

## Ideales de belleza femenina y su impacto en la satisfacción corporal de la mujer en Latinoamérica



### Cómo citar este artículo:

Pierre Wilhelm; Jhoeen Sneyder Rojas-Díaz (2023) Ideales de belleza femenina y su impacto en la satisfacción corporal de la mujer en Latinoamérica. Revista Encuentros, vol. 21-01. Universidad Autónoma del Caribe.

Doi: [10.15665/encuen.v21i01-Enero-junio.2950](https://doi.org/10.15665/encuen.v21i01-Enero-junio.2950)

Pierre Wilhelm, Ph.D., Facultad de Comercio, Athabasca University (Canadá)  
[pierre.wilhelm@fb.athabascau.ca](mailto:pierre.wilhelm@fb.athabascau.ca), 0000-0001-8001-8435  
Jhoeen Sneyder Rojas-Díaz, Mg., Facultad de Comunicación,  
Publicidad y Diseño, Universidad Católica Luis Amigó.  
[jhoeen.rojasdi@amigo.edu.co](mailto:jhoeen.rojasdi@amigo.edu.co), 0000-0002-2584-5267

### Origen del artículo

Este artículo de reflexión hace parte de la investigación “Female viewers’ processing of contravening beauty ideals in movie melodrama in Mexico and Colombia and their body esteem responses: an exploratory study”, proyecto realizado entre la Universidad de Athabasca (Canadá), la Universidad del Golfo de California (México) y la Universidad Católica Luis Amigó (Colombia).

### RESUMEN

Los ideales de belleza son un constructo en el cual interviene la familia, la cultura, la sociedad y los medios de comunicación, en un entretreído que finalmente determina la satisfacción corporal de la mujer. Este artículo de reflexión deriva de la revisión teórica y contextual de la investigación “Female viewers’ processing of contravening beauty ideals in movie melodrama in Mexico and Colombia and their body esteem responses: an exploratory study”, proyecto realizado entre la Universidad de Athabasca (Canadá), la Universidad del Golfo de California (México) y la Universidad Católica Luis Amigó (Colombia), y presenta a partir de los estudios encontrados en el contexto de América Latina cómo los ideales de belleza de la mujer en el continente están influenciados por los medios de comunicación y el impacto de éstos en la satisfacción corporal de las mujeres latinoamericanas. Como conclusión, se evidencia que existe una relación entre los usos mediáticos de las mujeres y la conformación de sus ideales de belleza, lo cual incide en una mayor insatisfacción hacia sus cuerpos. Destaca el impacto del ideal de delgadez en la satisfacción corporal de las mujeres y cómo esto influye en desórdenes alimenticios, conductas deportivas, sometimiento a cirugías y condiciones de salud mental. Aunque hay importantes contribuciones de investigación en Latinoamérica sobre el tema, se requiere mayor estudio sobre determinantes sociales en la construcción de ideales de belleza y el aporte de los medios en ellos.

*Palabras clave:* Ideales de belleza femeninos, insatisfacción corporal, influencia mediática, mujer latinoamericana.

## **Female beauty ideals and their impact on women's body satisfaction in Latin America**

### **ABSTRACT**

The ideals of beauty are a construct in which the family, culture, society and the media intervene, in an interweaving that ultimately determines the woman's bodily satisfaction. This reflection article derives from the theoretical and contextual review of the research "Female viewers' processing of contravening beauty ideals in movie melodrama in Mexico and Colombia and their body esteem responses: an exploratory study" project carried out between the University of Athabasca (Canada), the University of the Gulf of California (Mexico) and the Catholic University Luis Amigó (Colombia) and presents, based on the studies found in the context of Latin America, how the beauty ideals of women in the continent are influenced by the media and their impact on the body satisfaction of Latin American women. In conclusion, it is evident that there is a relationship between the media uses of women and the construction of their ideals of beauty, which affects a greater dissatisfaction with their bodies. It highlights the impact of the thin ideal on women's body satisfaction and how it influences eating disorders, sports behavior, surgery, and mental health conditions. Although there are important research contributions in Latin America on the subject, further study is required on the social determinants in the construction of beauty ideals and the contribution of the media to them.

*Keywords: Female beauty ideals, body dissatisfaction, media influence, Latin American women.*

## **Ideais de beleza feminina e seu impacto na satisfação corporal das mulheres na América Latina**

### **RESUMO**

Os ideais de beleza são uma construção na qual a família, a cultura, a sociedade e a mídia intervêm, num entrelaçamento que acaba por determinar a satisfação corporal da mulher. Este artigo de reflexão deriva da revisão teórica e contextual da pesquisa "Processamento de ideais de beleza contravenientes por telespectadores femininos no melodrama cinematográfico no México e na Colômbia e suas respostas de estima corporal: um estudo exploratório" realizado entre a Universidade de Athabasca (Canadá), da Universidade do Golfo da Califórnia (México) e da Universidade Católica Luis Amigó (Colômbia) e apresenta, com base nos estudos encontrados no contexto da América Latina, como os ideais de beleza das mulheres do continente são influenciados pela mídia e seu impacto na satisfação corporal de mulheres latino-americanas. Em conclusão, fica evidente que existe uma relação entre os usos midiáticos das mulheres e a construção de seus ideais de beleza, o que repercute em uma maior insatisfação com seus corpos. Ele destaca o impacto do ideal de magreza na satisfação corporal das mulheres e como isso influencia os distúrbios alimentares, o comportamento esportivo, a cirurgia e as condições de saúde mental. Embora existam importantes contribuições de pesquisas na América Latina sobre o tema, são necessários mais estudos sobre os determinantes sociais na construção de ideais de beleza e a contribuição da mídia para eles.

*Palavras chave: Ideais de beleza feminina, insatisfação corporal, influência da mídia, mulheres latino-americanas.*

## 1. Introducción

Los ideales de belleza femenina son una construcción y generan un impacto en la satisfacción corporal de la mujer. De acuerdo a Thompson y Stice (2001) las mujeres manifiestan una necesidad primordial de aceptación social de su apariencia física. Por esta razón, los ideales de belleza femenina, reforzados por canales interpersonales como la familia, el contexto social y los medios de comunicación pueden influenciar sus pensamientos socio-evaluativos de su propio cuerpo (Tiggeman, 2003). Van den Berg et al. (2002) sugieren que la delgadez es un ideal de belleza predominante en la sociedad actual y se le atribuyen múltiples beneficios personales, sociales y económicos. Estas ideas asociadas a un cuerpo delgado son internalizadas en las mujeres por la influencia de personas que les rodean y son reforzadas por las imágenes que ven en diferentes medios de comunicación.

Se ha invertido tiempo y esfuerzo investigando cómo las mujeres jóvenes responden a ideales de belleza femenina en los medios de comunicación y cómo les afecta el ideal de belleza delgada en su satisfacción corporal (Leahey et al., 2011). Se ha evidenciado como mujeres espectadoras de producciones cinematográficas y televisivas pueden ser susceptibles a construir un ideal de cuerpo femenino de *fantasía* a través de imágenes fijas y en movimiento (Mills et al., 2002). Blanton y Stapel (2008) explican que muchas espectadoras *internalizan* el ideal de delgadez, procesando de manera sesgada la información sobre belleza femenina observada en el cine, la televisión, revistas, diarios o Internet. Los autores explican que tal comprensión sobre la belleza femenina delgada propicia en muchas mujeres problemas de satisfacción con su cuerpo y genera condiciones de ansiedad al no cumplir con los ideales expuestos. Por su parte, Brown y Dittmar (2005) señalan que las espectadoras femeninas entran en una comparación social con las imágenes que representan este ideal de belleza y explican que tal comparación es un factor clave que contribuye a distorsiones en la imagen corporal de las mujeres. Algunos investigadores han observado un procesamiento consciente o inconsciente por parte de las espectadoras con la representación de belleza recibida. Engeln-Maddox (2005) halló respuestas cognitivas, afectivas o conductuales de las espectadoras al mensaje de los medios de comunicación en relación a un ideal de delgadez.

Sin embargo, el estudio sobre el impacto de la exposición a ideales de delgadez femenina ha sido limitado por una conceptualización estrecha sobre el procesamiento de mensajes y de sus impactos. Levine y Murnen (2009) explican que muchos investigadores han reducido la investigación sobre la influencia de comunicación masiva a estudios del reforzamiento por estímulos, especialmente, la influencia del reforzamiento por imágenes de delgadez visto en revistas de moda o en programas de televisión. Por otra parte, Tiggemann (2003) explica que los espectadores femeninos de cine o televisión no procesan programas complejos como lo hacen mujeres que miran carteles de publicidad que muestran imágenes de modelos femeninos delgados o que leen artículos de moda sobre belleza. De hecho, todavía existe una escasez de conocimiento sobre el impacto que ocurre cuando las mujeres procesan programas de cine o televisión muy complejos y dinámicos comunicando información sobre la apariencia y la belleza femenina en forma narrativa.

Luengas y Velandia-Morales (2012), quienes analizan el impacto de mensajes publicitarios sexuales y sexistas, concluyen que estos no solo construyen ideales de belleza femeninos sino además estereotipos de género. En el mismo enfoque, pero desde otro análisis mediático. García Jimeno (2014) contempla que la pornografía también refuerza los ideales de belleza femeninos y los asocia a imaginarios de sexualidad. El autor concluye que la pornografía aumenta el menosprecio, la discriminación y la distorsión del cuerpo femenino.

Aunque el curso de investigación sobre el impacto de los ideales de delgadez en las mujeres en los últimos años se ha centrado en las redes sociales e internet (Lozano-Muñoz, 2022), existe una ausencia de estudios holísticos que analicen la influencia de la convergencia mediática en el reforzamiento de este ideal de belleza en las mujeres. Sin embargo, como lo evidencia Restrepo y Castañeda (2020), las redes sociales son actualmente un factor determinante en la representación y satisfacción corporal de las mujeres más jóvenes.

Así, los medios van aportando a la definiciones, representaciones, normas y actitudes frente a los ideales de belleza, en donde la apariencia física toma una notoria relevancia (Grosz, Levine & Murnen, 2002) y en donde el ser delgada toma un papel protagónico. Pero frente a la realidad de no cumplir con este ideal de belleza, se genera grados de insatisfacción corporal (IC) que alimentan la obsesión por la delgadez y la musculatura (Escandón-Nagel, 2021), depresión (Sánchez-Rojas, 2022) y riesgos de trastornos alimenticios (Ruiz et al., 2022). De acuerdo con Jiménez Boraita (2021) actualmente hay un aumento de IC en las mujeres adolescentes que las impulsa a un deseo de estar más delgadas porque consideran que así tendrán más oportunidades, más relaciones sentimentales, mejor calidad de vida e incluso, mayor rendimiento académico.

## 2. Metodología

Se realizó una búsqueda de artículos derivados de investigación en la base de datos Scopus y ScienceDirect sobre problemáticas femeninas asociadas a los ideales de belleza entre el 2000 y el 2022. Se realizó una clasificación preliminar con aquellos estudios que 1) fueron realizados en países de Latinoamérica y 2) se evidenciara una relación entre los ideales de belleza y grados de satisfacción corporal en las mujeres. Se excluyeron revisiones, notas, editoriales y ponencias. La fórmula aplicada en la búsqueda fue la siguiente:

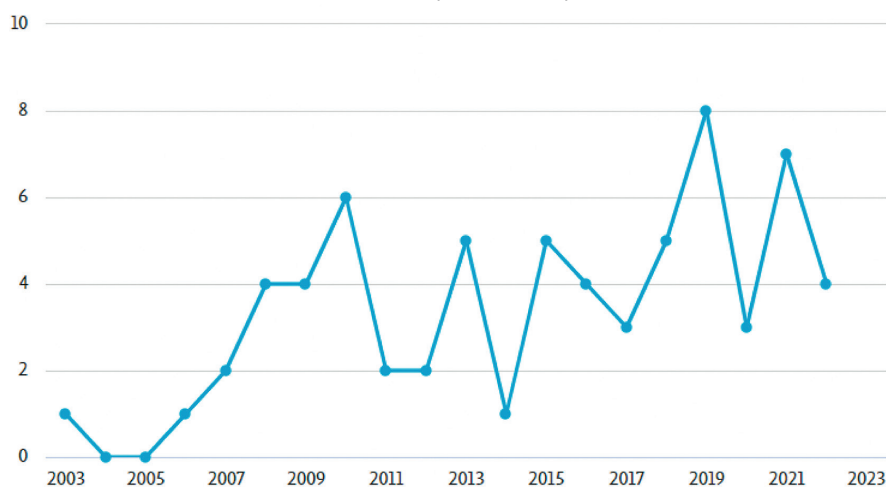
TITLE-ABS-KEY ( beauty AND ideals ) AND PUBYEAR > 2000 AND AFFILCOUNTRY ( mexic\* OR guatemal\* OR hondur\* OR salvad\* OR nicaragu\* OR belize\* OR cuba\* OR dominican\* OR jamai\* OR haiti\* OR puertori\* OR panam\* OR colombia\* OR ecua\* OR peru\* OR chile\* OR boliv\* OR venez\* OR uruguay\* OR paraguay\* OR brazil\* OR argentin\* ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) )

Se realizó una revisión de las variables contempladas en los estudios y sus principales hallazgos, los cuales se compararon con los conceptos establecidos en el marco de la investigación. Finalmente, se hizo una clasificación que permitiera evidenciar tanto las características latinoamericanas como, y de manera especial por el contexto de la investigación, el caso colombiano.

## 3. Resultados

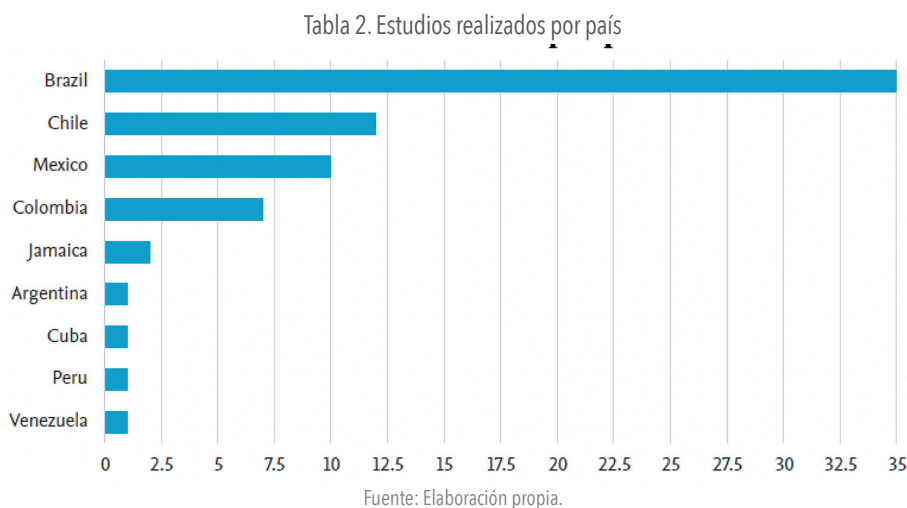
Se encontraron 67 estudios. Un análisis de la temporalidad de las publicaciones se logra identificar un punto alto en los estudios previos a la Pandemia del Covid-19.

Tabla 1. Índice de publicaciones por año



Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, la predominancia en los estudios está representada por Brasil, que cuentan con el mayor número de estudios realizados (35), seguidos por Chile (12). Entre los país de menor estudio están Perú y Venezuela, con 1 respectivamente. No se encontraron estudios publicados en los países centroamericanos ni en Ecuador y Bolivia para los suramericanos.



### Los ideales de belleza femenina en América Latina

El análisis de la satisfacción corporal en la mujer latinoamericana está principalmente relacionado con el reforzamiento hecho por fuentes interpersonales y medios de comunicación (Paredes et al., 2010). Según Romeu et al., (2011) hay sentimientos de impotencia en las mujeres latinas cuando se enfrentan a una ideología de consumismo en las producciones mediáticas que valida un ideal de la belleza delgado que se percibe extraño, distinto y privilegiado de una minoría de la población. Franco-Paredes et al., (2005) encuentra que existe un estándar poco común de belleza femenina en televisión y el cine que no corresponde al *mestizaje* de razas característico de América Latina. Los autores explican que esto causa una “epidemia” que afecta a mujeres latinoamericanas de cualquier clase social, manifestada en que les hace perder su identidad y les genera sentimientos de aislamiento, baja autoestima, ansiedad y depresión.

En otra perspectiva, varias investigaciones concluyen que la belleza femenina representada por los medios de comunicación es influyente en la conformación de ideales de belleza, gracias a sus niveles de difusión y alcance (Velandia-Morales y Rincón, 2014). Manchón et al. (2016) concluye que existe una estrecha relación entre los ideales de belleza y las estrategias publicitarias de algunas marcas, caracterizadas por su contenido sexual. Sin embargo, aunque las empresas opten por campañas de tipo social, promoviendo la reflexión y la crítica a los ideales de belleza, aún fallan en su intento y son percibidas por las mujeres como refuerzos de ideales de belleza. La construcción de ideales de belleza atraviesa la literatura, en cuentos como la Bella y la Bestia (Rodríguez Marroquín, 2015), la fotografía (Rubiano Orjuela, 2015) y la televisión, especialmente las telenovelas (Sánchez Ríos, 2017).

En Brasil los estudios se relacionan con el impacto de los magazines de belleza (Vieira, 2013) y las redes sociales en la configuración de los ideales de belleza (Polivanov y Carrera, 2022; Uchoa et al., 2017) y su impacto en los desórdenes alimenticios de mujeres jóvenes (Uchoa et al., 2019; Mas-Machón et al., 2015; Coti et al., 2012; Souto y Ferro-Brucher, 2006). Bosi (2015) logra identificar que existe un culto al cuerpo del cual se configuran muchos desórdenes alimenticios en las mujeres brasileñas. Por su parte, de Oliveira y Machado (2021) encuentran una fuerte influencia de las tecnologías en la formación de la identidad de los adolescentes brasileños, que incluye ideales de belleza, y Lobo et al., (2020) en

universitarias. Sautchuk (2007) analiza el impacto del ideal de delgadez en las prácticas deportivas, mientras que Pitanguy (2003) y Leal et al. (2010) lo estudia en el uso de la cirugía estética para alcanzar estos ideales. Estos últimos autores evidencian una relación directa entre los ideales de belleza en las mujeres y su insatisfacción corporal que las induce al uso del quirófano para cumplir con los estándares que son en su mayoría alimentados por sus consumos mediáticos.

En el caso chileno, estudios como los de Maldonado (2021) analizan el impacto de la satisfacción corporal en las mujeres adultas y sus estilos de alimentación. El autor encuentra una influencia entre la baja apreciación del cuerpo y maladaptaciones en los hábitos alimenticios de las chilenas consultadas. En esta misma línea de investigación, Mandrich et al. (2014) concluye que las pacientes con desórdenes alimenticios están influenciadas por ideales de delgadez e insatisfacción corporal y Behar (2010) que es producto de la interiorización de conceptos sociales sobre la belleza en las mujeres chilenas. Por otra parte, Tijoux y Barrios (2019), en el marco del auge migratorio que ha vivido Chile en las últimas décadas, identifican que los ideales de belleza locales y extranjeros son determinantes en la inclusión y aceptación al migrante y que en ellos se alimenta prejuicios en muchos casos sobre las mujeres extranjeras.

En México, Salgado y Bermúdez (2018) concluyen que a los hombres se les ha permitido socialmente tener peso, mientras que para las mujeres la delgadez es un atributo de belleza. La discrepancia es fruto de transmisiones sociales en diferentes niveles y estructuras. Esto se relaciona con conductas alimenticias en la población joven (de Jesús Saucedo-Molina y Santoncini, 2010), las cuales han sido influenciadas por la publicidad y los modelos sociales (Figuroa-Rodríguez, et al., 2010).

### **Los ideales de belleza femenina en Colombia**

En el caso colombiano, el tema de la belleza corporal se aborda en la literatura científica bajo subtemas de investigación cultural crítica. Por ejemplo, Bolívar Ramírez (2007) quiere llamar la atención sobre las modalidades de nacionalización de los ideales de belleza en la sociedad colombiana en eventos como el Reinado Nacional de la Belleza. La autora describe tales eventos como *banales* que, según ella, son expresiones indiscutibles de la preeminencia moral, social y de dominio político sobre lo que se considera bello en la sociedad colombiana. Un aspecto que ratifica Stanfield (2013), para quien los colombianos establecieron nuevos medios de evaluar la belleza y su valor, desarrollando una fijación por los concursos de belleza y las presentaciones públicas de lo que se considera belleza femenina como respuesta a las crisis sociales fruto de la violencia vivida en el país. El autor afirma que el concurso de belleza colombiano, como proceso de cohesión social, es un contrapunto a lo que denomina *las bestias*, es decir, a la guerra civil que dividió a la sociedad colombiana en los años 1940 y 1950.

Por otra parte, Ardila et al. (2013) concluye que las opiniones sociales sobre la belleza en Colombia son altamente influenciadas por el contexto social y mediático de las mujeres, estando las ideas externas por encima de las personales. Las definiciones idealistas externas sobre la belleza generan concepciones personales valorativas que determinan lo individual y corporal. Figuroa y Careaga (2013) encuentran que aunque existe un discurso reflexivo sobre los ideales de belleza en el entorno de las mujeres, éstos no logran tener un impacto significativo ni comparable con la influencia de los discursos de belleza emitidos por los medios de comunicación. Según estos autores existe una dualidad en el discurso sobre lo corporal en las mujeres colombianas, uno el escuchado y otro el vivido en la práctica. Un resultado similar es el encontrado por Marca García y Rodríguez Cortés (2012), quienes encuentran que:

Existe una jerarquía en la belleza: es más importante ser bello por dentro que por fuera; sin embargo, cuando se pregunta por el grado de satisfacción corporal, la mayoría se muestran insatisfechos y preocupados por alcanzar estereotipos de belleza propuestos por los medios de comunicación, que en este caso son cuerpos delgados, atléticos y sanos. (P.115)

Existe un discurso mediático que se aleja de la realidad misma. Ortiz Piedrahíta (2013) afirma que otro concepto social importante en Colombia es la raza, el cual se manifiesta como consecuencia del proceso de colonización europea. Existen ideales de belleza en Colombia sustentados en imaginarios colectivos sobre la raza o el color de la piel. Para Pedraza (2011) la preocupación por el cutis suave, un adecuado broceado y una figura tonificada es un ideal colombiano en sus mujeres, que justifica y alimenta el uso cosmético y quirúrgico sin importar sus repercusiones en su salud o el alto costo. Todo con el propósito de mantener una imagen pública que responda a las demandas sociales sobre la belleza femenina.

El rol de la dimensión social y la cultura local en la construcción de ideales de belleza en las mujeres colombianas también es analizado a través de investigaciones con énfasis cuantitativo. Por ejemplo, Gamboa y Fernando (2009) consideran que la insatisfacción corporal de la mujer colombiana debe investigarse en función de una conceptualización general de la calidad de vida y su relación con una escala de masa corporal. En la misma línea investigativa, Sarlaza et al., (2012) consideran que el ejercicio físico de las mujeres colombianas está mediado por la imagen social y cultural prototípica de sí mismas y a los beneficios sociales asociados al mismo. Además, se le atribuyen ventajas psicológicas, tales como sentirse bien sobre su apariencia.

Martínez (2017) por su parte hace un análisis del retrato periodístico de la belleza femenina en la prensa colombiana y concluye que el periódico, como medio de comunicación de mayor prestigio, aporta un significado social importante más allá del simple registro fotográfico de la belleza.

Según Pineros Ortiz et al. (2010) existe una alta incidencia de insatisfacción corporal en las mujeres que corresponde a una tasa creciente de obesidad, lo que ratifica que la delgadez es un ideal predominante en la sociedad colombiana. Lapeira Panneflex et al. (2016) analizan el impacto de los ideales de belleza asociados al tamaño de los senos en las decisiones alimentarias, deportivas y quirúrgicas. Sin embargo, Pineros Ortiz, Molano Caro y López de Mesa (2010) amplían los factores influyentes e incluyen los comportamientos familiares, el consumo mediático y las ideaciones sociales y relacionales en estas definiciones.

## 4. Conclusiones

La investigación en Latinoamérica explica las afectaciones en la satisfacción corporal de las mujeres por su correspondencia a fenómenos sociales, culturales, mediáticos e incluso sociales e históricos. Hay una mayor incidencia de insatisfacción corporal en las mujeres causado por la interiorización de ideales de belleza, especialmente el ideal de delgadez. Examina fenómenos y problemas asociados a los comportamientos alimenticios, deportivos, relacionales y comunicativos en las mujeres y de manera limitada en las adolescentes.

Los estudios realizados por Luengas y Velandia-Morales (2012) y García Jimeno (2014) indican procesos de comunicación que influyen en la satisfacción corporal de la mujer latinoamericana, especialmente desde la construcción de imaginarios sociales desde perspectivas no solo personal sino también mediática. Aunque la mujer latina refiere a su vida social cuando trata de darle sentido a la información sobre la belleza, está lo realiza actualmente usando las posibilidades que le permiten las redes sociales para compartir y contrastar sus ideales de belleza (Restrepo y Castañeda, 2020).

El desafío en el estudio de los ideales de belleza femenino es que se trata de investigar actitudes sobre la apariencia femenina que se aprenden y adquieren sobre el curso de una vida de exposición a los medios y a las influencias de otras personas.

Hacen falta más estudios sobre el papel que juegan los medios de comunicación en la satisfacción corporal de mujeres latinas expuestas a producciones principalmente extranjeras, cuyos protagonistas

tienen formas distantes y poco o nada acordes con la fisonomía latinoamericana. El reforzamiento hecho directa e indirectamente por medios interpersonales contribuye a la construcción de ideales de belleza.

## Referencias bibliográficas

- Ardila, R., Gouveia, V., de Medeiros, E. D. (2012). Human values of colombian people. Evidence for the functionalist theory of values. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 44 (3), 105-117. <http://www.scielo.org.co/pdf/rtps/v44n3/v44n3a09.pdf>
- Barrios Duarte, R. (2006). Consecuencias socios psicológicos del ejercicio con fines de salud: una actualización. *Efdeporte*, 9(1). <http://www.efdeportes.com/efd93/sociops.htm>
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures* Sage, 129-139. London, UK: Sage.
- Behar A., R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria *Revista Chilena De Neuro-Psiquiatría*, 48(4), 319-334. <https://doi.org/10.4067/s0717-92272010000500007>
- Blanton, H. & Stapel, D. A (2008). Unconscious and spontaneous and...complex: The three selves model of social comparison assimilation and contrast. *Journal of Personality and Psychology*, 94 (6), 1018-1032. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.6.1018>
- Bolívar Ramírez, I. (2007). Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas. *Íconos*, 28, 71-80. <https://doi.org/10.17141/iconos.28.2007.229>
- Bosi, M. L. (2015). Culto ao corpo e (al cuerpo y) comportamentos alimentares anormais entre estudantes de medicina *Salud(i) Ciencia*, 21(2), 177-183. <https://www.siicsalud.com/dato/experto.php/138954>
- Brown, A. & Dittmar, H. (2005). Think “thin” and feel bad: The role of appearance schema activation, attention level, and thin-ideal internalization for young women’s responses to ultra-thin media ideals. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24 (8), 1088-1113. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.8.1088>
- Burton, J. (ed.) (1986). *Cinema and Social Change in Latin American: Conversations with filmmakers*. Austin, TX: University of Texas.
- Cash, T. F., Morrow, J.A., Hrabosky, J. I. & Perry, A. A. (2004). How has body image changed? A cross-sectional investigation of college women and men from 1983 to 2001. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 72 (6), 1081-9. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.72.6.1081>
- Conti, M.A., Teixeira, P.C., Kotait, M. S., Aratangy, E., Salzano, F., & Amaral, A. C. S. (2012). Anorexia e bulimia - Corpo perfeito versus morte. *Mundo Da Saude*, 36(1), 65-70. <https://doi.org/10.15343/0104-7809.20123616570>
- de Oliveira, M. R., & Machado, J. S.A. (2021). The unsustainable weight of self-image: (re)presentations in the spectacle society. *Ciencia e Saude Coletiva*, 26(7), 2663-2672. <https://doi.org/10.1590/1413-81232021267.08782021>
- Engeln-Maddox, R. (2005). Cognitive responses to idealized media images of women: The relationship of social comparison, and critical processing to body image disturbances in college women. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(8), 114-1138. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.8.1114>
- Escandón-Nagel, N., Garrido-Rubilar, G., Hernández-Oyarce, F., & Muñoz-Pérez, C. (2021). Obsesión por la delgadez y la musculatura en mujeres, un estudio transcultural: Comparación entre Chile y España. *Revista Chilena De Nutrición*, 48 (5), 669-677. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182021000500669>
- Esquivel, M. & González, C. (2010). Excess weight and adiposity in children and adolescents in Havana, Cuba: Prevalence and trends, 1972 to 2005. *MEDICC Review*, 12 (2). <https://doi.org/10.37757/MR2010.V12.N2.5>
- Figueroa Varela, M. D. R., & Careaga Pérez, G. (2013). La opción de la reconfiguración estética: estudio en jóvenes universitarias. *La Ventana*, 57, 1-38. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88428978013>
- Franco-Paredes, K., Mancilla-Díaz, J. M., Vázquez-Arévalo, R., López-Aguilar, X. & Álvarez-Rayón, G. (2005). Perfectionism and eating disorders: a review of the literature. *European Eating Disorders Review*, 13, 61-70. <https://doi.org/10.1002/erv.605>
- Gamboa, L. F. & Forero N. (2009). Body Mass Index as a Standard of Living Measure: A Different Interpretation for the Case of Colombia. *Facultad de Economía, Universidad del Rosario*, 57. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1520973>



- García Jimeno, M. (2014). Construcciones sociales, ética mínima y prejuicios: el cuerpo de la mujer en la modernidad. *Revista De Derecho Público*, (32), 1–10. <https://doi.org/10.15425/redepub.32.2014.25>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. En J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research*, 2 ed., pp. 43–67. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Groesz, L. M., Levine, M. P. & Murnen, S. K. (2002). The effect of investigational presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 1, 1-16. <https://doi.org/10.1002/eat.10005>
- Hartmann, T. (2008). Parasocial interaction and para communication with new media characters. En E. A. Konijn, S. Utz, M. Tanis & S. B. Barnes (Eds.), *Mediated Interpersonal Communication*, pp. 177- 199. New York, NY: Routledge.
- Jiménez Boraita, R., Arriscado Alsina, D., Dalmau Torres, J. M., & Gargallo Ibort, E. (2021). Determinantes de la satisfacción corporal en adolescentes de La Rioja. *Revista Española De Salud Pública*, 95. <https://recyt.fecyt.es/index.php/RESP/article/view/89761>
- Lapeira Panneflex, P., Acosta Salazar, D., & Vásquez Munive, M. (2016). Significado social atribuido a los senos y su influencia en el autocuidado en jóvenes universitarias. *Medicina UPB*, 35(1), 9–16. <https://doi.org/10.18566/medupb.v35n1.a02>
- Leahy, T. M., LaRose, J. G., Fava, J. L. & Wing, R. R. (2011). Social influences are associated with BMI and weight loss intentions in young adults. *Obesity*, 19, 1157–1162. <https://doi.org/10.1038/oby.2010.301>
- Leal, V. C. L. V., Catrib, A. M. F., de Amorim, R. F., & Montagner, M. Â. (2010). O corpo, a cirurgia estética e a saúde coletiva: Um estudo de caso *Ciencia e Saude Coletiva*, 15(1), 77-86. <https://doi.org/10.1590/s1413-81232010000100013>
- Levine, M. P. & Murnen, S. K. (2009). Everybody knows that mass media are/are 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. *Journal of Social & Clinical Psychology*, 28 (1), 9-42. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>
- Lôbo, I. L. B., de Mello, M. T., de Oliveira, J. R. V., Cruz, M. P., Guerreiro, R. C., & Silva, A. (2020). Percepção da imagem e satisfação corporal em estudantes universitários *Revista Brasileira De Cineantropometria e Desempenho Humano*, 22, 1-11. <https://doi.org/10.1590/1980-0037.2020v22e70423>
- Lozano-Muñoz, N., Borrallo-Riego, Á., & Guerra-Martín, M. D. (2022). Influencia de las redes sociales sobre la anorexia y la bulimia en las adolescentes: una revisión sistemática. *Anales Del Sistema Sanitario De Navarra*, 45(2) <https://doi.org/10.23938/ASSN.1009>
- Luengas, H. T., & Velandia-Morales, A. (2012). Nivel de sexismo en consumidores y su valoración sexista de la publicidad. *Suma Psicológica*, 19(2), 75–88. <http://www.scielo.org.co/pdf/sumps/v19n2/v19n2a06.pdf>
- Machado, A. R. (2017). Formas de representação feminina nos teen chick lits: Um estudo em torno d'o diário da princesa. *Comunicacao Midia e Consumo*, 14(39), 91-109. <https://doi.org/10.18568/cmc.v14i39.1163>
- Maldonado, C., & Nazar, G. (2021). Autocompasión como moderador entre apreciación corporal y estilos de alimentación en mujeres adultas emergentes. *Terapia Psicológica*, 39(1), 63-80. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082021000100063>
- Manchón, L. M., Bravo, À. R., Vilar, N. M., Morante, F. M., Lopes, E., & Salgado, A. W. (2016). Values perception in food commercials with dietary strategies. *Prisma Social*, 2016, 30-59. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1313>
- Mandich, C. C., Castrillón, F. D., Navarro, J. A., Troncoso, A. G., Astudillo, R. B., & Meza, M. A. (2014). Discursos en anorexia y bulimia nerviosa: Un estudio cualitativo acerca del vivenciar del trastorno. *Revista Mexicana De Trastornos Alimentarios*, 5(2), 70-79. [https://doi.org/10.1016/s2007-1523\(14\)72002-6](https://doi.org/10.1016/s2007-1523(14)72002-6)
- Marca García, Y. S., & Rodríguez Cortés, A. V. (2012). Imaginarios de belleza en estudiantes de educación física. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 30(1), 108–117. <http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v30n1/v30n1a09.pdf>
- Martínez, A. (2017). Retratos de mujer: imágenes en la prensa caleña, a comienzos del siglo XX. *Maguaré*, 30(1), 71–102. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/maguare/article/view/62897>

- Martín-Cárdaba, A., Porto-Pedrosa, M., & Verde-Pujol, L. (2022). Representación de la belleza femenina en publicidad. Efectos sobre el bienestar emocional, la satisfacción corporal y el control del peso en mujeres jóvenes. *El Profesional de La Información*, 31(1), 1–14. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.17>
- Mas-Manchón, L., Rodríguez-Bravo, Á., Montoya-Vilar, N., Morales-Morante, F., Lopes, E., Añaños, E., . . . Grau, A. (2015). Valores percibidos en la publicidad de alimentos por jóvenes con y sin trastornos de la conducta alimentaria. *Salud Colectiva*, 11(3), 423-444. <https://doi.org/10.18294/sc.2015.729>
- Mendelson, B. K., Mendelson, M. J. & White D. R. (2001). Body-esteem scale for adolescents and adults. *Journal of Personality Assessment*, 76, 1. [https://doi.org/10.1207/S15327752JPA7601\\_6](https://doi.org/10.1207/S15327752JPA7601_6)
- Meyers, P. N & Biocca, F. (1992). The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body distortions in young women. *Journal of Communication*, 42 (3), 108-133. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1992.tb00802.x>
- Mills, J. S, Polivy, J., Herman, C. P., & Tiggemann, M. (2002). Effects of exposure to thin media images: Evidence of self-enhancement amongst restrained eaters. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1687-1699. <https://doi.org/10.1177/014616702237650>
- Oliveira, D. B., & de Abreu, W. F. (2015). Knowledge, art, and education in plato's republic. *Educacao e Pesquisa*, 41(1), 203-215. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022015011682>
- Ortiz Piedrahíta, V. (2013). Percepciones y prácticas corporales estéticas de un grupo de jóvenes universitarias Afrodescendientes de Cali. *Revista CS*, 85–125. <https://doi.org/10.18046/recs.i12.1678>
- Paredes, K. F., Díaz, J. M. M., Arévalo, R. V., Rayón, G. A. y Aguilar, X. L. ( 2010). El papel del perfeccionismo en la insatisfacción corporal, la influencia sociocultural del modelo de delgadez y los síntomas de trastorno del comportamiento alimentario. *Universitas Psychologica*, 10 (3), 829-840. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy10-3.ppic>
- Pedraza, Z. (2011). La “educación de las mujeres”: el avance de las formas modernas de feminidad en Colombia. *Revista De Estudios Sociales*, (41), 72–83. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81522362006>
- Pineros Ortiz, S., Molano Caro, J., & López de Mesa, C. (2010). Factores de riesgo de los trastornos de la conducta alimentaria en jóvenes escolarizados en Cundinamarca (Colombia). *Revista Colombiana De Psiquiatría*, 39(2), 313–328. [https://doi.org/10.1016/S0034-7450\(14\)60253-5](https://doi.org/10.1016/S0034-7450(14)60253-5)
- Pitanguy, I. (2003). Chirurgie de la silhouette. *Bulletin De l'Academie Nationale De Medecine*, 187(3), 489-491. [https://doi.org/10.1016/s0001-4079\(19\)34020-8](https://doi.org/10.1016/s0001-4079(19)34020-8)
- Polivanov, B., & Carrera, F. (2022). PERFECT BODIES and DIGITAL INFLUENCERS: Gendered ruptures of performance on social media in brazil. *Cultural Politics*, 18(1), 28-43. <https://doi.org/10.1215/17432197-9516911>
- Reyes-Foster, B. (2012). Grieving for mestizaje: Alternative approaches to Maya identity in Yucatán, México. *Identities*, 19,6, 657-672. <https://doi.org/1080/1070289X.2012.734766>
- Restrepo, J. E., & Castañeda Quirama, T. (2020). Riesgo de trastorno de la conducta alimentaria y uso de redes sociales en usuarias de gimnasios de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista Colombiana De Psiquiatría*, 49(3), 162-169. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.003>
- Rodríguez Marroquín, A. M. (2015). De bestias, monstruos y príncipes encantados: Una mirada cultural a la adaptación cinematográfica del cuento de la Bella y la Bestia. *Anagramas*, 14(27), 49–66. <http://hdl.handle.net/11407/2344>
- Rojas López, M. B. (2008). El cuerpo bello: de la encarnación de la idea a la idealización de la carne. *Katharsis*, 34–61. <https://doi.org/10.25057/25005731.553>
- Romeu, V., Piñón, M. & Cerón, C. (2011). Contenido y organización de la representación del cuerpo femenino. Análisis de caso. *Razón y Palabra*, 16, 75 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706048>
- Rubiano Orjuela, L. C. (2015). Entre sábanas y cámaras, identificación del lugar que ocupa el cuerpo femenino revestido de una belleza diferente en la fotografía Boudoir. Cali, Colombia. <http://hdl.handle.net/11522/8253>
- Ruiz Lázaro, P. M., Imaz Roncero, C., & Pérez Homero, J. (2022). Autoestima, imagen personal y acoso escolar en los trastornos del comportamiento alimentario. *Nutrición Hospitalaria*, 39 (Ext2), 41-48. <https://doi.org/10.20960/nh.04177>

- Sánchez Ríos, E. J. (2017). "El cartel de los sapos I" y 'Alias el mexicano': ¿empoderamiento de los personajes femeninos? *Anfora*, 24(43), 69–86. <https://doi.org/10.30854/anf.v24.n43.2017.357>
- Sánchez-Rojas, A. A., García-Galicia, A., Vázquez-Cruz, E., Montiel-Jarquín, Á. J., & Aréchiga-Santamaría, A. (2022). Autoimagen, autoestima y depresión en escolares y adolescentes con y sin obesidad. *Gaceta Médica De México*, 158(3), 124-129. DOI: <https://doi.org/10.24875/GMM.21000817>
- Sarlaza, A., Alonso, J., García Castro, S., Remicio Zambrano, C. & Villamil Buitrago, S. (2012). Niveles de adicción al ejercicio corporal en personas fisiculturistas. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 7(2), 209-226. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311126611001>.
- Sautchuk, C. E. (2007). A medida da gordura. O interno e o íntimo na academia de ginástica. *Mana: Estudos De Antropologia Social*, 13(1), 181-205. <https://doi.org/10.1590/s0104-93132007000100007>
- Souto, S., & Ferro-Bucher, J. S. N. (2006). Prácticas indiscriminadas de dietas de emagrecimiento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. *Revista De Nutricao*, 19(6), 693-704. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732006000600006>
- Stanfield, M. E. (2013). *Of Beasts and Beauty: Gender, Race, and Identity in Colombia* Austin: University of Texas Press, 2013, 280 pp.
- Suarez Reina, A. Y. (2014). La representación de la mujer y los ideales del pensamiento Colombiano de finales del siglo XIX y comienzos del Siglo XX: la metáfora de la falsa inclusión. *Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia*. <http://www.redalyc.org/pdf/4515/451544860003.pdf>
- Thompson, K. & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 181–183. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00144>
- Tiggemann, M. (2003). Media exposure, body dissatisfaction and disordered eating: Television and magazines are not the same! *European Eating Disorders Review*, 11 (5), 418–430. <https://doi.org/10.1002/erv.502>
- Tiggemann, M. (2005). The state of body image research in clinical and social psychology. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(8), 1202-1210. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.8.1202>
- Tijoux, M. E., & Barrios, J. R. (2019). Cuerpos inmigrantes, cuerpos ideales. El racismo y la educación en la construcción de la identidad. *Estudios Pedagógicos*, 45(3), 397-405. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052019000300397>
- Uchoa, F. N. M., Lustosa, R. P., Rocha, M. T. M., Daniele, T. M. C., Deana, N. F., Alves, N., & Aranha, A. C. M. (2017). Media influence and body dissatisfaction in brazilian adolescents. *Biomedical Research (India)*, 28(6), 2445-2451. [https://doi.org/10.1016/S2007-1523\(14\)70373-8](https://doi.org/10.1016/S2007-1523(14)70373-8)
- Uchôa, F. N. M., Uchôa, N. M., Daniele, T. M. D. C., Lustosa, R. P., Garrido, N. D., Deana, N. F., . . . 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) <https://doi.org/10.3390/ijerph16091508>
- Van den Berg, P., Thompson, J. J., Obremski-Brandon, K., & Covert, M. (2002). The Tripartite Influence model of body image and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. *Journal of Psychosomatic Research*, 53, 1007-1020. [https://doi.org/10.1016/s0022-3999\(02\)00499-3](https://doi.org/10.1016/s0022-3999(02)00499-3)
- Velandia-Morales, A., & Rincón, J. C. (2014). Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión. *Universitas Psychologica*, 13(2), 1–12. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY13-2.ergu>
- Vieira, C. A. L., & Bosi, M. L. M. (2013). Corpos em confecção: Considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina. *Physis*, 23(3), 843-861. <https://doi.org/10.1590/S0103-73312013000300010>
- Webb, H. J. & Zimmer-Gembeck, M. J. (2013). The role of friends and peers in adolescent body dissatisfaction: A review and critique of 15 years of research. *Journal of Research on Adolescence*, 24(4), 564–590. <https://doi.org/10.1111/jora.12084>