

Modelo estético de delgadez e imagen corporal en estudiantes de una universidad

Jheni A. Campos S*.

Verónica C. Llaque T.**

Universidad Señor de Sipán

Aceptado: 4 de abril de 2017

Aceptado: 24 de mayo de 2017

Cómo citar este artículo: Campos, J. & Llaque, V. (2017). Modelo estético de delgadez e imagen corporal en estudiantes de una universidad. *Revista Paian*, 8(1), 49 - 60.

PALABRAS CLAVE

Modelo estético de Delgadez, Imagen corporal.

RESUMEN

El modelo estético corporal es una construcción social que puede variar entre culturas, dicho modelo se ve afectado por diversos factores socioculturales tales como familia, pares, medios de comunicación, publicidad, etc., que juegan un rol importante en la elaboración de la percepción de la imagen, en tal sentido el objetivo de la investigación fue determinar la relación entre el modelo estético de delgadez e imagen corporal en estudiantes de una universidad de Chiclayo. La muestra estuvo constituida por 100 estudiantes mujeres, quienes cursaban el primer y segundo ciclo de psicología pertenecientes al semestre académico 2016 I y II. Se utilizó el cuestionario de influencias del modelo estético corporal y el cuestionario de imagen corporal, asimismo para ambos instrumentos se determinó las propiedades psicométricas. Se concluyó que existe relación significativa entre las variables modelo estético de delgadez e imagen corporal; así también se encontró relación significativa entre las dimensiones de la primera variable (modelo estético de delgadez); angustia por la imagen corporal, influencia de la publicidad, mensajes verbales, modelos sociales y situaciones sociales con respecto a las dimensiones de insatisfacción y devaluación de la figura correspondientes a la variable imagen corporal.

*Adscrita a la Facultad de Humanidades, egresada de la EAP de Psicología de la Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Perú. jhenics16@hotmail.com

**Adscrita a la Facultad de Humanidades, egresada de la EAP de Psicología de la Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Perú. veronicallt13@hotmail.com



KEYWORDS

Aesthetic Model
Thinness, Body Shape

ABSTRACT

The body aesthetic model is a social construction may vary among cultures, this model is affected by various cultural factors such as family, peer, media, advertising, etc., which play an important role in the development of perception image, in this sense the aim of the research was to determine the relationship between aesthetic model thinness and body image among students from a university in Chiclayo. The sample consisted of 100 female students who were enrolled in the first and second cycles of psychology belonging to the academic semester 2016 I and II. questionnaire influences the aesthetic body model and the body image questionnaire was used also for both instruments psychometric properties determined. It concluded that there is significant relation between variables aesthetic model thinness and body image; and significant relationship between the dimensions of the first variable (thinness aesthetic model) was also found; anxiety about body image, influence of advertising, verbal messages, social models and social situations with respect to the dimensions of dissatisfaction and devaluation of the figure corresponding to body image variable.

La tendencia contemporánea avanza hacia una modificación extrema del cuerpo a favor del vestido con la asociación de ideas como felicidad, éxito, eterna juventud y aceptación social; del mismo modo, los regímenes alimentarios restrictivos están a la orden del día y los productos light y de belleza, tienen por finalidad conseguir anhelados ideales de belleza, puesto que hoy en día la sociedad está regida por la dictadura de la delgadez y la tiranía de la línea recta (Elena, 2010).

La sociedad además de transmitir un modelo estético inalcanzable para la mayoría de personas, el contexto premia la delgadez y tiene prejuicios contra la gordura promoviendo así la idea de que la delgadez no es solo atractiva sino normativa (Dittmar, 2005; Levine & Murnen, 2009; Miller & Halberstadt, 2005); es por ello que investigaciones señalan la existencia de la presión social y cultural conllevan a que la mujer anhele una determinada figura donde la principal característica es la delgadez (Guerrero, 2008).

Así mismo un estudio realizado por Iglesias en el 2007 muestra que el 90% de las mujeres de todo el mundo desean cambiar al menos un aspecto de su apariencia física, además del total de las mujeres adultas, cuatro de cada cinco desean cambiar al menos su peso y la forma de su cuerpo y finalmente el 67% admitió que evita realizar ciertas actividades porque se siente mal con su cuerpo. Ante ello autores como Lucar (2012) sostienen que los factores socioculturales influyen en la aparición de insatisfacción con la imagen corporal.

La preocupación de las estudiantes por su apariencia física las conlleva a controlar la dieta, aumentando así la posibilidad de no cumplir los requisitos nutricionales para su edad, dando paso a los trastornos ya mencionados (Organización Panamericana de la Salud, 2003).

La región norte del Perú no es ajena a esta realidad, según un estudio realizado por la Universidad de Piura en el 2010 revela las acciones sorprendentes de las personas tales como pasar horas en los gimnasios, sufriendo molestias y aceptando sacrificios, gastar tiempo y dinero con la finalidad de poseer una imagen socialmente aceptada (Corcuera, De Irala, Osorio & Rivera, 2010).

Respecto a la imagen corporal, esta se va formando a lo largo de nuestra vida, puesto que vamos interiorizando la vivencia de nuestro cuerpo, que en el caso de las mujeres sufre variaciones importantes debidas a los embarazos; en tal sentido los bebés hacia los 4-5 meses empiezan a distinguir entre ellos, los objetos externos y sus cuidadores, hacia los 12 meses comienzan a andar y explorar el entorno. Los niños entre el año y los 3 años experimentan la relación entre el cuerpo y el ambiente, con el desarrollo de habilidades motoras y el control de esfínteres. A partir de los 4-5 años, los niños comienzan a utilizar el cuerpo para describirse a sí mismos y vivenciarlo en sus fantasías, se integran así los sentidos de la vista, el tacto, el sistema motor y sensorial. En la adolescencia se vive el cuerpo como fuente de identidad, de auto-concepto y autoestima. Es la etapa de la introspección y el auto-escrutinio, de la comparación social y de la autoconciencia de la propia imagen física y del desenvolvimiento social, que podrá dar lugar a la mayor o menor insatisfacción con el cuerpo (Pruzinsky, et al, 1990).

El análisis de la realidad actual permitió considerar pertinente y relevante el estudiar la preocupación por el modelo estético de delgadez y su relación con la imagen corporal en la ciudad de Chiclayo, pues estas variables intervienen en la prevención de posibles problemas de conducta alimentaria, adicciones y enfermedades emocionales, tales como la ansiedad y depresión (Raich, Mora, Soler, Ávila, Clos y Zapater, 1996, citado por Prieto & Muñoz, 2015).

MÉTODO

Diseño

La presente investigación es de tipo Descriptiva Correlacional, puesto que pretende medir o recoger información y determinar la relación entre variables (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Participantes

En la investigación se trabajó con una muestra no probabilística, el muestreo fue de tipo intencional y estuvo constituida por todas las estudiantes del primer y segundo ciclo de psicología de una Universidad privada de Chiclayo, que suman un total de 100 estudiantes pertenecientes al semestre académico 2016 I y II.

Instrumentos

Cuestionario de influencias del modelo estético corporal: Creado por Toro, Salamero y Martínez en el año 1994; éste instrumento fue diseñado para medir las influencias de los agentes y situaciones que transmiten el modelo estético actual. El CIMEC-40 es una prueba de 40 ítems que se responden en una escala de 2 puntos: siempre= 2; a veces=1 y nunca=0. El punto de corte planteado por los autores es de 16/17, con una sensibilidad de 83.1% y una especificidad de 64.4%. Evalúa cinco factores, a) angustia por la imagen corporal, b) influencia de la publicidad, c) influencia de los mensajes verbales, d) influencia de los modelos sociales y e) influencia de las relaciones sociales. En la presente investigación se estableció la confiabilidad del instrumento a través del método de divison por mitades, el mismo que arrojó un nivel de confiabilidad 0.91.

Cuestionario de imagen corporal (BSQ): Diseñado por Cooper P., Taylor, Cooper Z. y Fairburn (1987) y adaptado por Baile, Raich, y Garrido (2008). El BSQ está compuesto por 34 ítems y distribuido en tres factores: el primer Factor denominado Insatisfacción Corporal compuesto por 15 ítems. El segundo Factor se refiere al malestar con la imagen corporal, y se compone por 10 ítems. El tercer factor hace referencia a la devaluación de la figura y se compone de 9 ítems. Para el

presente estudio se estableció la confiabilidad mediante el método de división por mitades, obteniendo un nivel de confiabilidad de 0,96.

Procedimiento

Se solicitó a la dirección de escuela de Psicología permiso para la recolección de datos, asimismo se coordinó con los docentes para realizar la evaluación. Se explicó a la población el objetivo de la investigación, además se hizo entrega del consentimiento informado, enfatizando que la prueba es anónima y confidencial. Posteriormente se otorgaron las instrucciones para el desarrollo del test. Todas las estudiantes accedieron participar en la investigación.

RESULTADOS

La tabla 1 describe que la preponderancia de la interiorización del modelo estético de delgadez es entre las edades 22 a 34 años.

Tabla 1
Análisis descriptivo del modelo estético de delgadez por niveles y edades

	F	Baja		Moderada		Máxima		Total
		F	%	F	%	F	%	
EDADES	16	1	50%	1	50%	0	0%	2
	17	7	17.9%	19	48.7%	13	33.3%	39
	18	7	36.8%	8	42.1%	4	21.1%	19
	19	4	25%	7	43.8%	5	31.3%	16
	20	3	25%	6	50%	3	25%	12
	21	2	100%	0	0%	0	0%	2
	22	1	25%	1	25%	2	50%	4
	23	0	0%	2	100%	0	0%	2
	24	1	50%	1	50%	0	0%	2
	28	0	0%	1	100%	0	0%	1
	34	0	0%	0	0%	1	100%	1
Total		26		46		28		100

Nota: Muestra: 100

Instrumento: Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal - CIMEC – 40

La tabla 2 describe que entre las edades 22 a 34 años, es donde la insatisfacción con la imagen corporal mantiene su auge.

Tabla 2
Análisis descriptivo de la imagen corporal por niveles y edades

EIDADES	Leve		Moderada		Extrema		Total
	F	%	F	%	F	%	
16	0	0%	2	100%	0	0%	2
17	10	25.6%	19	48.7%	10	25.6%	39
18	5	26.3%	10	52.6%	4	21.1%	19
19	4	25%	8	50%	4	25%	16
20	3	25%	5	41.7%	4	33.3%	12
21	0	0%	2	100%	0	0%	2
22	1	25%	1	25%	2	50%	4
23	1	50%	1	50%	0	0%	2
24	1	50%	1	50%	0	0%	2
28	0	0%	0	0%	1	100%	1
34	0	0%	0	0%	1	100%	1
Total	25		49		26		100

Nota: Muestra: 100

Instrumento: Cuestionario de la Imagen Corporal – BSQ

La tabla 3 muestra el análisis correlacional entre el modelo estético de delgadez e imagen corporal, utilizando el estadístico Chi cuadrado, se determina que si existe relación significativa con una significancia bilateral (.000), a un nivel de $p < .05$, determinándose la asociación de ambas variables.

Tabla 3
Análisis correlacional entre el modelo estético de delgadez y la imagen corporal.

	Valor	Gf	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	41,466 ^a	4	,000
N de casos válidos	100		

Nota:

** $p < .05$

Estadístico: X^2

En la tabla 4 se evidencia que la dimensión angustia por la imagen corporal (AIC) tiene relación significativa con las dimensiones; insatisfacción corporal (IC) y la devaluación por la figura (DF). En cuanto a la dimensión malestar con la imagen corporal (MIC), no se encuentra relación significativa.

Tabla 4

Análisis correlacional entre la dimensión angustia por la imagen corporal y las dimensiones Insatisfacción corporal / malestar con la imagen corporal / devaluación de la figura.

		BSQ_IC	BSQ_M.I.C	BSQ_D.F
CIMEC_A.I.C.	Chi-cuadrado	13,990	5,631	20,207
	Gl	4	4	4
	Sig.	,007**	,228 ^b	,000**

Nota: **p < .05

Estadístico: X²

Muestra: 100

En la tabla 5 se muestra que la dimensión influencia de la publicidad (IP) tiene relación significativa con las dimensiones; insatisfacción corporal (IC) y la devaluación por la figura (DF). En cuanto a la dimensión malestar con la imagen corporal (MIC), no se encuentra relación significativa

Tabla 5

Análisis correlacional entre la dimensión influencia de la publicidad y las dimensiones Insatisfacción corporal / malestar con la imagen corporal / devaluación de la figura.

		BSQ_IC	BSQ_M.I.C	BSQ_D.F
CIMEC_I.P	Chi-cuadrado	13,960	5,688	21,318
	gl	4	4	4
	Sig.	,007**	,224	,000**

Nota: **p < .05

Estadístico: X²

Muestra: 100

En la tabla 6 se muestra que la dimensión influencia de los mensajes verbales (IMV) tiene relación significativa con las dimensiones; insatisfacción corporal (IC) y la devaluación por la figura (DF). En cuanto a la dimensión malestar con la imagen corporal (MIC), no se encuentra relación significativa.

Tabla 6

Análisis correlacional entre la dimensión influencia de mensajes verbales y las dimensiones Insatisfacción corporal / malestar con la imagen corporal / devaluación de la figura.

		BSQ_IC	BSQ_M.I.C	BSQ_D.F
CIMEC_I.M.V	Chi-cuadrado	17,811	6,398	29,867
	gl	4	4	4
	Sig.	,001**	,171	,000**

Nota: **p < .05

Estadístico: X²

Muestra: 100

En la tabla 7 se evidencia que la dimensión influencia de los modelos sociales (IMS) tiene relación significativa con las dimensiones; insatisfacción corporal (IC) y la devaluación por la figura (DF). En cuanto a la dimensión malestar con la imagen corporal (MIC), no se encuentra relación significativa.

Tabla 7

Análisis correlacional entre la dimensión influencia de los modelos sociales y las dimensiones Insatisfacción corporal / malestar con la imagen corporal / devaluación de la figura.

		BSQ_IC	BSQ_M.I.C	BSQ_D.F
CIMEC_I.M.S	Chi-cuadrado	15,889	4,954	27,269
	Gl	4	4	4
	Sig.	,003**	,292	,000**

Nota: **p < .05

Estadístico: X²

Muestra: 100

En la tabla 8 se observa que la dimensión influencia de las situaciones sociales (ISS) tiene relación significativa con las dimensiones insatisfacción corporal (IC) y la devaluación por la figura (DF). En cuanto a la dimensión malestar con la imagen corporal (MIC), no se encuentra relación significativa.

Tabla 8

Análisis correlacional entre la dimensión influencia de las situaciones sociales y las dimensiones Insatisfacción corporal / malestar con la imagen corporal / devaluación de la figura.

		BSQ_IC	BSQ_M.I.C	BSQ_D.F
CIMEC_I.S.S	Chi-cuadrado	11,296	6,636	24,303
	Gl	4	4	4
	Sig.	,023**	,156	,000**

Nota: **p < .05

Estadístico: X²

Muestra: 100

DISCUSIÓN

La investigación tuvo como propósito determinar la relación entre el modelo estético de delgadez e imagen corporal en estudiantes de una Universidad de Chiclayo, encontrándose que existe influencia significativa entre los ideales de belleza y la percepción de la propia imagen, conllevando a las jóvenes a generar pensamientos y críticas autodestructivas sobre su apariencia física, aproximándolas a la incidencia de conductas nocivas para la salud, ya que parten de la premisa “si logré controlar mi apariencia, podré controlar mi vida social y emocional” (Pruzinsky, 1991).

El rango de edades en que predomina el ideal de belleza es de 22 a 34 años, indicando que no es sólo en la adolescencia como refería Caballero (2008), donde las mujeres desean reducir ciertas partes del cuerpo, debido a la autopercepción desfavorable que poseen, sino que al igual que en la adolescencia y juventud, se encuentran índices de insatisfacción corporal (Esnaola, 2005), es decir la inconformidad con la imagen no se mide por la relación con su edad, sino con la mayor prevalencia de la interiorización del ideal de belleza y su interrelación con la preocupación con su peso.

Se relacionó las cinco dimensiones del modelo estético corporal y las tres dimensiones de la variable imagen corporal, las cuales son angustia por la imagen corporal, influencia de la publicidad, influencia de mensajes verbales, influencias de los modelos sociales e influencia de las situaciones sociales; insatisfacción corporal, malestar con la imagen corporal y devaluación de la figura respectivamente.

Nuestra cultura demanda una creciente preocupación sobre la representación de la apariencia física de las mujeres, esto genera en ellas gran angustia, es así que en este estudio se encontró relación significativa entre la angustia por la imagen corporal con la insatisfacción y devaluación de la misma.

Al manifestar que la angustia e insatisfacción tienen relación, nos referimos a que nuestros pensamientos, cogniciones y juicios entre “lo que se es” y “lo que se debería ser” (Higgins, 1987, citado por Calado & Lameiras, 2013), generan preocupación, demandan la realización de nuevas conductas que aminoren el efecto de las discrepancias e intensifiquen la satisfacción con el propio cuerpo. Aparecen sentimientos de culpa, conllevándolas a insertarse en dietas rigurosas, ejercicios, etc. Ante ello podríamos decir que estamos hablando ya de una devaluación de la imagen, para lo cual se busca que el cuerpo a través de agentes externos sufra modificaciones, y así alcanzar el canon de belleza y por ende la aceptación social. El autor Rodríguez (2013), manifiesta que ésta angustia aparece como parte de un reforzador social, es decir si logras ajustarte al modelo de delgadez dominante, recibirás elogios y reconocimiento, de lo contrario serán castigados con el rechazo.

En nuestro medio, es alarmante como los productos adelgazantes han invadido nuestra mente, van desde productos light, bajos en calorías, hasta productos que sin afectar la comodidad del individuo ayudan a perder peso, pero esto demanda un gasto económico, es así que el no poder agenciarse de ellos genera en las universitarias sentimientos de fracaso y alarma por conseguir nuevas herramientas que le ayuden a sentirse satisfechas y a gusto con su apariencia, incentivándolas a buscar conductas compensatorias, tales como el privarse de alimentos que impliquen una ganancia de masa corporal.

El prototipo de belleza de la mujer se torna al de un cuerpo esbelto, por lo que el ideal de belleza es sinónimo de delgadez en el siglo XX (Rodríguez, 2013), esta situación es difundida por los medios publicitarios, ya sea por revistas, periódicos, libros que magnifican este prototipo de belleza influenciando en el bienestar de la persona, haciéndola adoptar conductas de riesgo, que las ayuden a aliviar su insatisfacción y malestar por no alcanzar los estándares establecido y obtener la aprobación social; es por ello que la exposición continúa a contenidos televisivos o de revistas, muestran otros ideales de belleza, provocando la internalización del ideal de belleza impuesto actualmente, (Grade, Ward y Hyde, 2008 Leit, Gray y Pope, 2002; citado por Rodríguez, 2015), esta situación explica y detalla la relación significativa que posee la influencia de los mensajes verbales en la insatisfacción y devaluación de la imagen corporal, ya que la preponderancia y continúa publicidad de mensajes donde impongan a la delgadez como un factor de éxito, genera la sobrestimación o subestimación de la propia imagen corporal (Pruzinsky y Cash, 1990), emitiendo juicios y actuando para estar dentro de ese marco de éxito social.

En relación a la dimensión influencia de los modelos sociales, encontramos como principal propagador y reforzador del ideal de belleza a las figuras parentales (Enríquez, 2015), ya que ellos emergen presión en el control alimentario; encontramos madres que mantienen una rutina de ejercicio en los gimnasios, pero su salud no es la principal motivación sino el verse bien para su entorno, además de que el asistir al gimnasio está actualmente reforzado con brindarte un Status dentro de la sociedad. De igual manera las universitarias que frecuentan amistades que a diario refuerzan la estética, propician entre ellas el adoptar nuevos hábitos para adelgazar y verse bien.

La moda también es un factor de gran importancia para referirnos a una influencia de los modelos sociales, puesto que existen las tendencias en la forma de vestirnos; actualmente las jóvenes se visten con crops (polos tops), lo cual les permite mostrar su esbelta figura, sin embargo despierta la envidia de la otra población que por su contextura no puede llegar a emplearlos, despierta una alteración cognitiva, la cual radica en culpabilizarse por la figura que tienen, se juzgan, generando la disminución de su propia valía, pues su figura representa, su seguridad, autoestima, eficacia y autonomía, si está se ve afectada automáticamente lo mencionado disminuye (Salaberria, 2007).

En el Perú los programas de reality contribuyen a la devaluación de la imagen, conduciendo a las estudiantes a desplegar conductas de restricción alimentaria (Stice, 2002; citado por Rodríguez, 2013), conllevándolas a desear cambiar su físico ya sea por camuflaje o cirugías estéticas, a las cuales se aspira tras llegar a adquirir un ingreso económico.

La dimensión influencia de las situaciones sociales con las dimensiones insatisfacción y devaluación de la figura corporal, destacando que las estudiantes sienten presión social referente a la alimentación, si no se lograra controlar el peso corporal, puede llegarse a caer en conductas de evitación del contacto social. Esto también se ve afectado por los cambios físicos transitorios por los que pasan los jóvenes, pues muchas veces son estos cambios los que frustran el alcanzar el canon de belleza. Por ejemplo, encontramos jóvenes que desearían tener más medida en el busto y caderas, y el no llegar a ser así las frustra y las lleva a sentirse insatisfechas e inconformes con su cuerpo, aparecen sentimientos y deseos de querer modificar su cuerpo.

En cuanto a la dimensión de malestar con la imagen corporal, encontramos que no presenta relación con ninguna de las dimensiones de la variable modelo estético de delgadez, esta situación se ve justificada bajo el parámetro que el malestar con la imagen corporal implica la descalificación total

de la figura, sin embargo vemos según el estudio que las adolescentes y jóvenes, lo que esperan es poder modificar algún aspecto de su cuerpo, ya sea busto, caderas, rasgos faciales, etc., que les ayude a verse mejor.

Finalmente, de los datos obtenidos, se puede concluir que la imagen corporal de las estudiantes puede verse afectada en la insatisfacción y devaluación de su figura con respecto al modelo estético de delgadez que impera actualmente en nuestra sociedad, pues la delgadez, es considerada sinónimo de éxito y riqueza. Además, se aprecia que la sociedad es la que crea los modelos estéticos, denominados ideales y fomenta que las mujeres busquen conseguirlo. Este hecho que nos invita a plantearnos así la necesidad de implementar estrategias que favorezcan el desarrollo personal de las estudiantes universitarias.

CONCLUSIONES

- Existe relación significativa entre el modelo estético de delgadez e imagen corporal en las estudiantes, indicando que existe un canon de belleza establecido dentro de la sociedad, el cual puede afectar la percepción que las jóvenes posean de su imagen.
- Sin embargo no se encontró relación significativa entre la dimensión angustia por la imagen corporal y la dimensión malestar con la imagen corporal; así también entre la dimensión influencia de la publicidad y la dimensión malestar con la imagen corporal; así mismo entre la dimensión influencia de los mensajes verbales y la dimensión malestar con la imagen corporal; del mismo modo ocurre entre la dimensión influencia de los modelos sociales y la dimensión malestar con la imagen corporal; así también entre la dimensión influencia de situaciones sociales y la dimensión malestar con la imagen corporal.
- La interiorización del modelo estético de delgadez prevalece entre las edades de 22 a 34 años, manifestando así que la interiorización del ideal de belleza, no se relaciona directamente con la edad, sino al nivel de arraigo e importancia que tenga el llegar hacer como el medio lo propone.
- La insatisfacción y devaluación de la imagen en las estudiantes se da entre las edades de 22 a 34 años, evidenciando así que las mujeres tanto jóvenes como adultas, no son ajenas a esta problemática.

REFERENCIAS

- Caballero, L. (2008). Relación entre la autopercepción de la imagen corporal y hábitos de alimentación en adolescentes del 5to año de secundaria de la Institución Educativa Teresa Gonzáles de Fanning, 2007. Recuperado en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/529/1/Caballero_hl.pdf
- Calado, M. y Lumeiras, M. (2013). Alteraciones de la imagen corporal, la alimentación y peso. Ed, Tirant Humanidades. Cod. 616.858/C17/Ej.1
- Corcuera, P., De Irala, J., Osorio, A y Rivera, R. (2010). Estilos de vida de los adolescentes peruanos. Universidad de Piura, Instituto de Ciencias para la Familia. Lima. Disponible en: <http://es.slideshare.net/Udep/estilos-de-vida-peruanos-udep>
- Dittmar, H. (2005). Vulnerability factors and processes linking sociocultural pressures and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 24(1), 1081-1087. Disponible en: [https://www.google.com.pe/search?q=Journal+of+Social+and+Clinical+Psychology.+24\(1\)](https://www.google.com.pe/search?q=Journal+of+Social+and+Clinical+Psychology.+24(1))

- %2C+10811087&oq=Journal+of+Social+and+Clinical+Psychology.+24(1)%2C+10811087
&aqs=chrome..69i57.657j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8&safe=high
- Elena, M. (2010). Adolescencia: Identidad, moda y narcisismo. Universidad de Piura. Revista científica del área de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Comunicación. Publicación 24 de abril. Disponible en:
<http://udep.edu.pe/apertura/2010/adolescencia-identidad-moda-y-narcisismo/>
- Enríquez, R. (2015). Autopercepción de la imagen corporal y prácticas para corregirla o mantenerla en adolescentes, institución educativa Hosanna – Miraflores. Universidad Mayor de San Marcos, Facultad de Medicina Humana – E.A.P. de Nutrición. Lima – Perú. Recuperado en:
<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3940>
- Esnola, I. (2005). Imagen Corporal y Modelos Estéticos Corporales en la Adolescencia y la Juventud. Universidad del País Vasco, Análisis y Modificación de Conducta, vol. 31(135). Disponible en: [file:///C:/Users/Jheny-Campos/Downloads/2218-6410-1-PB%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Jheny-Campos/Downloads/2218-6410-1-PB%20(5).pdf)
- Guerrero, D. (2008). Adaptación del inventario de trastornos de la conducta alimentaria (EDI-2) en una muestra de adolescentes de 16 a 20 años de Lima Metropolitana. (Tesis de licenciatura en Psicología con mención en Psicología Clínica). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Disponible en:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/634/HERRERA_TAPIA_TALLIA_VALIDEZ.pdf?sequence=1
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación 5ta Ed. El Comercio, Perú.
- Levine, M y Murnen, S. (2009). Everybody knows taht mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders: A critical review of evidence for casual link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 9-42. Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/247839433_Everybody_Knows_That_Mass_Media_areare_not_pick_one_a_Cause_of_Eating_Disorders_A_Critical_Review_of_Evidence_for_a_Causal_Link_Between_Media_Negative_Body_Image_and_Disordered_Eating_in_Females
- Lucar, M. (2012). Insatisfacción con la Imagen Corporal e Influencia del Modelo Estético De Delgadez en un grupo de adolescentes mujeres. Tesis para optar el título de Licenciada en Psicología con mención en Psicología Clínica. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1723>
- Miller, E y Halberstadt, J. (2005). Media consumption, body image and thin ideals in New Zealand men and women. *New Zealand Journal of Psychology*, 34(3), 189- 195. Recuperado de:
<http://eprints.qut.edu.au/6062/1/6062.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud (2003). Peso inferior al normal, talla baja y sobrepeso en adolescentes y mujeres jóvenes en América Latina y el Caribe. Disponible en <http://www.paho.org>
- Prieto, A. & Muñoz, A. (2015). Bienestar subjetivo e imagen corporal en estudiantes universitarias de Arequipa. Universidad Católica de Santa María, Perú. Disponible en:
http://revistaliberabit.com/es/revistas/RLE_21_2_bienestar-subjetivo-e-imagen-corporal-en-estudiantes-universitarias-de-arequipa.pdf
- Pruzinsky, T. & Cash, T. (1990). *Body images: development, deviance and changes*. Nueva york. Guilford Press. Recuperado en:
<http://hedatuz.euskomedia.org/4564/1/08171183.pdf>

- Rodríguez, J. (2013). Alteraciones de la imagen corporal. Ed. Síntesis, S.A. Madrid- España.
- Salaberria, K., Rodríguez, S y Cruz, S. (2007). Percepción de la imagen corporal. Universidad de San Sebastián. *Osasunaz*. (8) 171-183