Fortunata, F., & Setyo, L. S. (2021). The Effect of Addiction of Watching Korean Drama Series on Imitation Behavior of Adolescents. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 570, 876–883. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.138>
- Fuhr, M. (2015). *Globalization and Popular Music in South Korea: Sounding Out K-Pop* (1a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315733081>
- Garassini, M. E. (2020). Desarrollo positivo adolescente. El Manual Moderno.
- García, F., Herazo, Y., Sánchez, L., Barbosa, E. J., Coronado, A. D. C., Corro, E. A., Villarreal, A. E., & Redondo, C. M. (2020). Autoeficacia hacia la actividad física en escolares colombianos. *Retos*, 38, 390–395. <https://doi.org/10.47197/retos.v38i38.73878>
- García, L. (2020). *En Ciencia Joven: Hallyu, el fenómeno cultural surcoreano más allá del k-pop*. *CienciaUNAM*. <https://ciencia.unam.mx/leer/953/en-ciencia-joven-hallyu-el-fenomeno-cultural-coreano-mas-alla-del-k-pop#:~:text=Hallyu%20literalmente%20significa%20Ola%20coreana,y%20%C3%81rrica%20de%20la%20UNAM>.
- García, N. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En G. Sunkel (coord.). *El Consumo Cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello.
- García-García, E., Vázquez-Velázquez, V., López-Alvarenga, J. C., & Arcila-Martínez, D. (2003). Validez interna y utilidad diagnóstica del Eating Disorders Inventory en mujeres mexicanas. *Salud Pública de México*, 45(3), 207–210. <https://doi.org/10.1590/S0036-36342003000300010>
- Garner, D.M., y Garfinkel, P.E. (1979). The eating attitudes test: an index of the symptoms of anorexia nervosa. *Psychological Medicine*, 19, 703-708.

- Garner, D.M., y Garfinkel, Paul E. (1980). Socio-cultural factors in the development of anorexia nervosa. *Psychological Medicine*, 10(4), 647–. <https://doi.org/10.1017/s0033291700054945>
- Garner, D. M., Olmsted, M. P., Bohr, Y., & Garfinkel, P. E. (1982). The eating attitudes test: Psychometric features and clinical correlates. *Psychological Medicine*, 12(4), 871–878. <https://doi.org/10.1017/s0033291700049163>
- Garner, D. M., Olmstead, M. P., & Polivy, J. (1983). Development and validation of a multidimensional eating disorder inventory for anorexia nervosa and bulimia. *International Journal of Eating Disorders*, 2(2), 15–34. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198321\)2:2<15::AID-EAT2260020203>3.0.CO;2-6](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198321)2:2<15::AID-EAT2260020203>3.0.CO;2-6)
- Garrudo, M. (2017). Relación entre una práctica excesiva de ejercicio físico y los trastornos de la conducta alimentaria: Una revisión sistemática. *Trastornos de la conducta alimentaria*, 25, 2766–2794.
- Ghaderi, A., & Scott, B. (2001). Prevalence, incidence and prospective risk factors for eating disorders. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 104(2), 122–130. <https://doi.org/10.1034/j.1600-0447.2001.00298.x>
- Giletta, M., Choukas-Bradley, S., Maes, M., Linthicum, K. P., Card, N. A., & Prinstein, M. J. (2021). A meta-analysis of longitudinal peer influence effects in childhood and adolescence. *Psychological Bulletin*, 147(7), 719–747. <https://doi.org/10.1037/bul0000329>
- Gempeler, J. (2005). Trastorno por atracones: ¿entre los trastornos de la conducta alimenticia y la obesidad? Una mirada cognoscitiva comportamental. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(2), 242-250.

- Gil, J., Felipe, R., y Moreno, M. Á. (2022). Influencers deportivos y su repercusión en el consumo, la actividad física y su proyección en redes sociales por los adolescentes andaluces (España). *Retos*, (43), 591-602 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8059462>
- Gilic, B., Ostojic, L., Corluka, M., Volaric, T., y Sekulic, D. (2020). Contextualizing parental/familial influence on physical activity in adolescents before and during COVID-19 pandemic: a prospective analysis. *Children*, 7(9), 125. <https://doi.org/10.3390/children7090125>
- Gómez, G. (1997). Alteraciones de la imagen corporal en una muestra de escolares mexicanos preadolescentes. *Revista Mexicana de Psicología*, 14, 31-40. https://www.researchgate.net/publication/339352501_REVISTA_MEXICANA_DE_PSI
COLOGIA
- Gómez, G. (1998). Imagen Corporal: ¿qué es más importante: “sentirse atractivo” o “ser atractivo”? *Psicología y Ciencias Sociales*, 2, 27-33.
- Gómez-Peresmitré, G. (1998). Trastornos del comer: Imagen corporal en México. *La Psicología Social en México*, VII, pp. 277-282
- Gómez, G., García, G., y Camacho, L. (2008). Modelos estructurales: conducta bulímica en interrelación con sus factores de riesgo en muestras de hombres y mujeres universitarios. *Psicología y Salud*, 2008, 18 (1), 45-55. <https://www.redalyc.org/pdf/291/29118105.pdf>
- Gómez-Peresmitré, G., Acosta, V., Gorischnik, R., Cuevas, C., Pineda, G., Platas, R. S., Guzmán, R., y León, R. (2013). Un estudio preliminar de los factores predictores de la conducta de atracón en tres culturas: México, Argentina y España. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 4(2), 68-78. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232013000200001&lng=es&tlng=es.

- Gómez, A., & Calderón, D. (2022). El ocio digital de la población adolescente. Fundación FAD Juventud. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/102866>
- González, F. (1997). *Epistemología cualitativa y subjetividad*. EDUC.
- González-Alvarado, Y., Unikel-Santoncini, C., y Saucedo-Molina, T.J. (2023). Risk of eating disorders and its association with psychological factors, body mass index, and physical activity in Mexican university students. *Journal of Eating Disorders (Preprint)*.
- González-Urdaneta, L., & Viloría, H. (2007). El imperialismo cultural y los procesos de integración latinoamericanos. *Quórum Académico*, 4(2), 149–169. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199016809009>
- Grisolía, C. V. (2011). Héroes mecánicos en la cultura pop. Revival de un icono. *Revista de arte y estética contemporánea*, 15, 105-116.
- Guadarrama-Guadarrama, R., Hernández-Navor, J., y Veytia, M. (2018). “Cómo me percibo y cómo me gustaría ser”: un estudio sobre la imagen corporal de los adolescentes mexicanos. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5 (1), 37-43. <https://doi.org/10.21134/rpcna.2018.05.1.5>
- Guerrero-Cuevas, B., Valero-Aguayo, L., Solano-Martínez, D., Priore-Molero, C., Perea-Barba, A., & Afán De Rivera, M. D. L. Á. (2022). Detection of eating problems and their relationship with eating habits in adolescents. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 10(3), 261–273. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2019.2.567>
- Guzmán, R.M.E. (2012). *Factores psicosociales asociados con conductas alimentarias de riesgo en adolescentes con obesidad*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México]. TESIUNAM. <http://132.248.9.195/ptd2013/Presenciales/0701865/Index.html>

- Guzmán-Saldaña, R., Solano, G., Platas, S., & Gómez-Peresmitré, G. (2018). Diabetes y Trastornos de la Conducta Alimentaria. En R. Guadarrama & N. Torres (Eds.), *Salud mental y conductas de riesgo en el adolescente*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Habibah, N. U., Tsani, A. F. A., y Sumarni, D. W. (2021). The effect of Korean wave on body image and eating disorders among female adolescents in Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 18(2), 78-85.
- Hall-Lopez, J. A., Ochoa-Martinez, P. Y., & Alarcon, E. I. (2020). Actividad física, acorde a sexo, en estudiantes de secundaria antes y durante del distanciamiento social por el COVID-19. *Espacios*, 41(42), 93–99. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p08>
- Harrison, A. N., Rocke, K. D., James Bateman, C., Bateman, A., & Chang, S. M. (2021). Physical activity and disordered eating behaviours: Are Caribbean adolescents at risk? *International Journal of Psychology*, 57(2), 218–226. <https://doi.org/10.1002/ijop.12802>
- Heradstveit, O., Holmelid, E., Klundby, H., Søreide, B., Sivertsen, B., & Sand, L. (2019). Associations between symptoms of eating disturbance and frequency of physical activity in a non-clinical, population-based sample of adolescents. *Journal of Eating Disorders*, 7(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s40337-019-0239-1>
- Hardman, A.E., y Stencel, D.J. (2009). *Physical Activity and Health*. Routledge.
- Hechler, T., Beumont, P., Marks, P., & Touyz, S. (2005). How do clinical specialists understand the role of physical activity in eating disorders? *European Eating Disorders Review*, 13(2), 125–132. <https://doi.org/10.1002/erv.630>
- Hernández, B., Gortmaker, S., Liard, N., Colditz, G., Parra C., S. y Peterson, K. (2000). Validez y reproducibilidad de un cuestionario de actividad e inactividad física para escolares de la Ciudad de México. *Salud Pública de México*, 42(4), 315-323. <https://www.scielosp.org/pdf/spm/2000.v42n4/315-323/es>

- Hernández, J., Macias, A. I., & Kramer, G. (2024). Influencia de los Modelos Estéticos en la Insatisfacción Corporal de Mujeres Universitarias. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 9165–9178. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10238
- Hernández-Alcántara, A., & León, R. (2012). Dieta restringida o ejercicio excesivo: ¿Qué eligen las adolescentes para reducir la talla? *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 3(2), 133–140.
- Himmerich, H., Bentley, J., Kan, C., & Treasure, J. (2019). Genetic risk factors for eating disorders: An update and insights into pathophysiology. *Therapeutic Advances in Psychopharmacology*, 9, 1–20. <https://doi.org/10.1177/2045125318814734>
- Horton, D., y Wohl, R.R. (1956). Mass Communication and ParaSocial Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215-229, <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Iadevito, P. M., & Bavoleo, B. I. (2015). Telenovelas coreanas en América Latina: Una aproximación desde los estudios culturales. *Mundo Asia Pacífico*, 4(6), 25–39. <https://doi.org/10.17230/map.v4.i6.02>
- Instituto de la Juventud. (2023). *Publicaciones* [Página de Facebook]. Recuperado el 26 de mayo de 2023 de <https://www.facebook.com/INJUVECDMXoficial>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2022). *Censo de Población y Vivienda 2020. Información Demográfica y Social*. https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#resultados_generales
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024a). *Características educativas de la población. Características educativas de la población*. <https://www.inegi.org.mx/temas/educacion/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024b). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2023*.

Instituto Nacional de Salud Pública. (INSP, 2012a). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012*

Resultados Nacionales.

<https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2012/doctos/informes/ENSANUT2012ResultadosNacionales.pdf>

Instituto Nacional de Salud Pública. (INSP, 2012b). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012.*

Resultados por Entidad Federativa. Hidalgo.

<https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2012/doctos/informes/Hidalgo-OCT.pdf>

Instituto Nacional de Salud Pública. (INSP, 2020a). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018-*

19. Resultados Nacionales.

https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_informe_final.pdf

Instituto Nacional de Salud Pública. (INSP, 2020b). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018-*

19. Resultados por Entidad Federativa. Hidalgo.

https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/Resultado_Entidad_Hidalgo.pdf

Instituto Nacional de Salud Pública. (INSP, 2022). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2021*

Sobre Covid-19. Resultados Nacionales.

https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2021/doctos/informes/220804_Ensa21_digital_4ago.pdf

Iraburu, D. B. J., & Mora, D. R. R. (2018). *Trastornos de la Conducta Alimentaria y Ejercicio*

Físico: Influencia Recíproca [Tesis de Licenciatura]. Universidad Pontificia Comillas.

- Jandevi, U., & Zareen, M. (2020). Cross-cultural communication of the Indonesian students in China. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 79–85. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i2.96>
- Jang, W., & Song, J. E. (2017). The Influences of K-pop Fandom on Increasing Cultural Contact. *Korean Association of Regional Sociology*, 18(2), 28.
- Jáuregui, I., Estébanez, S., & Santiago, M. J. (2008). Ejercicio físico, conducta alimentaria y patología. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 58(3). <http://www.alanrevista.org/ediciones/2008/3/art-10/>
- Jenol, N. A. M., & Pazil, N. H. A. (2020). Escapism and motivation: Understanding *K-Pop* fans well-being and identity. *Geografía*, 16(4), 336-347. <https://doi.org/10.17576/geo-2020-1604-25>
- Jones, D. C., & Smolak, L. (2011). Body image during adolescence: A developmental perspective. En B. B. Brown y M.J. Jones (Eds.) *Encyclopedia of Adolescence*. Academic Press.
- Jones, K. A. (2013). *Assessing Parasocial Interactions and Relationships in Real Time* [Tesis de Maestría]. Ohio State University.
- Jung, J., & Lee, S. (2006). Cross-Cultural Comparisons of Appearance Self-Schema, Body Image, Self-Esteem, and Dieting Behavior Between Korean and U.S. Women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34(4), 350–365. <https://doi.org/10.1177/1077727X06286419>
- Khan, S. R., Uddin, R., Mandic, S., & Khan, A. (2020). Parental and peer support are associated with physical activity in adolescents: evidence from 74 countries. *International journal of environmental research and public health*, 17(12), 4435.
- Keel, P. K., y Forney, K. J. (2013). Psychosocial risk factors for eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, 46 (5), 433-439.

- Kim, Y. (2007). The Rising East Asian Wave: Korean Media Go Global. En D. Thussu (ed.), *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow* (pp.121-135). Routledge.
- Kircaburun, K., Balta, S., Emirtekin, E., Tosuntas, Ş. B., Demetrovics, Z., y Griffiths, M. D. (2021a). Compensatory usage of the internet: The case of mukbang watching on Youtube. *Psychiatry Investigation, 18*(4), 269-276. <https://doi.org/10.30773/pi.2019.0340>
- Kircaburun, K., Harris, A., Calado, F., y Griffiths, M.D. (2021b). The Psychology of Mukbang Watching: A Scoping Review of the Academic and Non-academic Literature. *International Journal of Mental Health and Addiction, 19*, 1190–1213.
- Kircaburun, K., Savci, M., Emirtekin, E., y Griffiths, M.D. (2022). Uses and gratifications of problematic mukbang watching – The role of eating and social gratification: A pilot study. *Journal of Psychiatric Research, 146*, 28-30. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2021.12.036>
- Kircaburun, K., Yurdağül, C., Kuss, D., Emirtekin, E., & Griffiths, M. D. (2020). Problematic Mukbang Watching and Its Relationship to Disordered Eating and Internet Addiction: A Pilot Study Among Emerging Adult Mukbang Watchers. *International Journal of Mental Health and Addiction, 19*(6), 2160–2169. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00309-w>
- Kjelsås, E., Augestad, L. B., & Gøtestam, K. G. (2003). La dependencia del ejercicio físico en la mujer físicamente activa. *The European journal of psychiatry, 17*(3). <https://doi.org/10.4321/S1579-699X2003000300002>
- Kohlberg, L. (1969). Stages and sequence, the cognitive developmental approach to socialization. En D. A. Gosnin. *Handbook of socializations theory and research*. Rand McNally.
- Kohlberg L. (2008). *Psicología del desarrollo moral*. (2 ed.). Desclée.

- Kruger, J.-L., Doherty, S., & Soto-Sanfiel, M. T. (2017). Subtítulos en lengua original: Sus efectos en el espectador nativo y extranjero. *Comunicar*, *XXV* (50), 23–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3916/C50-2017-02>
- Krauskopf, D. (2007). Sociedad, adolescencia y resiliencia en el siglo XXI. En M. Munist, E. N. Suarez, D. Krauskopf, & T. J. Silber, *Adolescencia y Resiliencia*. Paidós.
- Kumari, A. (2024). Impact of Korean Wave on Eating Disorders: A Comparative Study. *The International Journal of Indian Psychology*, *12*(1), 1419–1426. <https://doi.org/10.25215/1201.133>
- Kvale, S. (1996). *Interview: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. SAGE Publications Inc.
- Kwon, J., & Kwon, Y. T. (2024). Does Watching Mukbang and Cookbang Broadcasts Affect Subjective Body Image, Perceived Stress, and Physical Activity Levels among Korean Adolescents? *Iranian Journal of Public Health*, *53*(2), 367–375. <https://doi.org/10.18502/ijph.v53i2.14921>
- Laffan, D. A. (2020). Positive Psychosocial Outcomes and Fanship in K-Pop Fans: A Social Identity Theory Perspective. *Psychological Reports*, *124*(5), 2272–2285. <https://doi.org/10.1177/0033294120961524>
- Laporta-Herrero, I., Jáuregui-Lobera, I., Barajas-Iglesias, B., Serrano-Troncoso, E., Garcia-Argibay, M., & Santed-Germán, M. Á. (2021). Attachment to parents and friends and body dissatisfaction in adolescents with eating disorders. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, *26*(1), 154–166. <https://doi.org/10.1177/1359104520962155>
- Lamont, A., & Hargreaves, D. (2019). Musical preference and social identity in adolescence. En *Handbook of music, adolescents, and wellbeing* (pp. 109–118). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198808992.003.0010>

- Lara, C. M. (2021). Acciones en salud frente a la disminución de la actividad física y el aumento del sedentarismo. *Psic-Obesidad*, 9(33), 17-19. <https://doi.org/10.22201/fesz.20075502e.2019.9.33.80696>
- Latorre, P. Á., Jiménez, A., & Párraga, J. (2016). Dependencia al ejercicio físico e insatisfacción corporal en diferentes deportes de resistencia y su relación con la motivación al deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(1), 113–120.
- Lee, G. (2009). A theory of soft power and Korea's soft power strategy. *Korean Journal of Defense Analysis*, 21(2), 205–218. <https://doi.org/10.1080/10163270902913962>
- Lee, H. (2017). A 'real' fantasy: Hybridity, Korean drama, and pop cosmopolitans. *Media, Culture & Society*, 40(3), 365–380. <https://doi.org/10.1177/0163443717718926>
- Lee, S. J. (2011). The Korean Wave: The Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), 85–93. <https://eloncdn.blob.core.windows.net/eu3/sites/153/2017/06/09SueJin.pdf>
- Letwory, A. M., & Sihombing, L. H. (2023). Phenomenon of Fandom War in K-Pop Community on Social Media. *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(2), 229–238. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5808>
- Li, S., Yoo, J.-I., Baek, K.-W., Yu, M., Jeon, B., Ha, E.-J., Park, J.-M., & Kim, J.-S. (2019). Exercise-Mimicking Effects of K-pop Dance on Body Composition and Muscular Strength in Young Female. *Journal of Exercise Physiology*, 22(5), 97–104.
- Lin, A., Vlasceanu, D., & Vlasceanu, M. (2021). An Experimental Assessment of the Effects of K-Pop Music Video Exposure on Teenagers' Negative Body Image. *Open Journal of Social Sciences*, 09(08), 40–46. <https://doi.org/10.4236/jss.2021.98004>

- Lindquist, C. H., Reynolds, K. D., y Goran, M. I. (1999). Sociocultural determinants of physical activity among children. *Preventive medicine*, 29(4), 305-312.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0091743599905467>
- Lizandra, J., y Peiró-Velert, C. (2020). Las relaciones sociales y su papel en la motivación hacia la práctica de actividad física en adolescentes: Un enfoque cualitativo. *Retos*, (37), 41-47.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7243246>
- Londoño, D. (2019). *La música: Mediadora en las relaciones interpersonales y la vida social de los estudiantes*. [Tesis de Especialidad]. Fundación Universitaria Los Libertadores.
- López-Cuautle, C., Vázquez -Arevalo, R., & Mancilla-Díaz, J. M. (2016). Evaluación diagnóstica de la Dismorfia Muscular: Una revisión sistemática. *Anales de Psicología*, 32(2), 405–416.
<https://doi.org/10.6018/analesps.32.2.203871>
- López, N. (2011). *Hallyu and its Impact on Mexican Society* (Tesis de doctorado). Universidad de Corea.
- López, N. (2012). Hallyu y su impacto en la sociedad mexicana. *스페인어문학*, (64), 579-598.
- López, N. (2015). El rol del Hallyu como cultura pop en la creación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea. *Portes. Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 9(18), 171–195.
- López, N. (2017) Las mujeres del *K-Pop*: una mirada a la proyección ya la percepción de la mujer coreana en el contexto global actual. En León-Manríquez, J.L. *Corea, ayer y hoy* (143-165).
- López, N. (2022). El Consumo Cultural Coreano por Jóvenes Mexicanos y su diversificación a través de la Lengua Coreana. *Revista Inclusiones*, 9 (4), 112-35.
<https://doi.org/10.58210/fprc3408>.

- López, N. y Ryzhkov, A. (2023). HOW ARE KOREAN MEN SEEN? CONSTRUCTS AMONG MEXICAN WOMEN BY MEANS OF HALLYU. *World*, (1), 155-168.
- López, C., y Treasure, J. (2011). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes: descripción y manejo. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 22 (1), 85-97.
[https://doi.org/10.1016/S0716-8640\(11\)70396-0](https://doi.org/10.1016/S0716-8640(11)70396-0)
- López-Barajas, D. M., Castro-López, R., & Zagalaz-Sánchez, M. L. (2012). Autoconcepto y ansiedad: Detección de indicadores que permitan predecir el riesgo de padecer adicción a la actividad física. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 12(2), 91–100.
<https://doi.org/10.4321/S1578-84232012000200010>
- López-Castedo, A., Domínguez-Alonso, J., & Portela-Pino, I. (2018). Predictive variables of motivation and barriers for the practice of physical exercise in adolescence. *Journal of Human Sport and Exercise*, 13(4). <https://doi.org/10.14198/jhse.2018.134.17>
- Malik, S. I. (2019). The Korean Wave (Hallyu) and Its Cultural Translation by Fans in Qatar. *International Journal of Communication*, 13, 5734–5751
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9591>.
- Maloney, M. J., McGuire, J. B., & Daniels, S. R. (1988). Reliability Testing of a Children's Version of the Eating Attitude Test. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 27(5), 541–543. <https://doi.org/10.1097/00004583-198809000-00004>
- Manzano-Sánchez, D., Palop-Montoro, M.V, Arteaga-Checa, M., y Valero-Valenzuela, A. (2022). Analysis of Adolescent Physical Activity Levels and Their Relationship with Body Image and Nutritional Habits. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 3064. <https://doi.org/10.3390/ijerph19053064>
- Mancilla-Díaz, J. M., Lameiras-Fernández, M., Vázquez-Arévalo, R., Álvarez-Rayón, G., Franco-Paredes, K., López-Aguilar, X., y Ocampo, 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.
- Marcia, J. E. (1966). Development and Validation of Ego- Identity Status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551–558. <https://doi.org/10.1037/h0023281>
- Martínez, D. A. (2009). Identidad, juventud y música pop. *Tramas*, 31, 169–184.
- Martínez, S. M., & Munguía-Izquierdo, D. (2017). Ejercicio físico como herramienta para el tratamiento de los trastornos de la conducta alimentaria. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4(1), 339. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2017.n1.v4.1062>
- McCarthy, A. (2017). *This Korean food phenomenon is changing the internet*. <https://www.eater.com/2017/4/19/15349568/mukbang-videos-korean-youtube>.
- Medina, C., Barquera, S., & Janssen, I. (2013). Validity and reliability of the International Physical Activity Questionnaire among adults in Mexico. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 34(1), 21–28.
- Mendoza, M. F., & Olalde, G. J. (2019). Autopercepción de la imagen corporal y conductas alimentarias de riesgo en estudiantes universitarios de medicina en Xalapa, Veracruz, México (2014). *Revista Ciencias de La Salud*, 17(1), 34–52. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.7612>
- Ministerio de Salud y Secretaría Nacional del Deporte. (2017). *¡A moverse! Guía de actividad física*. <https://www.paho.org/es/documentos/guia-actividad-fisica-moverse>

- Mohd, N. A., & Ahmad, N. H. (2020). Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *Malaysian Journal of Society and Space*, 16(4), 336–347. <https://doi.org/10.17576/geo-2020-1604-25>
- Moral, L. (2017). Teorías y modelos que explican y promueven la práctica de actividad física en niños y adolescentes. *Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, 36, 177–208.
- Moral-Agúndez, A., y Carrillo-Durán, M. V. (2020). Body-cult television advertisement recall among young women suffering from anorexia nervosa or bulimia nervosa. *Saúde e Sociedade*, 29 (1), e170418. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902020170418>
- Moran, A., & Toner, J. (2017). *Psicología del deporte*. Editorial El Manual Moderno.
- Morando, A. (2020). *Salud integral del adolescente I*. Grupo Editorial Patria.
- Mosquera, H. W. (2019). *Caracterización de los procesos de consumo de los KDramas y videos musicales de K-Pop, y su incidencia en la construcción de la identidad y formas de socialización en la comunidad Hallyu de Lima. Una aproximación desde los fenómenos de audiencia en K-Dramas Descendants of the Sun y Goblin: The Lonely and Great God, y los fenómenos de tendencia musical de los grupos BIG BANG y Bangtan Boys; Beyond The Scene a.k.a BTS* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Muhamad, N., y Lestari, N. (2022). The Construction and Adoption of Beauty Standard by Youth Female as the Consumer of K-beauty Products in Indonesia. *JURKOM*, 5(2).
- Munawwarah, N. S., & Suryaningrum, C. (2024). Pengaruh celebrity worship terhadap body image pada remaja dimoderasi oleh self-esteem. *Psychological Journal: Science and Practice*, 4(1), 222-226. <https://doi.org/10.22219/pjsp.v4i1.32112>
- Muñoz, R., & Martínez, A. (2007). Ortorexia y Vigorexia: ¿Nuevos Trastornos de la Conducta Alimentaria? *Trastornos de la Conducta Alimentaria*, 5, 457–482.

- Nápoles, N., Blanco, H., & Jurado, P. J. (2021). La autoeficacia y su influencia en la insatisfacción de la imagen corporal: Revisión sistemática. *Psicología y Salud*, 32(1), 57–70.
<https://doi.org/10.25009/pys.v32i1.2711>
- Nareswari, A. P. T., & Mahardika, S. K. F. (2024). The Influence Of Korean Dramas On The Perception Of Korean Girls' Beauty Standards Among International Students. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 5(1), 96–105.
<https://doi.org/10.51601/ijersc.v5i1.777>
- Neyra, L. C. (2021). *Relación entre las características psicológicas y comportamentales de los trastornos de conducta alimentaria y la inteligencia emocional en estudiantes de primer año de una universidad privada de Lima, Perú* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana Cayetano Heredia.
- Niu, L., Xu, J., & E, Y. (2023). Physical Activity and Habitus: Parental Support or Peer Support? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2180.
<https://doi.org/10.3390/ijerph20032180>
- Noland, M. P., & Feldman, R. H. L. (1984). Factors Related to the Leisure Exercise Behavior of 'Returning' Women College Students. *Health Education*, 15(2), 32–36.
<https://doi.org/10.1080/00970050.1984.10614431>
- Nye, J. S. (2004). *Bound to lead: The changing nature of American power*. Basic books.
- Nylander, I. (1971). The feeling of being fat and dieting in a school population: An epidemiologic interview investigation. *Acta Socio-Medica Scandinavica*, 3(1), 17–26.
<https://www.jstor.org/stable/45158840>
- O'Brien, J. (2009). *Encyclopedia of Gender and Society* (Vol. 1). Sage.
- Ocampo, N. L., & Hernández, V. (2022). *Los jóvenes hallyu en la Friki Plaza de la ciudad de Toluca, México: Una aproximación antropológica sobre culturas híbridas y la*

- globalización... El k-pop es mi estilo de vida* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Autónoma Del Estado De México.
- Ochoa, V. (2006). El baile: Representación social y práctica saludable. *Investigación y Educación en Enfermería*, 14(2), 54–63.
- Ogden, J., Veale, D., & Summers, Z. (1997). The Development and Validation of the Exercise Dependence Questionnaire. *Addiction Research*, 5(4), 343–355.
<https://doi.org/10.3109/16066359709004348>
- Oliver, W. (2011). The influence of pop culture and mass media on dance education today. *Journal of Dance Education*, 11(4), 111-112.
- Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *Salud del adolescente*. <https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health>
- Organización Mundial de la Salud (2013). *Factores de riesgo*.
http://www.who.int/topics/risk_factors/es/
- Organización Mundial de la Salud. (2014). *Salud para los adolescentes del mundo*.
https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/141455/WHO_FWC_MCA_14.05_spa.pdf
- Organización Mundial de la Salud. (2019). *WHO Anthro Survey Analyser*. World Health Organization.
- Organización Mundial de la Salud. (2021a). *Mental health of adolescents*.
- Organización Mundial de la Salud. (2021b). *Directrices de la OMS sobre actividad física y comportamientos sedentarios*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/349729>.
- Organización Mundial de la Salud. (2022). *Actividad física*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

Organización Mundial de la Salud. (2023). *Global Accelerated Action for the Health of Adolescents (AA-HA!): guidance to support country implementation* (2da ed.). World Health Organization.

Organización Mundial de la Salud. (2024a). *Indicadores de salud del adolescente propuestos por la Acción Mundial para la Medición de la Salud del Adolescente: orientación para el seguimiento de la salud del adolescente a nivel nacional, regional y mundial*. World Health Organization.

Organización Mundial de la Salud. (2024b). *CIE-11 para estadísticas de mortalidad y morbilidad*.
<https://icd.who.int/browse/2024-01/mms/es#1412387537>

Organización Panamericana de la Salud. (2008). *Clasificación estadística internacional de enfermedades y problemas relacionados con la salud-Décima Revisión (CIE-10)*.
<https://ais.paho.org/classifications/chapters/pdf/volume1.pdf>

Ortega-Luyando, M., Amaya-Hernández, A., Álvarez-Rayón, G., Vázquez-Arévalo, R., y Mancilla-Díaz, J.M. (2018). Prevalencia de las conductas alimentarias de riesgo. Un análisis de dos décadas. En A. López-Espinoza, A.G. Martínez, y V.G. Aguilera-Cervantes, *Investigaciones en Comportamiento Alimentario* (pp. 129-164). Porrúa

Padget, F. (2017). *What are the difficulties of being a Korean pop idol and to what extent do they outweigh the benefits?*

Pamies-Aubalat, L., & Quiles, Y. (2019). Actividad física en chicas adolescentes con riesgo de desarrollar un trastorno alimentario. *INFORMACIÓ PSICOLÒGICA*, 13–25.
<https://doi.org/10.14635/IPSIC.2019.118.7>

Panduro, P. M., Shuan, L. K., & Yupanqui, C. E. (2018). *Relaciones interpersonales y el manejo de conflictos en enfermeros de Centro Quirúrgico del Hospital Cayetano Heredia 2018* [Tesis de Especialidad, Universidad Peruana Cayetano Heredia].

[https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/3972/Relaciones_Panduro
Ruiz_Paola.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/3972/Relaciones_Panduro_Ruiz_Paola.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Martorell, G. (2012). *Desarrollo humano* (12a ed.). McGraw Hill.

Peebles, R., & Sieke, E. H. (2019). Medical Complications of Eating Disorders in Youth. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*, 28(4), 593–615.
<https://doi.org/10.1016/j.chc.2019.05.009>

Peréz, I. M. (2022). *La clave del éxito del K-pop: Análisis de las estrategias de marketing utilizadas en el pop coreano* [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Almería.

Perdini, T. A., Supriyadi, T., Hutahaeon, E. S. H., & Pertiwi, Y. W. (2022). Self-Presentation Analysis of the K-POP Dance Cover Community Member. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(10), 139–149.

Peris-Delcampo, D., García-Perales, J. R., & Cantón, E. (2024). La dependencia al ejercicio físico como factor de riesgo del bienestar psicológico en corredores. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y el Ejercicio Físico*, 9(1), e2. <https://doi.org/10.5093/rpadef2024a1>

Pette, K.K., Morrow, J.R., y Woolsey, A.L. (2012). Framework for physical activity as a complex and multidimensional behavior. *Journal of Physical Activity and Health*, 9 (Supl.1): S11-8.

Platas, R. S., y Gómez-Peresmitré, G. (2013). Propiedades psicométricas de la Escala de Factores de Riesgo Asociados con Trastornos de la Alimentación (EFRATA-II) en preadolescentes mexicanos. *Psicología y Salud*, 23(2), 251-259.

Piaget, J., & Inhelder, B. (1982). *Psicología del niño*. Morata.

Piaget, J. (1991). *Seis estudios de Psicología*. Labor.

Polivy, J., y Herman C. (2002). Causes of eating disorders. *Annual Review of Psychology*, 53, 187-213. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135103>.

- Potts, T. (2019). Popular culture. *Year's Work in Critical and Cultural Theory*, 27 (1), 344-363.
<https://doi.org/10.1093/ywcct/mbz018>
- Pope, H. G., Katz, D. L., & Hudson, J. I. (1993). Anorexia nervosa and “reverse anorexia” among 108 male bodybuilders. *Comprehensive Psychiatry*, 34(6), 406-409.
[https://doi.org/10.1016/0010-440x\(93\)90066-d](https://doi.org/10.1016/0010-440x(93)90066-d)
- Portela, M. L., Ribeiro, H.C., Mora, M., y Raich, R. M. (2012). La epidemiología y los factores de riesgo de los trastornos alimentarios en la adolescencia: una revisión. *Nutrición Hospitalaria*, 27(2), 391-401.
http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112012000200008&lng=es&tlng=es.
- Portolés, A., & González, J. (2016). Perfiles adolescentes según orientación de metas: Relación con conductas sedentarias. *Sportis*, 2(2), 222-238.
- Prado, R. (2019). *Kpop: Padrão de Beleza, Mídia e Suas Implicações No Cotidiano Dos Grupos Femininos Na Coreia Do Sul* [Tesis de Licenciatura, Universidade Federal Do Ceará]. Repositório UFC. <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/51720>
- Prochaska, J., & Diclemente, C. (1982). Trans-Theoretical Therapy: Toward A More Integrative Model of Change. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 19, 276-288.
<https://doi.org/10.1037/h0088437>
- Quingalahua, J. P. (2019). *Consumos culturales coreanos de jóvenes guayaquileños desde una perspectiva etnográfica* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Casa Grande.
- Quintero, R., Brito, A., Iglesias, D., Pérez, D., & Álvarez, M. (2020). Percepción de la imagen corporal y propensión a la vigorexia en un grupo de usuarios de gimnasios. *QhaliKay Revista de Ciencias de la Salud*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.33936/qkracs.v4i3.2855>

- Ramírez, J. A., & Fernández, F. (2013). Paisaje e identidad en El Arbolito, Pachuca, Hidalgo. Jóvenes y adultos en apego a un barrio ex minero. *Investigaciones Geográficas*, 80, 71–85. <https://doi.org/10.14350/rig.36643>
- Ramírez, M.P., Luna, J.F., y Velázquez, D.D. (2021). Conductas Alimentarias de Riesgo y su asociación con el exceso de peso en adolescentes del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca: un estudio transversal. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 25 (2), 246-255. <https://doi.org/10.14306/renhyd.25.2.1170>
- Reyes, A. (2009). La Escuela Secundaria como Espacio de Construcción de Identidades Juveniles. *Revista mexicana de investigación educativa*, 14(40), 147–174. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662009000100008
- Reynolds, B. L., Cui, Y., Kao, C.-W., & Thomas, N. (2022). Vocabulary Acquisition through Viewing Captioned and Subtitled Video: A Scoping Review and Meta-Analysis. *Systems*, 10(5), 133. <https://doi.org/10.3390/systems10050133>
- Rivera-Morales, J., Sotuyo, S., Vargas-Guadarrama, L. A., De Santiago, S., & Pasquet, P. (2020). Physical Activity and Cardiorespiratory Fitness in Tarahumara and Mestizo Adolescents from Sierra Tarahumara, Mexico. *American Journal of Human Biology*, 32(5), e23396. <https://doi.org/10.1002/ajhb.23396>
- Roberts, K. J., & Chaves, E. (2023). Beyond Binge Eating: The Impact of Implicit Biases in Healthcare on Youth with Disordered Eating and Obesity. *Nutrients*, 15(8), Article 8. <https://doi.org/10.3390/nu15081861>
- Rodríguez, J. M. (2007). Vigorexia: Adicción, obsesión o dismorfia; un intento de aproximación. *Salud y drogas*, 7(2), 289–308.

- Rodríguez, K. J. (2022). El gusto por el K-pop y los K-dramas son una nueva oportunidad para las marcas en Latinoamérica. [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria del Área Andina]. Repositorio Institucional Areandina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/4845/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, J. E., Rico, J., Neira, P. J., & Navarro, R. (2021). Actividad física realizada por escolares españoles según edad y género. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 39, 238–245.
- Rodríguez-Torres, Á. F., Cusme-Torres, A. C., y Paredes-Alvear, A. E. (2020). El sedentarismo y beneficios de la actividad física en los adolescentes. *Polo del Conocimiento*, 5(9), 1163-1178. <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v5i9.1778>
- Romero, A. (2003). Actividad física beneficiosa para la salud. *Revista de Educación física y Deportes*, 9(63), 1-4. <https://www.efdeportes.com/efd63/activ.htm>
- Roselló-Novella, A., Lumillo-Gutiérrez, I., Pla-Consuegra, M., Rosa-Castillo, A., Villa-García, L., y Morin-Fraile, V. (2023). Percepciones y factores externos de la actividad física en adolescentes mediante métodos mixtos. *Gaceta Sanitaria*, 37, 102281. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.102281>
- Rosen, D. S. (2004). Physiologic Growth and Development During Adolescence. *Pediatrics in Review*, 25(6), 194–200. <https://doi.org/10.1542/pir.25-6-194>
- Ruano, L. E., Hoyos, M., & Arboleda, J. D. (2021). Comunidades pro-ana: Una revisión de la anorexia en redes sociales virtuales. *Revista Latina de Sociología*, 9(2), 91–108. <https://doi.org/10.17979/relaso.2019.9.2.6829>
- Ruíz, A. O., González, N. I., González, S., Torres, M. A., & Vázquez, R. (2021). Más allá de la apariencia: Imagen corporal asociada a las actitudes y conductas de riesgo de trastorno

- alimentario en adolescentes. *Revista de Psicología de la Universidad Autónoma del Estado de México*, 10(19), 107–123.
- Ruiz, A. O., Vázquez, R., Mancilla, J. M., y Trujillo, E. M. (2010). Factores socioculturales de hijas y padres en los trastornos del comportamiento alimentario. *Enseñanza e investigación en psicología*, 15(2), 311-324. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29215980005.pdf>
- Ruiz-Martínez, A. O., Vásquez-Arevalo, R., Mancilla Díaz, J. M., López Aguilar, X., Álvarez-Rayón, G., & Tena-Suck, A. (2009). Funcionamiento familiar en el riesgo y la protección de trastornos del comportamiento alimentario. *Universitas Psychologica*, 9(2), 447–456. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy9-2.ffrp>
- Safithri, N. A., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Quality of Life of Adolescent (Korean Pop fans). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 439, 771-777. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.124>
- Sah, M., & Sioni, S. (2024). Beauty Bias: How Korean Content Influences Body Image in India. *Indian Journal of Positive Psychology*, 15(3), 331–337.
- Sala, A., & Peris-Delcampo, D. (2022). Factores de riesgo en la Dismorfia Muscular: Una revisión bibliográfica. *Informació psicològica*, 124 (Julio-diciembre), 2–28.
- Sallis, J. F., Simons-Morton, B. G., Stone, E. J., Corbin, C. B., Epstein, L. H., Faucette, N., y Taylor, W. C. (1992). Determinants of physical activity and interventions in youth. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 24(6), 248-257. <https://doi.org/10.1249/00005768-199206001-00007>
- Sánchez, J.C., Villarreal, M. E. y Musitu, G. (2010). *Psicología y trastornos alimenticios. Un modelo de campo psicosocial*. Universidad de Nuevo León

- Sanskriti, S., Guglani, I., Joshi, S., Anjankar, A. (2023). The Spectrum of Motivations Behind Watching Mukbang Videos and Its Health Effects on Its Viewers: A Review. *Cureus*, 15(8), e44392. <https://doi.org/10.7759/cureus.44392>
- Saucedo-Molina, T.J., Escamilla-Talón, T. A., Portillo-Noriega, I. E., Peña-Irecta, A., y Calderón-Ramos, Z. (2008). Distribución e interrelación de factores de riesgo asociados a trastornos de la conducta alimentaria en púberes hidalguenses, hombres y mujeres, de 11 a 15 años de edad. *Revista de investigación clínica*, 60(3), 231-240. <https://www.medigraphic.com/pdfs/revinvcli/nn-2008/nn083g.pdf>
- Saucedo-Molina, T.J., Martínez, L. C. M., y Bautista-Díaz, M. L. (2021). Riesgo para desarrollar interiorización del ideal estético de la delgadez en adolescentes mexicanas. *Interdisciplinaria*, 38(3), 155-168. <https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.3.9>
- Saucedo-Molina, T.J., y Unikel, C. (2010). Conductas alimentarias de riesgo, interiorización del ideal estético de delgadez e índice de masa corporal en estudiantes hidalguenses de preparatoria y licenciatura de una institución privada. *Salud mental*, 33(1), 11-19. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v33n1/v33n1a2.pdf>.
- Saucedo-Molina, T. D. J., Villarreal Castillo, M., Oliva Macías, L. A., Unikel Santoncini, C., & Guzmán Saldaña, R. M. E. (2018). Disordered eating behaviours and sedentary lifestyle prevention among young Mexicans: A pilot study. *Health Education Journal*, 77(8), 872–883. <https://doi.org/10.1177/0017896918782279>
- Saucedo-Molina, T.J, Zaragoza-Cortés, J., Villalón, L., Peña-Irecta, A., León-Hernández, R. (2015). Prevalencia de factores de riesgo asociados a trastornos alimentarios en estudiantes universitarios hidalguenses. *Psicología y salud*, 25(2):243-51. <https://psicologiaysalud.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/1824/3335>

- Santanu, A. M., Kumalasari, I., Astuti, W., & Rosydiana, A. (2024). Body Image and Eating Behaviour in Adolescents Loving Korean Wave Culture. *International Journal of Disabilities Sports and Health Sciences*, 7(5), 1088–1097. <https://doi.org/10.33438/ijdshs.1505732>
- Santiago, X. A. (2023). *Construcción de y reproducción de estereotipos de belleza mediante las fotos de Jisoo y Rosé-integrantes de BlackPink- en Instagram y su efecto respecto a la construcción de identidad de jóvenes mujeres queretanas de 18 a 22 años*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Santrock, J. (2004). *Adolescencia psicológica del desarrollo*. McGraw-Hill.
- Saoudi, I., Maltagliati, S., Chalabaev, A., Sarrazin, P., & Cheval, B. (2024). Sociodemographic precursors of explicit and implicit attitudes towards physical activity. *Psychology & Health*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/08870446.2024.2371964>
- Sari, A. T., & Eka, C. (2023). Body Image dalam Video Klip LOONA “Butterfly”. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.30656/lontar.v11i1.5756>
- Secretaría de Educación Pública. (2017). *Plan y programas de estudio*. Secretaría de Educación Pública.
- Secretaría de Turismo. (2023). “El Arbolito” en Pachuca, Hidalgo ya es Barrio Mágico de México. <http://www.gob.mx/sectur/prensa/el-arbolito-en-pachuca-hidalgo-ya-es-barrio-magico-de-mexico?idiom=es-MX>
- Secretaría de Salud. (2022a). *Anuario de Morbilidad 1984-2021*. <https://epidemiologia.salud.gob.mx/anuario/html/index.html>
- Secretaría de Salud. (2022b). *Semana Epidemiológica 52*. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/792216/sem52.pdf>

- Sepúlveda, A. R., Botella, J. y León, J. A. (2001). La alteración de la imagen corporal en los trastornos de la alimentación: un meta-análisis. *Psicothema*, 13 (1), 7 -16.
- Shiltz, T. (1997). *Eating concerns support group curriculum: Grades 7-12*. Community Recovery Press.
- Silva, M. S. B., & Giacobini, P. (2021). New insights into anti-Müllerian hormone role in the hypothalamic–pituitary–gonadal axis and neuroendocrine development. *Cellular and Molecular Life Sciences*, 78(1), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s00018-020-03576-x>
- Simbaña, A. P., y Jiménez, M. F. (2020). *Representaciones sociales en los Fandoms por las narrativas audiovisuales del K-drama Coreano* [Tesis de bachillerato, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19139>
- Slade, P.D. (1994). What is body image? *Behavior Research and Therapy*, 32(5), 497–502. [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)90136-8](https://doi.org/10.1016/0005-7967(94)90136-8)
- Steiner, H., Kwan, W., Graham, T., Walker, S., Miller, S., Sagar, A., y Lock, J. (2003). Risk and protective factors for juvenile eating disorders. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 12 (Suplemento 1), 38–46. <https://doi.org/10.1007/s00787-003-1106-8>
- Smith, M. C. y Thelen, M. H. (1984). Development and validation of a test for bulimia. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 52(5), 863-872. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.52.5.863>
- Smolak, L., y Thompson, J.K. (2001). *Body Image, Eating Disorders, and Obesity in Youth: Assessment, Prevention, and Treatment*. American Psychological Association.
- Sociedad Mexicana de Psicología (2012). *Código Ético del Psicólogo*. Trillas

- Song, H.G. (2021). *A study on Mukbang user's consuming behavior*. [Tesis de Doctorado, The University of Nevada, Las Vegas]. UNLV THESES, DISSERTATIONS, PROFESSIONAL PAPERS, AND CAPSTONES. <http://dx.doi.org/10.34917/25374102>
- Sonstroem, R. J. (1978). Physical Estimation and Attraction Scales: Rationale and Research. *Medicine and Science in Sports*, *10*(2), 97–102.
- Sonstroem, R. J. y Morgan, W. P. (1989). Exercise and Self-esteem: Rationale and Model. *Medicine y Science in Sports y Exercise*, *21*(3), 329-37.
- Spitzer, R. L., Devlin, M., Walsh, B. T., Hasin, D., Wing, R., Marcus, M., Stunkard, A., Wadden, T., Yanovski, S., Agras, S., Mitchell, J., & Nonas, C. (1992). Binge eating disorder: A multisite field trial of the diagnostic criteria. *International Journal of Eating Disorders*, *11*(3), 191–203. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199204\)11:3<191::AID-EAT2260110302>3.0.CO;2-S](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199204)11:3<191::AID-EAT2260110302>3.0.CO;2-S)
- Szmukler, G. I. (1983). Weight and food preoccupation in a population of English schoolgirls. En J. G. Bargman (Ed.), *Understanding anorexia nervosa and bulimia*, 4th Ross Medical Conference. Ross Laboratories
- Stice, E. (1994). Review of the evidence for a sociocultural model of bulimia nervosa and an exploration of the mechanisms of action. *Clinical Psychology Review*, *14*(7), 633–661. [https://doi.org/10.1016/0272-7358\(94\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0272-7358(94)90002-7)
- Strand, M., y Gustafsson, S. A. (2020). Mukbang and disordered eating: A netnographic analysis of online eating broadcasts. *Culture, Medicine, and Psychiatry*, *44*(4), 586-609.
- Stunkard, A.J. (1959). Eating patterns and obesity. *Psychiatric Quarterly*, *33*, 284-295. <https://doi.org/10.1007/BF01575455>

- Stunkard, A. J., Sorenson, T., & Schulsinger, F. (1983). Use of the Danish adoption register for the study of obesity and thinness. En S. S. Kety, L. P. Rowland, R. L. Sidman, & S. W. Matthysse (Eds.), *Genetics of neurological and psychiatric disorders* (pp. 115–120). RavenPress.
- Suarez-Albor, C.L., Galletta, M., y Gómez-Bustamante, E.M. (2022). Factors associated with eating disorders in adolescents: a systematic review. *Acta Biomédica*, 93 (3), 1-12. <https://doi.org/10.23750/abm.v93i3.13140>
- Talaván, N. (2013). *La subtitulación en el aprendizaje de lenguas extranjeras*. Octaedro.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., y Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Thornton, L. M., Mazzeo, S. E., & Bulik, C. M. (2011). The Heritability of Eating Disorders: Methods and Current Findings. En R. A. H. Adan & W. H. Kaye (Eds.), *Behavioral Neurobiology of Eating Disorders* (pp. 141–156). Springer. https://doi.org/10.1007/7854_2010_91
- Tolano, E. J. (2020). Motivos y hábitos que inciden sobre la práctica de actividad física en estudiantes de secundaria. *Revista Podium*, 15 (2), 174-183. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1996-24522020000200174&lng=es&tlng=es.
- Torres, A., Herrera, J. C., & Guzmán, G. (2022). Comportamiento alimentario: Revisión conceptual. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 9(17), Article 17. <https://doi.org/10.29057/esat.v9i17.8154>

- Tresna, K. A. A., Sukamto, M. E., y Tondok, M. S. (2021). Celebrity worship and body image among young girls fans of K-pop girl groups. *Humanitas Indonesian Psychological Journal*, 18(2), 100-111.
- Tyler, S. (2020). *Human Behavior and the Social Environment I*. University of Arkansas Libraries. <https://doi.org/10.54119/ZITK3624>
- Uchôa, F., Uchôa, N., Daniele, T., Lustosa, R., Garrido, N., Deana, N., Aranha, Á., & Alves, N. (2019). Influence of the Mass Media and Body Dissatisfaction on the Risk in Adolescents of Developing Eating Disorders. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1508. <https://doi.org/10.3390/ijerph16091508>
- Unikel, C., Díaz, C., y Rivera, J.A. (2017). *Conductas Alimentarias de Riesgo y Factores Asociados: Desarrollo y Validación de Instrumentos de Medición*. Universidad Autónoma Metropolitana. https://www.casadelibrosabiertos.uam.mx/contenido/contenido/Libroelectronico/Conductas_alimentarias.pdf
- Unikel, C., Villatoro, J., Medina-Mora, M.E., Fleiz, C., Alcántara, E., y Hernández, S. (2000). Conductas alimentarias de riesgo en adolescentes mexicanos. Datos en población estudiantil del Distrito Federal. *Revista de Investigación Clínica*, 52, 140-147.
- Universidad de las Naciones Unidas, Organización Mundial de la Salud, y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2004). *Human Energy Requirements. Re-port of a Joint FAO/WHO/UNU Expert Consultation*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Valdés, P., y Yanci, J. (2016). Análisis de la condición física, tipo de actividad física realizada y rendimiento académico en estudiantes de educación secundaria. *Retos*, (30), 64-69. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i30.36862>

- Valencialaw, N. y Utami, LSS (2023). K-Pop y Perilaku Konsumtif Menonton Konser. *Koneksi*, 7 (1), 112-119. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21301>
- Vallejo, A. (2023). *La Industria del K-pop y su recepción en redes sociales* [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Sevilla.
- Vázquez, I. A. (2023). *Cuidados y descuidos a las niñas, niños en la familia y espacio barrial, estudios de caso de El Arbolito*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo]. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/4496/ATD156.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Vázquez, R., Galán, J., López, X., Álvarez, G. L., Mancilla, J. M., Caballero, A., y Unikel, C. (2011). Validez del Body Shape Questionnaire (BSQ) en mujeres mexicanas. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 2(1), 42-52. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232011000100005
- Vázquez, R., Valdez, M., Lopez, X., & Mancilla-Diaz, 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), 76–89. <https://doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2020.1.614>
- Velásquez, M. (2020). El hallyu como potenciador de las industrias del k-beauty y las cirugías cosméticas en Corea del Sur a partir del año 2000: Un factor de fortalecimiento para el soft power y nation branding [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Vera-Márquez, Á. V., González, M. I., Duque, C. P., Vera-Márquez, Á. V., González, M. I., & Duque Aristizábal, C. P. (2018). Escuela e identidad social. Comprensión y acción de

- procesos de inclusión social. *Aletheia. Revista de Desarrollo Humano, Educativo y Social Contemporáneo*, 10(1), 174–193.
- Villalobos, A., Unikel, C., Hernández-Serrato, M. I., y Bojorquez, I. (2020). Evolución de las conductas alimentarias de riesgo en adolescentes mexicanos, 2006-2018. *Salud Pública de México*, 62(6), 734–744. <https://doi.org/10.21149/11545>
- Villalobos-Hernández, A., Bojórquez-Chapela, I., Hernández-Serrato M.I., y Unikel-Santoncini, C. (2023). Prevalencia de conductas alimentarias de riesgo en adolescentes mexicanos: Ensanut Continua 2022. *Salud Pública Mexicana*, 65(sup 1), S96-S101. <https://doi.org/10.21149/14800>
- Villegas- Moreno, M. J., & Londoño-Pérez, C. (2021). Modelo predictivo de insatisfacción con la imagen corporal. En C. Londoño-Pérez & M. Peña-Sarmiento (Eds.), *Perspectivas de investigación psicológica: Aportes a la comprensión e intervención de problemas sociales* (pp. 133–157). Editorial Universidad Católica de Colombia. <https://doi.org/10.14718/9789585133808.2021.8>
- Viner, R. (2005). *ABC of Adolescence*. *British Medical Journal*.
- Ward, S., Klees, D.M., Robertson, T.S. (1987). Consumer socialization in different settings: An international perspective. *Advances in Consumer Research* 14, 468-472.
- Waterman, A. S. (1982). Identity Development From Adolescence to Adulthood: An Extension of Theory and a Review of Research. *Developmental Psychology*, 18(3), 341–358. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0012-1649.18.3.341>
- Yapuchura, Á. Y. F. (2013). Ensayo ¿K-Pop, Nueva Opción de Identidad Peruana? - Perú. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 4(1), 38–45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449844866004>

- Yañez, S. (2020). Efecto de la danza en la mejora de la autoestima y el autoconcepto en niños, niñas y adolescentes: Una revisión. *Retos*, 40, 385–392. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i40.76933>
- Yoke, K., & Jamil, N. I. (2022). The Influence of K-Drama among Youths: A Malaysian Case Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(1), 1709–1720. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i1/12111>
- Yoon, K. (2023). De/Constructing the soft power discourse in Hallyu. *Communication Research and Practice*, 9(3), 341–357. <https://doi.org/10.1080/22041451.2023.2237811>
- Zamora, C., y Barrios, A. (2018). Instagram y sintomatología de conducta alimentaria de riesgo en adolescentes entre 13 y 17 años en colegios de Tibás. *PsicoInnova*, 2(1), 34-52. <https://doi.org/10.54376/psicoinnova.v2i1.16>

Anexos

Anexo 1: Consentimiento Informado

Yo _____ en calidad de progenitor (a) y/o tutor (a) legal de _____ del grupo _____, voluntariamente autorizo a través de este documento, que mi hijo(a) dé respuesta a los cuestionarios proporcionados, los cuales explorarán datos sociodemográficos, así como, el consumo de productos provenientes de Corea del Sur; al igual que las conductas alimentarias y de actividad física practicadas por mi hijo (a). Del mismo modo, acepto que se obtenga el peso y la talla de mi hijo (a).

Manifiesto que fui informado suficientemente y comprendo la justificación, los objetivos y los procedimientos implicados en la participación de nuestro hijo (a) en el proyecto de investigación: "Conductas Alimentarias de Riesgo y Actividad Física en Adolescentes de Secundaria Consumidores del Hallyu"

Consideraciones éticas: Se me ha informado que en concordancia a la Ley General de Salud en Materia de Investigación mi hijo cuenta con las siguientes garantías:

- a) Las respuestas proporcionadas por mi hijo (a) serán estrictamente confidenciales.
- b) La participación de mi hijo (a) es totalmente voluntaria, por lo que es libre de abandonar la investigación en cualquier momento.
- c) Esta investigación tomará las medidas necesarias para salvaguardar la integridad y el bienestar de mi hijo (a), considerando que este estudio se cataloga como de bajo riesgo.
- d) Los resultados encontrados se utilizarán únicamente con propósitos de estudio, por lo que exclusivamente se reportarán los resultados generales.

Del mismo modo, se me ha notificado que, en caso de querer conocer más información sobre el tema, puedo contactarme con el Lic. en Psic. Juan Luis Arrieta Villarreal mediante el siguiente correo: ar295077@uaeh.edu.mx.

Nombre y firma del padre, madre o tutor

Anexo 2: Asentimiento Informado

¡Hola! Mi nombre es Juan Luis Arrieta Villarreal y estudio en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en Pachuca. Voy a realizar una investigación que se llama “Conductas Alimentarias de Riesgo y Actividad Física en Adolescentes de Secundaria Consumidores del Hallyu”, para conocer si los alumnos de tu escuela les interesa la cultura coreana, así como identificar algunas conductas relacionadas con su alimentación y sus niveles de actividad física.

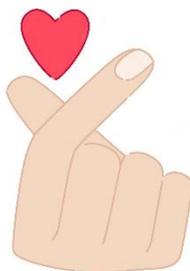
En caso de aceptar colaborar en este estudio, tu participación consistirá en que des respuesta a las preguntas que te entregaré, luego de que te explique cada una de las instrucciones para cada cuestionario, es importante que sepas que, si no entiendes alguna parte de los cuestionarios, puedes preguntar las veces que quieras y yo te explicaré lo que necesites. Adicionalmente se te tomaran medidas de peso y talla.

Esta información será confidencial, lo que quiere decir que no le diré a nadie tus respuestas. Por eso, no te preocupes, no es un examen, por lo que tus respuestas no tendrán relación con tus calificaciones. Para tener clara tu participación, escribe tu nombre en la siguiente línea.

Yo: _____

Si quiero participar

No quiero participar



Anexo 3: Cuestionario de Consumo de K-pop y K-dramas

Cuestionario de Consumo de K-pop y K-dramas

I- Datos generales

A continuación, se presentan una serie de preguntas que nos permitirán conocerte de mejor manera. Por favor, responde más sincero posible. En las preguntas de opción múltiple, marca con una X tu respuesta. Recuerda que la información que me proporcionas es confidencial, por lo que solo se empleará con fines de investigación.

1. **Grado y grupo:** _____ 2. **Número de lista:** _____ 3. **Sexo:** Hombre Mujer
4. **Género:** Masculino Femenino Otro: _____
5. **Edad:** _____ 6. **Lugar de nacimiento:** _____
7. **Lugar donde vives:** _____ 8. **¿Cuántos integrantes conforman a tu familia?** _____ 9. **¿Con cuántos integrantes conforman a tu familia?** _____
10. **¿Cuentas con teléfono celular propio?** Si No
11. **Teléfono de contacto:** _____

II- Recursos con los que cuentas

En seguida, se presentan una serie de preguntas sobre los recursos tecnológicos con los que cuentas para tu uso personal; léelas con atención y marca con una X tu respuesta.

12. **¿Cuentas con redes sociales?** Si No
¿Cuáles?
a) Facebook d) Trheads
b) Instagram e) Twitter
c) Tiktok f) Otro: _____
13. **¿Cuentas con computadora, laptop o Tablet para tu uso personal?** Si No
14. **¿En tu habitación tienes televisor?** Si No
Si respondiste sí, ¿Cuentas con acceso a plataformas (Youtube, Netflix, etc.)?
 Si No
15. **¿Cuentas con internet en tu casa?** Si No

III- Interés por la cultura coreana

Lee con atención las siguientes preguntas y marca con una X tu respuesta.

16. **¿Conoces Corea del Sur?** Sí No
17. **¿Sabes qué es el Hallyu?** Si No
18. **¿Qué tanto interés tienes en la cultura coreana?**
 Nada Poco Más o menos Suficiente Mucho

IV- Interés por el K-pop

Lee con atención las siguientes preguntas y marca con una X tu respuesta

19. ¿Te gusta el K-pop? a) Si b) No

Sí tu respuesta es No, pasa a la pregunta 26

20. ¿Cuántas horas de tu día dedicas para escuchar K-Pop?

a) Menos de un año b) Un año ó 2 c) 3 a 4 años d) Más de 5 años (Especifica: ___)

21. Aproximadamente, ¿Desde hace cuánto tiempo escuchas K-Pop?

a) Menos de un año b) Un año ó 2 c) 3 a 4 años d) Más de 5 años (Especifica: ___)

22. ¿Cómo comenzaste a escuchar K-Pop? (Puedes marcar más de una opción)

a) Recomendación de una amiga c) Por una canción que escuché
b) Recomendación por gusto de un familiar d) Otro: _____

23. ¿Cuál es tu banda o cantante de K-pop favorito? _____

24. ¿Cuál o cuáles son los medios por los que consumes K-pop? (Puedes marcar más de una opción)

a) Spotify d) Deezer
b) Youtube. e) Google Play Music
c) Amazon music f) Otro: _____

25. ¿Qué es lo que te resulta más atractivo del K-pop? (Puedes marcar más de una opción).

a) El ritmo de la música d) La voz de los artistas g) Personalidad de los
b) La letra de las canciones e) Las coreografías cantantes
c) La apariencia de los artistas f) Moda h) Otro: _____

V- Interés por los K-dramas

Lee con atención las siguientes preguntas y marca con una X tu respuesta

26. ¿Te gustan los K-dramas? Si No

Sí tu respuesta es No, pasa a la pregunta 34

27. ¿Cuántas horas de tu día dedicas a ver K-dramas?

a) Menos de un año b) Un año ó 2 c) 3 a 4 años d) Más de 5 años (Especifica: ___)

28. Aproximadamente, ¿Desde hace cuánto tiempo consumes K-dramas?

a) Menos de un año b) Un año ó 2 c) 3 a 4 años d) Más de 5 años (Especifica: ___)

29. ¿Cómo comenzaste a escuchar K-Pop? (Puedes marcar más de una opción)

a) Recomendación de una amiga c) Por recomendación de Netflix.
b) Recomendación por gusto de un familiar d) Otro: _____

30. _____ ¿Cuál es tu K-drama favorito? _____

Si respondiste NO en las preguntas 19 y 26 pasa al siguiente cuestionario (ChEAT)

31. ¿Cuál es tu actor/actriz favorita de K-dramas? _____

32. ¿A través de qué medios consumes K-dramas? (Puedes marcar más de una opción)

a) Páginas de internet (Doramasflix, Cuevana, etc.)

c) Televisión abierta

b) Redes sociales (Facebook, Telegram, Instagram, Tik tok, etc.).

d) Otro: _____

33. ¿Qué es lo que te resulta más atractivo de los K-dramas? (Puedes marcar más de una opción).

a) La historia/guion

d) Los valores que transmiten

b) La actuación de los artistas

e) La forma en que representan la cultura coreana

c) La estética

f) Otro: _____

VI-Interés por los artistas coreanos

Lee con atención las siguientes preguntas y marca con una X tu respuesta

34. ¿Te consideras fan de algún artista de K-pop o K-dramas? Si ¿De quién o quiénes? _____ No

35. ¿Consideras que los artistas coreanos son un ejemplo a seguir? Si No

¿Por qué? _____

36. ¿Consideras que los artistas coreanos son atractivos? Si ¿De quién o quiénes? _____ No

37. ¿Consideras que estas enamorado/da de algún artista de K-pop o K-dramas? Si ¿De quién o quiénes? _____ No

VII- Vínculos

A continuación, se presentan una serie de preguntas relacionadas con tus relaciones interpersonales. Marca con una X la opción que se asemeje a tu respuesta.

38. ¿Tienes amigos/amigas con los que compartas tus gustos por el K-pop y/o los K-dramas?

Si No

39. ¿Tienes compañeros/as de clase con los que compartas tus gustos por el K-pop y/o los K-dramas? Si No

40. ¿Formas parte de algún club de fans relacionado con el K-pop y/o los K-dramas?

Si No

41. ¿Qué piensa tu familia sobre tu gusto por el K-pop y/o los K-dramas?

VIII- Consumo de productos

A continuación, se presentan una serie de preguntas relacionadas con la compra de productos de K-pop y/o K-dramas. Marca con una X la opción que se acerque más a tus respuestas.

42. ¿Has donado dinero a algún artista coreano? Si No

44. ¿Has ido al concierto de algún artista coreano? Si No

Si tu respuesta es Si, marca el medio por el que has asistido

a) Concierto en vivo b) Proyección en sala de cine c) Plataformas de streaming en vivo

45. ¿Has comprado mercancía relacionada con algún artista coreano? Si No

Si tu respuesta es Si, marca con una X los productos que hayas adquirido

a) Discos e) Muñecos (P.ej. Funko pop) h) Bolsas, mochilas o lapiceros
b) Ropa f) Artículos de papelería (Libretas, lapiceros, etc). i) Bebidas o comida de edición especial
c) Peluches g) Photocards j) Productos de maquillaje
d) Lightstick k)
Otros: _____

IX- Impacto en la vida cotidiana

A continuación, se presentan una serie de preguntas relacionadas con el impacto que el K-Pop y los K-dramas han tenido en tu vida cotidiana. Marca con una X la opción que se acerque más a tus respuestas.

46. ¿De qué manera consideras que el consumo de K-pop y K-dramas te ha impactado en tu vida cotidiana? **Puedes marcar más de una opción**

a) Te ha hecho entender la cultura coreana f) Te ha hecho querer aprender a vestirte con el estilo coreano
b) Te ha hecho querer aprender el arte coreano g) Ha cambiado tus hábitos alimentarios
c) Te ha hecho querer viajar a Corea h) Te has inscrito a un grupo de dance cover
d) Te ha hecho querer hacer amigos coreanos i) Has copiado el estilo de vestir de un idol
e) Te interesa aprender a hablar coreano j) Has adoptado una rutina de Skincare
k) Otro: _____

47. ¿Has experimentado algún efecto positivo o negativo en tu vida a causa de tu interés en la cultura Hallyu? Si No

¿Cual? _____

Antes de finalizar, ¿te gustaría comentar algo relacionado con el consumo de K-Pop y/o K-dramas que consideres que no fue preguntado?

Anexo 4: Test Infantil de Actitudes Alimentarias (ChEAT)

Instrucciones

1. Lee cuidadosamente cada pregunta antes de contestarla.
2. Contesta de manera individual.
3. Al contestar cada pregunta hazlo lo más verídicamente posible.
4. No hay respuestas “buenas” ni “malas”.
5. Anota una X en el cuadro que contenga la opción que más se adecue a lo que piensas.
Recuerda que la información que proporciones será confidencial.

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	Siempre
1.-Me da mucho miedo pesar demasiado						
2.- Procuo no comer aunque tenga hambre						
3.- Me preocupo mucho por la comida						
4.- A veces me he atracado de comida						
5.- Corto mis alimentos en trozos pequeños						
6.- Tengo en cuenta las calorías que tienen los alimentos que como						
7.- Evito, especialmente, comer alimentos con muchos carbohidratos						
8.- Noto que los demás preferirían que yo comiese más						
9.- Vomito después de haber comido.						
10.- Me siento culpable después de comer						
11.- Me preocupa el deseo de estar más delgado(a)						
12.- Pienso en quemar calorías, cuando hago ejercicio						
13.- Los demás piensan que estoy demasiado delgado(a)						

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	Siempre
14.- Me preocupa la idea de tener grasa en el cuerpo						
15.-Tardo en comer más que las otras personas						
16.- Procuo no comer alimentos con azúcar						
17.- Como alimentos dietéticos						
18.- Siento que los alimentos controlan mi vida						
19.- Me controlo en las comidas.						
20.- Noto que los demás me presionan para que coma						
21.- Paso demasiado tiempo pensando y ocupándome de la comida						
22.- Me siento incómodo(a) después de comer dulces						
23.- Me comprometo a hacer dietas						
24.- Me gusta sentir el estómago vacío						
25.- Disfruto probando comidas nuevas y sabrosas						
26.- Tengo ganas de vomitar después de las comidas						

Anexo 5: Cuestionario de Actividad e Inactividad Física (CAINM)

Cuestionario de Actividad e Inactividad Física (CAINM)

Instrucciones

Lee cuidadosamente cada pregunta antes de contestarla.

¿Cuánto pesas? _____ ¿Cuánto mides (cm)? _____

A continuación, te vamos a hacer algunas preguntas sobre los juegos, deportes, ejercicios o actividades en general que haces. Sólo importa conocer lo que haces. Recuerda que no hay respuestas buenas o malas.

Trata de recordar tus actividades en el último mes. ¿Cuánto tiempo dedicaste a estas actividades? Marca con una cruz la respuesta que elijas. Marca una sola respuesta en cada pregunta.

1. Jugar fútbol.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
2. Jugar voleibol.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
3. Andar en bicicleta.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
4. Patinar o andar en patineta.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
5. Jugar basquetbol.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
6. Bailar (incluyendo clases de baile como ballet, jazz, hawaiano, etc.).
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
7. Limpiar o arreglar la casa.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
8. Caminar.
 - Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana

9. Correr.
- Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
10. Hacer gimnasia, aerobics, etc.
- Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
11. Nadar (no nada más jugar en la alberca)
- Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
12. Tenis, frontenis o frontón.
- Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
13. Juegos como encantados, hoyo, bote, pateado, etc.
- Nada
 - Menos de media hora a la semana.
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana

14. Otra actividad o deporte. Especificar cual

- Nada
 - Menos de media hora a la semana
 - De media hora a 2 horas a la semana
 - De 2 a 4 horas a la semana
 - De 4 a 6 horas a la semana
 - 6 o más horas a la semana
15. ¿Participas en algún equipo deportivo dentro fuera de la escuela?
- Si, ¿De qué deporte? _____
 - No
16. Piensa en una semana normal. Dinos cuántas horas ves televisión (sin contar el tiempo jugando videojuegos o viendo películas en la videgrabadora) en cada día. Incluye el tiempo que veas televisión en la mañana, tarde o noche.
- Lunes**
- Nada
 - Menos de 1 hora
 - 1-2 horas
 - 2-3 horas
 - 4-5 horas
 - 6-7 horas
 - 8 o más horas
- Martes**
- Nada
 - Menos de 1 hora
 - 1-2 horas
 - 2-3 horas
 - 4-5 horas
 - 6-7 horas
 - 8 o más horas
- Miércoles**
- Nada
 - Menos de 1 hora
 - 1-2 horas
 - 2-3 horas
 - 4-5 horas
 - 6-7 horas
 - 8 o más horas

Jueves

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

Viernes

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

Sábado

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

Domingo

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

17. En un día entre semana, ¿cuántas horas ves películas en videograbadora o DVD?

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

18. En un día entre semana, ¿cuántas horas juegas videojuegos (Nintendo, Play Station, X Box u otros juegos de video o computadora)?

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

19. ¿Cuántas horas usas para hacer tu tarea y/o para leer en un día entre semana?

- Ninguna
- Menos de media hora al día
- De media a una hora al día
- De 1 a dos horas al día
- 3 o más horas al día.

20. En un día de fin de semana, ¿cuántas horas ves películas en videograbadora o DVD?

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

21. En un día de fin de semana, ¿cuántas horas juegas videojuegos (Nintendo, Play Station, X Box u otros juegos de video o computadora)?

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4-5 horas
- 6-7 horas
- 8 o más horas

22. ¿Cuántas horas usas para hacer tu tarea y/o para leer en un día entre semana?

- Ninguna
- Menos de media hora al día
- De media a una hora al día
- De 1 a dos horas al día
- 3 o más horas al día.

23. En un día entre semana, ¿cuánto tiempo pasas sentado transportándote en coche, camión o pecero?

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4 o más horas

24. En un día de fin de semana, ¿cuánto tiempo pasas sentado transportándote en coche, camión o pecero?

- Nada
- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-3 horas
- 4 o más horas

25. ¿A qué hora te duermes normalmente entre semana?

- entre 8 y 9 p.m.
- entre 9 y 10 p.m.
- entre 10 y 11 p.m.
- después de las 11 p.m.

26. ¿A qué hora te duermes normalmente los días de fin de semana?

- entre 8 y 9 p.m.
- entre 9 y 10 p.m.
- entre 10 y 11 p.m.
- después de las 11 p.m.

27. ¿A qué hora te levantas para ir a la escuela normalmente?

- antes de las 6 a.m.
- entre 6 y 7 a.m.
- entre 7 y 9 a.m.
- entre 9 y 11 a.m.
- después de las 11 a.m.

28. ¿A qué hora te levantas normalmente sábados y domingos?

- antes de las 6 a.m.
- entre 6 y 7 a.m.
- entre 7 y 9 a.m.
- entre 9 y 11 a.m.
- después de las 11 a.m.

¡Muchas gracias por tu participación!

Anexo 6: Guía de Entrevista para la Etapa 2

Categoría	Descripción de la categoría
Consumo cultural	¿Cuáles son los principales productos que consumes? ¿Cómo comenzaste a consumir este tipo de productos? ¿A qué edad comenzaste a consumir estos productos? ¿Qué te motivó? ¿Cómo es tu relación con otras fanáticas? ¿Cómo es tu relación con estos productos? ¿Cómo te sientes cuando consumes estos productos? ¿Qué piensas de ello?
Estándares de belleza	¿Qué piensas de los <i>idols</i> /artistas coreanos? ¿Consideras que los artistas del K-pop representan un ejemplo a seguir? ¿Por qué? ¿A quién? ¿Consideras que los artistas del K-pop influyen sobre la forma en que las personas se perciben físicamente (belleza)? ¿Por qué? ¿Qué consideras que necesita una persona para ser considerado bella/ hermosa? ¿Sabes si los artistas coreanos que sigues se han sometido a cirugía cosmética? ¿Qué piensas de ello?
Prácticas de consumo	¿Cuánto tiempo de tu vida cotidiana inviertes en consumir estos productos (profundizar en cada producto)? ¿Cómo ha impactado el consumo de estos productos a tu economía? ¿Dónde consumes estos productos? ¿Con quienes los consumes? ¿Qué haces cuando consumes K-pop? ¿Qué haces cuando ves K-Dramas? ¿Cómo impacta en tu vida cotidiana?
Estilo de vida	¿Bailas K-pop? ¿Por qué? ¿Qué piensas cuando lo realizas? ¿Practicas alguna actividad física? ¿Prácticas ejercicio? ¿Consideras que tu gusto por la cultura coreana ha impactado en la forma en que te sientes satisfecha/o con tu cuerpo? ¿Alguna vez has comparado tu cuerpo con el de los <i>idols</i> ? ¿Qué piensas de la imagen que transmiten estos artistas? ¿Has intentado algo para parecer a los <i>idols</i> ? ¿Has experimentado cambios en tu alimentación? ¿Por qué? ¿Qué piensas de ello?
Factores protectores y de riesgo.	¿Cómo te llevas con tu familia? ¿Consideras que tu gusto por la cultura coreana ha impactado en la forma que te relacionas con ellos? ¿Cómo te llevas con tus amigos? ¿Consideras que tu gusto por la cultura coreana ha impactado en la forma que te relacionas con ellos? ¿Con qué frecuencia tiendes a desvelarte? ¿Sueles consumir alcohol o tabaco? ¿El consumo de estos productos ha impactado en tu desempeño escolar?

Anexo 7: Aprobación de Comité de Ética



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
Instituto de Ciencias de la Salud
School of Medical Sciences
Coordinación de Investigación
Area of Research

San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo a **31 de enero de 2024**
Oficio Comiteei.icsa ICSa «224» / 2024
Asunto: DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA E INVESTIGACIÓN.

Arrieta Villarreal Juan Luis
Investigador Principal
Correo: ar295077@uaeh.edu.mx

PRESENTE

Título del Proyecto: Conductas Alimentarias de Riesgo y Actividad Física en Adolescentes de Secundaria Consumidores del Hallyu

Le informamos que su proyecto de referencia ha sido evaluado por el Comité de Ética e Investigación del Instituto de Ciencias de la Salud y las opiniones acerca de los documentos presentados se encuentran a continuación:

Decisión
«Aprobado»

Este protocolo tiene vigencia del **31 de enero de 2024** al **31 de enero de 2025**.

En caso de requerir una ampliación, le rogamos tenga en cuenta que deberá enviar al Comité un reporte de progreso de avance de su proyecto al menos 60 días antes de la fecha de término de su vigencia.

Le rogamos atender las indicaciones realizadas por el revisor, y enviar nuevamente una versión corregida de su protocolo para una nueva evaluación.

Atentamente


Dra. Itzia María Cazares Palacios
Presidenta del Comité



Para la validación de este documento informe el siguiente código en la sección Validador de Documentos del sitio web oficial del Comité: «**MfjDS!TFu**»
<https://sites.google.com/view/comiteei-icsa/validador-de-documentos>



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. 4306
investigacion_icsa@uaeh.edu.mx

www.uaeh.edu.mx

Anexo 8: Presentación en congreso



El Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología, A.C. y la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias de la Salud, otorgan la presente,

CONSTANCIA A:

Juan Luis Arrieta Villarreal
Rebeca María Elena Guzmán Saldaña
Santos Noé Herrera Mijangos
Itzel Moreno Vite

Por su destacada participación con la **Comunicación Libre**
DESCRIPCIÓN DE COMPORTAMIENTOS ASOCIADOS CON EL CONSUMO DE
HALLYU EN ADOLESCENTES DE PACHUCA, HIDALGO, MÉXICO

Presentada en el I Congreso Nacional de Psicología, CNEIP 2024, realizado los 24, 25 y 26 de abril de 2024 en la Ciudad de Guadalajara; Jalisco.



DRA. VERÓNICA BOETTLMADERA
Presidenta del Consejo Nacional para
la Enseñanza e Investigación en
Psicología A.C.

MTRO. GERARDO AGUILERA RODRÍGUEZ
Coordinador de la Licenciatura en Psicología del
Centro Universitario de Ciencias de la Salud,
Universidad de Guadalajara



Artículo de revisión

Trastornos de la conducta alimentaria y *Hallyu*: una revisión de la literatura

Eating disorders and *Hallyu*: A literature review

Juan Luis Arrieta Villarreal¹, Rebeca María Elena Guzmán Saldaña¹, Claudia Yameth Senteno Flores¹, Juan Pablo Otañez González¹, Nayelli López Rocha¹, Lilian Elizabeth Bosques Brugada²

¹Instituto de Ciencias de la Salud, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

²Coordinación de Humanidades, Programa Universitario de Estudios sobre Asia y África, Universidad Nacional Autónoma de México

Recibido: 10-11-2023

Aceptado: 23-01-2024

Resumen

En los últimos años se ha observado un incremento en las tasas de prevalencia de los Trastornos de la Alimentación y de la Ingesta de Alimentos (TAIA) principalmente entre la población adolescente, ante lo cual se ha resaltado el papel que los medios de comunicación y la cultura ejercen dentro de la etiopatogenia de esta problemática. Del mismo modo, durante la segunda mitad del siglo XX, el mundo fue testigo del desarrollo económico y social que la República de Corea (Corea del Sur) tuvo, situación que posteriormente daría origen al *Hallyu* o “ola coreana”, fenómeno cultural mediante el cual se ha vendido una imagen idealizada del hombre y la mujer coreanos, misma que se acrecienta con la popularidad de los llamados ídolo o artistas coreanos, quienes se han convertido en un referente del “cuerpo ideal” para los adolescentes que consumen productos como el *K-pop*. Es por lo que en el presente artículo se presentan los resultados de una revisión teórica y documental sobre algunos factores relevantes en torno a la semántica del *Hallyu* y su influencia sobre la imagen corporal, y el posterior desarrollo de síntomas relacionados con la presencia de TAIA. Como parte de los resultados, se encontró que entre algunos de los factores a tomar en cuenta se encuentra el consumo de los llamados *K-pop*, *K-beauty*, *K-drama* y *Mukbang*, así como el concepto de relación parasocial, el culto a las celebridades, las publicaciones en redes sociales de *thinspiration*, las narrativas de modificación corporal como medio para lograr el éxito y/o vencer el *hallyu*, y el uso de *mukbang* como cheatmeals o método para el control de la ingesta de alimentos. Asimismo, se recomienda revisar estudios realizados en países como Tailandia, Indonesia, Corea del Sur, y Colombia; además, contemplar muestras grandes de participantes, e integrar el estudio de la población de hombres consumidores de esta tendencia.

Palabras clave: trastornos de la alimentación y de la ingesta de alimentos, *K-pop*, *K-drama*, *K-beauty*, *Mukbang*.

Abstract

In recent years, there has been an observed increase in the prevalence rates of Feeding and Eating Disorders, particularly among the adolescent population. This phenomenon has underscored the influential role of media and culture in the etiopathogenesis of this problem. Similarly, during the second half of the twentieth century, the world witnessed the economic and social development of the Republic of Korea (South Korea). This development gave rise to the “*Hallyu*” or the “*Korean wave*”, a cultural phenomenon that portrayed an idealized image of Korean men and women. This portrayal significantly contributed to the popularity of idols or Korean artists, who have become a reference for the “perfect body” among adolescents consuming products like *K-pop*. Therefore, this article aims to provide a theoretical and documentary review of the main factors related to the *Hallyu* and its influence on body image and the development

© Instituto de Ciencias de la Salud, UAIEH, Tel: 771 7172000 ext. 4325. rguzman@uasrh.edu.mx