



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA
Santa María de los Buenos Aires
Facultad de Psicología y Psicopedagogía

Licenciatura en Psicología

Trabajo de Integración Final

El ideal de belleza internalizado y las presiones sociales en imágenes corporales en jóvenes de 18 a 25 años

Alumno: Ivonnia Marcela Flores Bravo

Número de Registro: 121700692

Directora: Lic. Trinidad Belén Speranza

Codirectora: Dra. Verónica C. Ramenzoni

Buenos Aires, 09 de noviembre, 2021

ÍNDICE

1. RESUMEN	1
2. INTRODUCCIÓN	1
3. MARCO TEÓRICO	4
3.1 Ideal de belleza internalizado	4
<i>Ideal de cuerpo femenino</i>	4
<i>Ideal de cuerpo masculino</i>	5
<i>Diferencias de género en la valoración de cuerpos de género opuesto</i>	7
<i>Antecedentes de tareas de valoración de atractivo general</i>	7
3.2 presiones socioculturales	8
<i>Presión proveniente de la familia</i>	9
<i>Presión proveniente de amigos o pares</i>	10
<i>Presión por parte la pareja romántica</i>	12
<i>Presión proveniente de los medios de comunicación</i>	13
<i>Presión por parte de las redes sociales</i>	14
4. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS	16
4.1 Definición del problema y preguntas de investigación	16
4.2 Objetivos	16
4.2.1 <i>Objetivo General</i>	16
4.2.2 <i>Objetivo Específico</i>	16
4.3 Hipótesis	17
5. MÉTODO	17
5.1 Participantes	17
5.2 Definición de Variables	18
5.3 Instrumentos de recolección de datos	18
5.4 Procedimiento y análisis de datos	19
6. RESULTADOS	20
Análisis de las Valoraciones de Cuerpos del Mismo Género y de Género Opuesto	21
Efecto de los Ideales Internalizados de Belleza	22
Efecto de las presiones socioculturales	23
7. DISCUSIÓN	24
7.1 Discusión	24
7.2 Conclusiones	30

7.3 Recomendaciones	30
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
9. APÉNDICE A	38
Tarea de Valoración de Atractivo General	38
9. APÉNDICE B	39
Cuestionario De Actitudes Socioculturales Hacia La Apariencias. Masculino	39
Cuestionario De Actitudes Socioculturales Hacia La Apariencia. Femenino	40

1. RESUMEN

Lo que una sociedad considera como atractivo en una época determinada se le conoce como ‘ideal de belleza’; el valor cultural que se le da a los ideales puede conllevar a que la imagen corporal y el comportamiento personal de un individuo se vea afectado.

Actualmente el ideal de belleza en la población femenina es la de un cuerpo atlético y tonificado siendo similar al ideal de belleza en la población masculina. La diferencia radica en que las mujeres buscan perder grasa corporal y los hombres buscan aumentar la masa corporal. A su vez, dichos ideales son internalizados y reforzados mediante los agentes socioculturales como la familia, pares, pareja, medios de comunicación y redes sociales. El objetivo del estudio es explorar las diferencias en como hombres y mujeres perciben el atractivo de distintos tipos de cuerpos, y como estas percepciones son moduladas por distintos tipos de ideales internalizados de belleza y distintos tipos de presiones socioculturales. Una muestra de jóvenes adultos de diversas nacionalidades (N=317) participaron de la Tarea de Valoración de Atractivo General y respondieron el Cuestionario De Actitudes Socioculturales Hacia La Apariencia (SATAQ-4R). Los resultados sugieren que las mujeres valoran más los cuerpos promedios de su mismo género, mientras que los hombres valoran más lo cuerpos atléticos. Al evaluar los cuerpos del género opuesto, las mujeres también valoran más los cuerpos atléticos masculinos, mientras que los hombres valoran más los cuerpos femeninos promedios y con sobrepeso. Las mujeres internalizan más el ideal de cuerpo delgado y atractivos y los hombres internalizan más el ideal de cuerpo musculoso. Las presiones provenientes de los medios de comunicación y redes sociales fueron percibidas de manera más significativa en la población femenina.

2. INTRODUCCIÓN

El ideal belleza se lo entiende como un conjunto de características que una sociedad considera como atractivas dependiendo de la época (Torres, 2018). La internalización de dichos ideales conlleva que los individuos incorporen y acepten el valor cultural que se les da a los ideales de belleza, hasta tal punto en que puede afectar su propia imagen corporal y/o comportamiento personal (Uhlmann, Donovan y Zimmer-Gembeck, 2020). Durante la adolescencia, los sujetos son aún más vulnerables a la influencia de los ideales, ya que se encuentran atravesando cambios físicos, desarrollando su identidad, y cambiando la manera

de vincularse con los demás; por lo que emergen como centrales en estas edades las preocupaciones con respecto a la imagen corporal (Hoffmann y Warschburger, 2019).

Si bien, el ideal de cuerpo en la población femenina tiende a ser el de una figura esbelta o delgada, en los últimos años se observa una mayor propensión a tener un ideal de cuerpo atlético y tonificado (Deighton- Smith y Bell, 2018). Dicho ideal atlético ha predominado también en la población masculina; se evidencia en las plataformas de redes sociales que un ideal de cuerpo musculoso es percibido como ‘la nueva delgadez’ (Uhlmann, Donovan y Zimmer-Gembeck, 2020). En cambio, en la población femenina no es primordial el volumen muscular sino la definición de estos y la poca grasa corporal (Campos et al., 2020). En la población masculina, por el contrario, el ideal de cuerpo está relacionado a un cuerpo delgado, musculoso y en forma de V (i.e., mayor concentración de músculos en los hombros y el torso superior) (Voges et al., 2019). El ideal que se reproduce en las publicidades y comerciales mantiene el foco en el torso donde se tiende a poner énfasis en los abdominales marcados y las caderas estrechas; el objetivo no es lograr un cuerpo hipermusculoso (Tiggemann y Anderberg, 2020). Al mismo tiempo, los hombres expresan que les gustaría aumentar la masa muscular y que no les gustaría tener bajo peso ni sobrepeso (Mackowiak et al., 2019). Al valorar los cuerpos de género opuesto al propio, las mujeres presentan una mayor preferencia por los cuerpos masculinos fuertes (i.e., musculosos); estos están asociados a la obtención, producción, distribución recursos, y a la protección frente a amenazas físicas (Sell, Lukazsweski y Townsley, 2017). Por el contrario, los hombres valoran más los cuerpos femeninos delgados y, más específicamente, se sienten atraídos por características físicas que indican fertilidad como lo son las caderas anchas (Lei y Perrett, 2021; Musolino, O’Connor y Cioe, 2021).

Los ideales de belleza son transmitidos y reforzados por agentes socioculturales como los medios de comunicación, compañeros o pares, y familia. Tatangelo, McCabe y Ricciaderlli (2015) proponen que la mejor forma de comprender la influencia de los ideales internalizados de belleza en la valoración de los cuerpos es el Modelo Tripartito de Influencia propuesto por Thompson y colaboradores (1999). Este propone que las influencias de los medios, pares y familia predicen el desarrollo de la insatisfacción corporal a través de dos mecanismos: internalización de los ideales de belleza y comparaciones sociales. A su vez, Van Vonderen y Kinally (2012) retoman la Teoría de

Cultivación de George Gerbner, propuesta en 1998, debido a que explica que los medios de comunicación promueven la internalización mediante visualización repetida y frecuente, reforzando también la influencia de los ideales internalizados de belleza. Los medios de comunicación como las revistas, medios televisivos, cine, y publicidad son los primeros en reproducir patrones de belleza actuales (Salinas, 2011).

Los padres son la primera fuente de socialización, por lo que las presiones provenientes de la familia repercuten en la internalización de un ideal de cuerpo. Para las adolescentes, las madres desempeñan un papel importante como modelos a seguir, fuentes de información, y orientación sobre sus cuerpos. Las madres guían a sus hijas en la transición hacia la adultez, es decir, cómo deben sentir y comportarse durante el pasaje de niña a mujer (Santarossa y Woodruff, 2020). Por lo que, los comportamientos dietéticos de la madre o los comentarios hacia el cuerpo de los hijos exacerbaban la influencia de ideales de belleza delgados y atléticos (Tatangelo, McCabe y Ricciaderlli, 2015; Helfert y Warschburger, 2011).

Con respecto a las influencias y presiones por los pares y amigos, la Teoría de Comparación Social establece un marco conceptual para comprender este proceso. La teoría afirma que los individuos obtienen información sobre sí mismos a través de comparaciones personales con quienes perciben como similares (Festinger, 1954, como se citó en Piatkowski et al., 2020). Dicha comparación social se ha visto exacerbada por el uso de las redes sociales debido a que los usuarios están expuestos a contenidos sin que estén activamente buscando estas comparaciones (Sherlock y Wagstaff, 2019). Del mismo modo, en las plataformas como Instagram, es tendencia el *fitspiration* cuyo objetivo es motivar a las personas a llevar un estilo de vida saludable y hacer ejercicio promoviendo imágenes de personas atléticas. Como reacción al *fitspiration*, ha surgido el *body positivity*, cuyo objetivo es desafiar los ideales de apariencia dominantes y fomentar la aceptación y el respeto por todos los cuerpos independientemente de su forma, tamaño, y características (Sherlock y Wagstaff, 2019; Cohen, Newton-John y Slater, 2020). De igual forma, se ha cuestionado si el énfasis en la imagen corporal es un refuerzo adicional a la preocupación sobre la apariencia, en lugar de enfocarse en otros atributos como la personalidad, la inteligencia, el desempeño laboral, etc. (Cohen, Newton-John y Slater, 2020).

Finalmente, en relación con las parejas románticas, se ha demostrado que las parejas tienen una influencia directa sobre cómo las personas se perciben a sí mismas y a su propia imagen corporal (Goldsmith y Byers 2016). Un estudio reciente muestra que en particular las parejas masculinas ejercen una mayor presión para que la mujer posea un cuerpo ideal delgado, lo cual genera en la población femenina heterosexual mayor preocupación por la imagen corporal (ej., Huxley, Halliwell y Clarke, 2014).

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Ideal de belleza internalizado

Al conjunto de características que una sociedad considera como atractivas se las conocen como el ideal de belleza. Estas características pueden cambiar dependiendo de la época (Torres, 2018). En los años recientes, los ideales de belleza se han convertido en irreales y difíciles de alcanzar y, a su vez, están relacionados a la insatisfacción corporal, síntomas de desorden alimenticio, e inclusive el diagnóstico de trastornos de la conducta alimentaria. Tanto la transmisión cultural de los ideales de belleza como las presiones socioculturales conllevan a la internalización de un determinado ideal (Uhlmann, Donovan y Zimmer-Gembeck, 2020). Se define a la internalización como la medida en que los individuos incorporan y aceptan el valor cultural de los ideales de belleza. Desde el modelo tripartito, la internalización es un mecanismo de mediación que está relacionado a las presiones socioculturales (Thompson et al., 1999 como se citó en Tatangelo, McCabe y Ricciaderlli, 2015), como son las presiones provenientes de los amigos o pares, medios de comunicación y presión familiar (Uhlmann, Donovan y Zimmer-Gembeck, 2020). Sin embargo, hombres y mujeres perciben de manera distinta las presiones socioculturales y tienen internalizados diferentes ideales de belleza.

Ideal de cuerpo femenino

En la antigüedad se consideraba que una mujer robusta era sinónimo de fecundidad, contrario a la delgadez que se relacionaba con la esterilidad y el hambre. Sin embargo, en el siglo XIX, empieza a culturizarse la cintura de avispa y las curvas femeninas mediante el uso de vestimentas que exageran el busto y las caderas. A partir del siglo XX, el ideal de belleza cambia y ocurre una transición de una cintura pequeña a un cuerpo sin curvas alcanzable sólo mediante dietas y ejercicios excesivos. Desde la década de 1950, se han mostrado figuras femeninas delgadas, mientras que la mayoría de la población de mujeres

experimentó un aumento de peso (Bozsik et al., 2018). El mismo ideal de delgadez se considera una presión indirecta que empuja a las mujeres a lograr el ideal y les hace pensar que la delgadez es sinónimo de feminidad (Setiadi y Risnawaty, 2021). La popularización de videos de aeróbics durante los años '80, el énfasis en cuerpos andróginos durante los años 90', y la utilización de tecnologías para traquear el ejercicio y la pérdida de peso en años recientes (ej., *fitbit*, *pelotón*) son todos reflejos de la misma tendencia. Finalmente, en el siglo XXI, la belleza femenina se ha consolidado en términos de un cuerpo delgado y se considera el tener una figura esbelta como equivalente al éxito y cuidado de sí misma. El culto a la delgadez está relacionado con el mundo de la moda y la venta de productos que ayuden a mantener el cuerpo 'en forma' (Salinas, 2011).

Los cambios físicos y psicológicos que ocurren durante la adolescencia y se extienden a los primeros años de adultez pueden exacerbar las preocupaciones con respecto a la imagen corporal (Hoffmann y Warschburger, 2019). A su vez, el adolescente se incorpora a una sociedad cuyos medios de comunicación promueven un ideal de cuerpo delgado poniendo aún más el foco en el propio cuerpo. En los últimos años ha surgido y cobrado cada vez más centralidad en el imaginario sociocultural el ideal de belleza atlético (Deighton- Smith y Bell, 2018). Si bien, dicho ideal ha calado más hondo en la población masculina, este ha emergido como un estándar en las mujeres. Esto se puede observar en las plataformas de redes sociales, como Instagram, donde las mujeres establecen que se debe hacer ejercicio para estar tonificada y no para estar delgada (Uhlmann, Donovan y Zimmer-Gembeck, 2020); el cuerpo atlético es sinónimo de atractivo (Bozsik et al., 2018). A diferencia de los hombres, en las mujeres no es primordial el volumen muscular sino la definición de éstos y la poca grasa corporal (Campos et al., 2020; Musolino, O'Connor y Cioe, 2021).

Ideal de cuerpo masculino

El ideal del cuerpo masculino promueve un cuerpo delgado, musculoso y en forma de V, tal y como se ve reflejado en fotografías, revistas, e inclusive en juguetes de acción (Voges et al., 2019). Por lo tanto, hoy en día, los hombres se enfrentan a un cuerpo ideal que perciben como difícil de lograr y presentan, al igual que las mujeres, insatisfacción con respecto a su propio cuerpo (Voges et al., 2019). En los hombres jóvenes ha incrementado la influencia del ideal mesomórfico (i.e., un cuerpo atlético con músculos marcados y salientes); el deseo que subyace a esta influencia es el de alcanzar beneficios sociales,

sexuales, y personales (Edwards, Tod, Molnar, y Markland, 2016). Por lo que actualmente se habla de ‘impulso por la musculatura’ refiriéndose al deseo de incrementar los músculos en el cuerpo (Liu et al., 2019).

Liu y colaboradores, 2019 demuestran que el impulso por la musculatura es prevalente en adolescentes y estudiantes universitarios y para obtener un cuerpo musculoso, los hombres, pueden recurrir al uso de esteroides, aunque la estrategia más común es el entrenamiento con pesas y dieta para controlar su peso corporal y el aumento de masa muscular (Liu et al., 2019). Los hombres con impulso a la musculatura pueden desarrollar ‘Dependencia al Ejercicio’ también denominado ‘Adicción al Ejercicio’. Los sujetos con Dependencia al Ejercicio muestran alteraciones en el comportamiento como intensidad y frecuencia de ejercicio patológica, un tiempo exacerbado dedicado al ejercicio y reducción del tiempo para otras actividades (Liu et al., 2019).

El ideal que se reproduce en las publicidades y comerciales mantiene el foco en la parte superior del hombre como es el torso descubierto, abdominales marcados y caderas estrechas. Según un estudio realizado en el 2021, la atención visual de los hombres que frecuentan el gimnasio se orienta mayormente al pecho (30-35% de atención) y al abdomen (20-25% de atención) (Jaques, Hanson y Boothroyd). Pese a todo, el objetivo es lograr un cuerpo atlético y no un cuerpo endomórfico (i.e., un cuerpo hipermusculoso) (Tiggemann y Anderberg, 2020).

En los últimos 20 años, estudios que confrontan a los hombres con su ideal de belleza internalizado han llegado a la conclusión que para lograr el ideal de musculatura tendrían que aumentar entre 8 y 13kg (Jaques, Hanson y Boothroyd, 2021; Lennon y Johnson, 2021; Mackowiak et al., 2019). Esto demuestra que, al igual que las mujeres, los hombres perciben una discrepancia entre el ideal de belleza y su cuerpo real (Jaques, Hanson y Boothroyd, 2021). Mackowiak y colaboradores (2019) encuentran que al mismo tiempo que los hombres expresan que les gustaría aumentar la masa muscular, también manifiestan que no les gustaría ser muy delgados o tener sobrepeso. En conclusión, los hombres manifiestan una preocupación por no lograr el volumen y tamaño del cuerpo que se correspondería a su ideal (Lennon y Johnson, 2021).

Diferencias de género en la valoración de cuerpos de género opuesto

Desde la mirada evolutiva, las mujeres prefieren un cuerpo masculino fuerte ya que está asociado a la obtención, producción y división de recursos, y mayor defensa frente a una amenaza física (Sell, Lukazsweski, y Townsley, 2017). Las mujeres consideran que los hombres físicamente fuertes tienen más posibilidades de prevalecer que los hombres físicamente delgados. En una encuesta realizada en 2017, se les preguntó a las mujeres qué características corporales les resultaba atractivas en el hombre: sus respuestas incluyen músculos en toda la parte superior del cuerpo y bíceps; dichas características también fueron calificadas como más masculinas (Sell, Lukazsweski, y Townsley, 2017).

La valoración sociocultural del cuerpo femenino no sigue los mismos parámetros; según un estudio de Musolino, O'Connor, y Cioe (2021) se establece que las mujeres con músculos grandes son percibidas de manera negativa, por ejemplo, las mujeres que hacen fisicoculturismo. Las tendencias socioculturales actuales promueven un cuerpo atlético, y la musculatura voluminosa es considerada muy masculina para una mujer. Los hombres tienden a sentirse atraídos, más bien, hacia características físicas que indican fertilidad como caderas anchas, glúteos y bustos prominentes (Musolino, O'Connor, y Cioe, 2021).

En una investigación de Lei y Perrett (2021), se encontró que, para los hombres, el tamaño corporal delgado es un indicador de atracción en mujeres mientras que, para las mujeres, los músculos definidos son un índice de atracción. En paralelo, los juicios de salud que ambos géneros realizan confluyen en que un cuerpo con sobrepeso es menos saludable y atractivo. Aun así, se ha encontrado que las mujeres tienden a exagerar la delgadez que los hombres esperan, y que los hombres tienden a exagerar el volumen de los músculos que las mujeres esperan (Lei y Perrett, 2021).

Antecedentes de tareas de valoración de atractivo general

El procesamiento visual de los cuerpos y rostros de las personas ocurre mediante dos estrategias: la primera se basa en la representación de la relación espacial entre las partes del cuerpo globalmente, mientras que la segunda se basa en el análisis de cada detalle de las partes del cuerpo, es decir, se realiza un procesamiento local. Si bien la primera estrategia visual se utiliza para la discriminación de todos los objetos, la segunda estrategia parece emplearse más frecuente en la discriminación de cuerpos y rostros. En particular, se ha encontrado que, tanto hombres como mujeres, tienden a pasar más tiempo viendo los

cuerpos del género opuesto que los del mismo género (Cazzato, Walters y Urgesi, 2020). Por otro lado, existe un vínculo entre el propio peso y las reacciones al tipo de cuerpo; es decir que las personas tienden a valorar los cuerpos de los demás en relación con su propio cuerpo (Aagerup y Scharf, 2018).

Al confrontar a un sujeto a imágenes de cuerpos que evocan un ideal de belleza, las personas pueden experimentar insatisfacción corporal debido a la discordancia entre su cuerpo real y el ideal; por ejemplo, las imágenes que reproducen cuerpos masculinos idealizados impactan negativamente en la satisfacción corporal de los hombres (Galioto y Crowther, 2013). La población masculina todavía tiende a experimentar una mayor preocupación por su imagen corporal cuando se exponen a imágenes del cuerpo musculoso ideal que cuando se exponen a imágenes de cuerpos delgados (Watson, Murnen y College, 2019). Del mismo modo, Fatt, Fardouly y Rapee, 2019 muestran que la internalización del ideal de cuerpo musculoso y la comparación social respecto a la apariencia son importantes predictores para la insatisfacción corporal (Fatt, Fardouly y Rapee, 2019).

En las mujeres, ocurre lo mismo ya que se ha observado que las imágenes que reproducen ideales de un cuerpo delgado impactan de manera negativa en la valoración del propio cuerpo, y que, a su vez, son percibidas como poco realistas y dañinas (Galioto y Crowther, 2013). Con respecto a las imágenes de cuerpos atléticos sucede lo mismo e inclusive puede afectar el estado de ánimo de las mujeres (Fatt, Fardouly y Rapee, 2019). Al igual que la población masculina, se demuestra que la internalización del ideal de belleza delgado y la tendencia a la comparación sobre la apariencia median en el insatisfacción corporal (Fatt, Fardouly y Rapee, 2019). Sin embargo, al agregarle el componente de musculatura al modelo de imagen esbelta tradicional, se percibe culturalmente al cuerpo femenino como fuerte, activo y empoderado (Mulgrew et al., 2021).

3.2 presiones socioculturales

Los ideales de belleza son transmitidos y reforzados por agentes socioculturales como los medios de comunicación, compañeros o pares, y la familia. El Modelo Tripartito de Influencia conceptualiza esta relación al proponer que las influencias de los medios, pares y familia predicen el desarrollo de la insatisfacción corporal a través de dos mecanismos: internalización de los ideales de apariencia y comparaciones sociales. La internalización

hace referencia a la medida en que un individuo considera que los ideales de belleza culturales son importantes y relevantes para él o ella. Las comparaciones relacionadas con la apariencia hacen referencia al proceso de comparar el propio cuerpo y el de otro con la finalidad de recopilar información sobre el atractivo físico propio (Thompson et al., 1999, como se citó en Tatangelo, McCabe y Ricciaderlli, 2015).

Presión proveniente de la familia

Los padres son la primera fuente de socialización para el niño/a; desde la infancia los padres influyen en la internalización de ideales de belleza específicos a través de la forma en la cual se comunican con sus hijo/as, los alimentan (por ejemplo, estimulando dietas), y se refieren al peso de sus hijo/as. Lo mismo ocurre cuando acontece una influencia indirecta, también conocida como modelado. El modelado incluye comportamientos como la dieta de los padres, expresión de insatisfacción acerca del propio peso, y otros comportamientos observables para mantener o reducir el peso (Abraczinskas, Fisak y Barnes, 2011). Una investigación reciente muestra que la insatisfacción corporal y comportamientos dietéticos de la madre influyen en la insatisfacción corporal del hijo/a (Tatangelo, McCabe y Ricciaderlli, 2015). De manera directa, los padres pueden influir en la imagen corporal de sus hijo/as presionándolos con respecto a su peso o apariencia a través de comentarios o críticas. Particularmente, en Alemania, se concluyó que el estímulo por parte de los padres a sus hijo/as para que controlen su peso es un fuerte predictor de preocupación y alerta sobre su propio cuerpo (Helfert y Warschburger, 2011).

Se define la Estima Corporal como un constructo multidimensional que consiste en la autoevaluación del peso corporal, la autoevaluación de la apariencia general, y atribuciones a otros de la evaluación sobre el propio cuerpo o apariencia (Mendelson y White, 1985, como se citó en Shriver et al., 2013). En el estudio de Shriver et al., 2013, se encontró que alrededor de los 5 años los niños pueden desarrollar problemas de peso y sentirse insatisfechos con sus propios cuerpos. Estos descubrimientos sugieren que desde temprano los niños son sensibles a las normas sociales de peso y apariencia influyendo de manera negativa en su estima corporal (Shriver et al., 2013).

Con respecto a la relación entre madre/hija, se ha observado que la madre puede tener influencia en la percepción que las adolescentes tienen de su propio cuerpo y de sí mismas. Para las adolescentes, las madres desempeñan un papel importante como modelos a seguir,

fuentes de información, y orientación sobre sus cuerpos (Santarossa y Woodruff, 2020). La literatura sobre el desarrollo de los adolescentes pone énfasis en la importancia de la relación madre/hija para contribuir al desarrollo de la imagen y satisfacción corporal. En investigaciones recientes se ha estudiado las interacciones madre/hija en la plataforma de redes sociales y se ha mostrado que el modo en cómo la madre se presenta en las redes sociales influye en la imagen corporal que tenga su hija, su autoestima, y hábitos alimenticios. Esto es debido a que las hijas imitan el comportamiento de la madre ya sea haciendo comparaciones de apariencia, posteando sobre dietas, y pérdidas de peso. Se encontró también que los comentarios que hace la madre sobre sí misma con respecto a su cuerpo y los comentarios y posts que realiza sobre peso puede enseñar a sus hijas a darle importancia a la figura delgada (Santarossa y Woodruff, 2020).

Presión proveniente de amigos o pares

Con respecto a las influencias y presiones por parte de los pares, la Teoría de la Comparación Social ha sido útil para explicar este proceso. Explica que, si una mujer tiene internalizado un ideal de belleza delgado, pero no logra cumplir con su propio ideal y tiene amigas que sí lo hacen, puede emplear comparaciones que van creciendo gradualmente y experimentar insatisfacción con su propio cuerpo (Van Vonderen y Kinnally 2012). De manera casi opuesta, se ha descubierto que la mujer joven cuyos pares consideran que la delgadez es una cualidad importante, es más probable que también empiece a valorar la delgadez y disminuya en su autoestima cuando no lo logra. Y, específicamente, se ha observado que las mujeres que tienen alta insatisfacción con su propio cuerpo han experimentado presión de los pares o compañeros con respecto a su peso, por medio de bromas frente a la frente a la gordura y elogios por la pérdida de peso (Van Vonderen y Kinnally 2012).

De acuerdo con la Teoría de la Cosificación, la persona se evalúa a sí misma en términos de su atractivo físico (Fredrickson y Roberts, 1997, como se citó en de Vries, Peter, Nikken y de Graaf, 2014). La teoría de cosificación explica que, durante la socialización, el sujeto internaliza una perspectiva externa de él mismo y aprende a valorarse en función de la apariencia (Fox y Vendemia, 2016). Originalmente este concepto se aplicaba a casos de cosificación sexual, cuando la persona era reducida a un objeto sexual; actualmente, se utiliza este término de manera más amplia para referir a las

presiones sobre la apariencia como una forma de cosificación. La cosificación puede darse tanto de manera directa como indirecta. Un ejemplo de cosificación directa es cuando los adolescentes critican y se burlan de la apariencia de los demás. Un ejemplo de cosificación indirecta es cuando las adolescentes idealizan los cuerpos delgados de las modelos en revistas (de Vries, Peter, Nikken y de Graaf, 2014).

Hoy en día, otro medio de socialización son las redes sociales, las cuales son atractivas especialmente para adolescentes y adultos jóvenes. Estos sitios están disponibles las 24 horas del día, los 7 días a la semana lo cual implica que los usuarios deban controlar su información personal y fotos que presentan al público de forma muy frecuente (McLean et al., 2015). Se ha observado que la presión proveniente de los pares aumentó con el uso de dichas plataformas. Por ejemplo, el uso activo de las redes como la frecuencia de la publicación de selfies puede estar asociada positivamente con la satisfacción corporal. Sin embargo, la forma en que uno interactúa con sus selfies antes de ser publicadas repercute negativamente en la satisfacción corporal (Cohen, Newton-John y Slater, 2018). Mientras que, el uso pasivo de las redes (i.e., la navegación de publicaciones y fotos externas,) está relacionada a una internalización de los estándares culturales sobre apariencia, peso, atractivo, y cuerpo. Cuando las mujeres pasan tiempo observando perfiles de otra persona en Facebook, están enfocadas hacia fuera y probablemente estén participando de un proceso de comparación internalizando de esta forma un ideal de belleza externo (Strubel, Petrie y Pookulangara, 2018).

La comparación social con pares y amigos en las redes sociales es más peligrosa que la autocomparación con celebridades, porque las comparaciones con pares son más relevantes ya que son con persona conocidas y probablemente dentro del mismo grupo de amigos. Además, la comparación con pares puede afectar la imagen del individuo de forma más significativa debido a que los pares son percibidos como más similares al sujeto y por lo tanto son más relevantes al momento de la comparación (Kleemans et al., 2016). La Teoría Cognitiva Social podría explicar dicho proceso, ya que la misma afirma que cuando las personas perciben que los demás son más similares a ellos mismos, es más probable que ocurra la identificación y las consecuencias conductuales y cognitivas asociadas a esta (Bandura, 2002, como se citó en Kleemans et al., 2016).

Presión por parte la pareja romántica

Con respecto a las parejas románticas, existe evidencia de que éstas pueden ser una fuente de presión sobre la apariencia (Goldsmith y Byers 2016). En la cultura occidental, se ha observado que, durante la adolescencia y la juventud adulta, las parejas románticas emergen como una importante fuente de información que influye sobre uno mismo, incluso sobre el propio cuerpo (Goldsmith y Byers 2016). Se ha estudiado que existen dos tipos de comunicación que pueden impactar en la imagen corporal y en la autoestima de la persona cuando es recibida por parte de su pareja: las expresiones verbales de aprobación y orgullo, y las expresiones verbales de crítica. Las primeras generan un impacto positivo en la imagen corporal mientras que las expresiones verbales críticas generan un impacto negativo. A su vez, la comunicación no verbal puede tener impactos distintivos. La comunicación no verbal de impacto positivo es percibida en las expresiones de afecto y deseo sexual. Mientras que, la comunicación no verbal de impacto negativo se percibe mediante el rechazo físico como por ejemplo alejarse de la otra persona y mediante la humillación (Goldsmith y Byers 2016).

Respecto a cuestiones del género de la pareja, en un estudio realizado en 2014, se ha hecho una comparación entre las presiones de la pareja romántica en mujeres heterosexuales y LGBT. Ambos grupos expresaron percibir una mayor presión para lograr un ideal de belleza delgado por parte de sus parejas masculinas. Más de la mitad de las mujeres LGBT reportaron sentir presión sobre su apariencia cuando estaban con una pareja de sexo masculino a diferencia de cuando estaban con una pareja de su mismo sexo. Dicho estudio concluye en que los hombres tienen una influencia significativa en las preocupaciones por su imagen corporal que experimentan las mujeres (Huxley, Halliwell y Clarke, 2014).

Según un estudio de Laus, Almeida, y Klos (2018), tanto los hombres como las mujeres tienen la misma tendencia a asociar el atractivo físico con el concepto de una pareja romántica. Las elecciones hechas por hombres y mujeres se derivan casi exclusivamente de atributos físicamente observables como el atractivo general, la altura, y edad. Con respecto a la población que se encuentra soltera y en pareja, se observa que la apariencia juega un papel más central en la vida de las mujeres cuando conviven con su pareja. A su vez, se demostró que los hombres y las mujeres solteros tienen menos inversión en su físico que

los hombres y mujeres que sí cohabitan o están casadas. Se entiende inversión en el físico a la atención en la apariencia y las conductas de control de apariencia como, por ejemplo, dedicar tiempo a ser físicamente más atractivas (Laus, Almeida, y Klos, 2018). Los hombres y las mujeres solteros demostraron tener menos satisfacción con su cuerpo en general, sin embargo, la apariencia es menos importante para ello/as. Finalmente, las relaciones íntimas exitosas pueden proporcionar a las mujeres un amortiguador psicológico que disminuye la presión sociocultural de estar delgadas.

Presión proveniente de los medios de comunicación

Los medios de comunicación como las revistas, medios televisivos, cine y publicidad son los primeros en reproducir patrones de belleza actuales atrayendo a la población al consumo (Salinas, 2011). Los medios de comunicación transmiten normas, ideas, actitudes, y comportamientos que ayudan a construir una realidad social. Los procesos de selección que utilizan los medios tienen importantes efectos en niños y adolescentes porque recurren a propagandas de forma insistente. Los medios de comunicación pueden ofrecer visiones distorsionadas del mundo, lo que hace que, las personas tengan dificultades para discriminar estados físicos que serían alcanzables versus estados físicos ideales (López-Guimera et al., 2010).

La Teoría de Cultivación sugiere que los efectos de los medios de comunicación tienen un efecto extendido en el tiempo debido a la exposición repetitiva y frecuente. Esto quiere decir que es más probable que las personas que miran televisión de manera más frecuente perciban el mundo externo de acuerdo con lo que vieron en la televisión (George Gerbner, 1998, como se citó en Van Vonderen y Kinnally, 2012). Otros autores han argumentado que la Teoría de Cultivación no siempre crea actitudes nuevas, sino que, sirve para reforzarlas. Entre más sean observadas las imágenes del “ideal de belleza delgado”, más buscado se torna este ideal para las mujeres, asociando a estas connotaciones positivas y asociando al cuerpo con sobrepeso connotaciones negativas (Van Vonderen y Kinnally, 2012).

Un estudio correlacional sugiere que a mayor exposición a normas socioculturales mediante el consumo de medios (revistas y televisión), mayor insatisfacción corporal (Buote et al., 2011). Esta insatisfacción corporal a menudo ocurre porque las mujeres experimentan una discrepancia entre su propio cuerpo y el cuerpo femenino ideal,

usualmente percibido como difícil de lograr (Voges et al., 2019). Los estudios acerca de la imagen corporal se han enfocado particularmente en mujeres porque han manifestado tener mayor insatisfacción con su propio cuerpo y por poseer mayores probabilidades de desarrollar Trastornos de la Conducta Alimentaria, en comparación con los hombres (ej., Keski-Rahkonen y Mustelin, 2016).

Presión por parte de las redes sociales

Continuando con la presión por parte de las redes sociales, una característica de esta es la rapidez masiva con que se actualiza el contenido, por lo que la oportunidad de comparación aumenta. La red social de Instagram, de manera única, tiene una pestaña de búsqueda y exploración que muestra fotografías y videos de perfiles públicos. Esto introduce a los usuarios a contenido nuevo sin necesidad de buscarlo específicamente, lo que amplía aún más el número de posibles objetivos de comparación social (Sherlock y Wagstaff, 2019). De igual manera, el uso de los *hashtags* de Instagram ha dado lugar a tendencias en las redes sociales obteniendo como consecuencia resultados negativos para mujeres adolescentes y adultas. Un ejemplo de esto es la tendencia “*fitspiration*” que significa la fusión de las palabras aptitud e inspiración. Tiene como objetivo motivar a las personas a llevar un estilo de vida saludable y hacer ejercicio. Sin embargo, este hashtag suele conformarse por imágenes de mujeres muy delgadas y tonificadas que conllevan a una mayor insatisfacción con el propio cuerpo y baja autoestima (Sherlock y Wagstaff, 2019). A partir de esto, la navegación en Instagram puede ser considerado como un predictor significativo de la restricción alimenticia y de trastornos alimentarios en adultos jóvenes (Stein, Krause y Ohler, 2021). Pese a todo, es importante no demonizar las redes sociales a primera vista, sino diferenciar las especificidades y gratificaciones que persiguen los usuarios. El estudio de Stein, Krause y Ohler (2021) indica que la frecuencia de uso no es lo importante, sino el para qué se usan las redes sociales. No obstante, cabe mencionar que las imágenes publicadas en Facebook son elegidas de manera cuidadosa y a menudo están modificadas o retocadas para plantear un aura de perfección que luego es internalizada por niñas y mujeres como ideal de belleza. A su vez, se ha demostrado que las mujeres que han internalizado los ideales de apariencia social y ven a las redes sociales como fuentes importantes de información, son más probable que buscar información y

consumir productos que creen les ayudará a alcanzar su ideal de belleza (Strubel, Petrie y Pookulangara, 2018).

Otra tendencia en redes sociales que surgió en los últimos años es la del *Body Positivity* (*positividad corporal*), también conocida como *Fat Acceptance* (*aceptación de la gordura*) o *Self Compassion* (*autocompasión*) (Stein, Krause y Ohler, 2021). El movimiento *body positivity* ha surgido como una reacción frente a la promoción de ideales de belleza irreales e inalcanzables por parte de los medios. *El body positivity* tiene como objetivos desafiar los ideales de apariencia dominante y fomentar la aceptación y el respeto por todos los cuerpos independientemente de su forma, tamaño y característica. La persona debe centrarse en apreciar la funcionalidad y salud del cuerpo propio en vez de poner el foco de atención únicamente en su apariencia (Cohen, Newton-John y Slater, 2020). En una investigación reciente (2020) se ha demostrado que el *body positivity* está asociado a un mayor nivel psicológico, social y comportamientos que promueven el bienestar emocional. A su vez, se piensa que este nuevo movimiento sirve como una protección de los ideales de belleza promovidos (Cohen, Newton-John y Slater). Aunque en la misma investigación, algunos autores cuestionan si la positividad corporal crea un nuevo tipo de presión sobre las mujeres para que amen y valoren sus cuerpos. De igual forma, se ha considera que el énfasis en los cuerpos puede continuar el reforzamiento por la preocupación sobre la apariencia en lugar de enfocarse en otros atributos (Cohen, Newton-John y Slater, 2020).

En conclusión, a partir del recorrido teórico presentado y dadas las fluctuaciones históricas en el tipo de ideal de belleza promovido por la cultura, es importante estudiar como estos ideales se correlacionan con la valoración que hacen las personas del atractivo de distintos tipos de cuerpos, femeninos y masculinos, de su propio género y de género opuesto. A su vez, la temática de género es de absoluta relevancia teniendo en cuenta que este tipo de problemáticas han sido casi exclusivamente estudiadas en mujeres; es decir, cómo las mujeres perciben y se relacionan con su propio cuerpo. Esto ha dejado de lado temas esenciales, entre otros como ambos géneros perciben el atractivo de los otros y cómo los hombres se perciben a sí mismos. Finalmente, y como se muestra en las áreas que quedan por investigar en el marco teórico, es importante formular una aproximación comprensiva a la problemática que aborde de manera conjunta cómo ideales y presiones modulan la valoración del atractivo corporal.

4. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS

4.1 Definición del problema y preguntas de investigación

Este trabajo de integración final se propone estudiar las valoraciones de distintos tipos de cuerpo del mismo género y de género opuesto. Para dicho procedimiento se utilizaron los estímulos provenientes de una investigación realizada en 2019 (Vogues et al.). Las imágenes constan de 5 tipos de cuerpos femeninos y 5 tipos de cuerpos masculinos. Los tipos de cuerpos se clasifican en delgado, promedio, sobrepeso, atlético y musculoso. El procedimiento fue seguido por el cuestionario SATAQ-4R (Schaefer et al., 2016) que evalúa los ideales de belleza internalizados (delgado, musculoso y atractivo general) y las presiones sociales por las que atraviesa la persona, ya sea mediante los medios de comunicación, amigos, redes sociales, pareja y padres.

Preguntas de Investigación:

- ¿Hay diferencias en cómo hombres y mujeres valoran el atractivo de distintos tipos de cuerpo?
- ¿Hay diferencias en cómo hombres y mujeres valoran el atractivo de cuerpos de su mismo género y de género opuesto?
- ¿En qué grado las valoraciones de atractivo son moduladas por la influencia de ideales internalizados de belleza?
- ¿En qué grado las valoraciones de atractivo son moduladas por la influencia de presiones socioculturales?

4.2 Objetivos

4.2.1 Objetivo General

Explorar las diferencias en cómo hombres y mujeres perciben el atractivo de distintos tipos de cuerpo, y como estas percepciones son moduladas por distintos tipos de ideales internalizados de belleza y distintos tipos de presiones socioculturales.

4.2.2 Objetivo Específico

1. Evaluar la preferencia por el cuerpo atlético del mismo género en mujeres y hombres
2. Evaluar la preferencia por un cuerpo musculoso del mismo género en hombres y mujeres
3. Evaluar las preferencias por el cuerpo del género opuesto en hombres y mujeres

4. Evaluar los ideales de belleza internalizados en hombres y mujeres
5. Evaluar la percepción de las presiones socioculturales en hombres y mujeres

4.3 Hipótesis

H1: Se espera que las mujeres presenten mayor preferencia por el cuerpo atlético del mismo género

H2: Se espera que los hombres presenten una mayor preferencia por el cuerpo musculoso del mismo género

H3: Las mujeres prefieren el cuerpo masculino musculoso a diferencia de los hombres que prefieren el cuerpo femenino delgado.

H4: Se esperan efectos distintivos en cuanto a la internalización de los ideales de belleza

H5: Se esperan efectos distintivos en cuanto a la percepción de las presiones socioculturales

5. MÉTODO

La presente investigación tiene un diseño metodológico empírico mixto (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018); se determinaron las valoraciones de distintos tipos de cuerpos del mismo género y género opuesto, los efectos de los ideales de belleza y distintas presiones socioculturales.

5.1 Participantes

La muestra total se constituyó de 317 sujetos, siendo 166 de género femenino (52,4%) y 151 de género masculino (47,6%). Se trató de un grupo heterogéneo de jóvenes de 18 a 25 años, con una media de edad de 21.13 ($DE = 1.90$) de distintas nacionalidades latinoamericanas, mayoritariamente de Argentina (64,2%) y Nicaragua (22,2). El 85,5% de los participantes conviven con su familia, mientras que el 6,2% viven solos. El 2,5% y 2,8% conviven con amigos y pareja, respectivamente.

Para dicha investigación no se hizo discriminación de nacionalidad o nivel de estudios. Los criterios de inclusión fueron: estar en el rango de los 18 a 25 años, comprender el idioma español e identificarse con el sexo biológico. Los criterios de exclusión fueron: aquellas personas identificadas como transgénero o no binario, que no cumplieran con el rango de edad especificado, respuestas repetidas o sujetos que no respondieron completamente la encuesta.

Los participantes no recibieron compensación monetaria ni de otro tipo por participar, y dieron su consentimiento informado por escrito antes del comienzo del estudio.

5.2 Definición de Variables

Género

La muestra consiste en sujetos que se identifiquen con su sexo biológico.

Imágenes del mismo género

Se valora la preferencia por los distintos tipos de cuerpo del mismo género.

Imágenes del género opuesto

Se valora la preferencia por los distintos tipos de cuerpo del género opuesto.

Ideal de Belleza

Se evalúa la internalización del ideal de belleza en mujeres y hombres utilizando el SATAQ-4R

Presiones Socioculturales (familiar, pares o amigos, pareja, medios de comunicación, y redes sociales)

Se evalúa las presiones socioculturales mediante el SATAQ-4R

5.3 Instrumentos de recolección de datos

Datos demográficos: Se preguntó por la edad, lugar de residencia, nacionalidad, nivel de escolaridad, sexo biológico, género con el que se identifican, con quien o quienes conviven, autoreporte de Trastornos de la Conducta Alimentaria, y autoreporte de horas de uso de redes sociales y frecuencia de ejercicio físico.

Tarea de valoración de atractivo general: Se utilizaron los estímulos provenientes de una investigación realizada en 2019 (Vogues, et al.). Las imágenes constan de cinco tipos de cuerpos femeninos y cinco tipos de cuerpos masculinos en orden aleatorio. Los tipos de cuerpos se clasifican en, delgado, promedio, sobrepeso, atlético, e hipermusculoso. Frente a estas, el sujeto tiene que indicar su preferencia por los tipos de cuerpos, ya sea del mismo sexo o del sexo opuesto, en un rango de 0 a 10, significando 0 = no me gusta para nada y 10 = me gusta mucho.

Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4-Revised SATAQ-4R: (Schaefer et al., 2016): El cuestionario SATAQ-4R permite una evaluación precisa sobre la comprensión de las influencias sociales en la imagen corporal y las alteraciones alimentarias. Se centra en el deseo de musculatura, en los aspectos cognitivos de internalización, en una internalización general de la apariencia y no específicamente en la delgadez o baja grasa

corporal. Se añade, también, la presión de apariencia percibida por un otro, ya sean amigos, familiares o pareja. En la versión más actualizada, han sido incluidos elementos de presión muscular dentro del SATAQ-4R Male (masculino) que permite la evaluación de las presiones relacionadas con la apariencia sociocultural percibida cómo más relevante para los hombres, y así permitiendo utilizar también esta escala en población masculina. (Schaefer et al., 2016).

Dicho cuestionario se divide en siete índices, estableciendo tres que evalúan ideales de cuerpo (internalización del ideal de delgadez o baja grasa corporal, internalización del ideal muscular, internalización ideal de un atractivo general), y cuatro que evalúan presiones socioculturales (presión familiar, presión de pares, presión de pareja, y presión de los medios). Para evaluar específicamente la presión de las redes sociales en el presente trabajo de integración final, fue agregado un último índice: presión de las redes sociales. Los ítems agregados están basados en aquellos que evalúan la presión de los medios, pero fue reemplazada la palabra “medios” por “redes sociales”. El SATAQ-4R para mujeres cuenta con 35 ítems, mientras que el SATAQ-4R para hombres cuenta con 34 ítems. Ambos con respuestas de puntuación de 1 a 5, significando 1= totalmente desacuerdo, 2= mayormente desacuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= mayormente de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo (Schaefer et al., 2016).

5.4 Procedimiento y análisis de datos

Se invitó a participar de este proyecto mediante las plataformas de redes sociales a un grupo heterogéneo de jóvenes en las edades de 18 a 25 años. Una vez establecido el interés en participar, se les envió el formulario conteniendo información y objetivos de la investigación, la sección de datos demográficos, la sección de preferencia de imagen y el SATAQ-4R.

Para mayor validez, se elaboraron cinco tipos de formularios que contenían la sección de imágenes en diferente orden. Los cinco formularios se distribuyeron en distintos períodos de tiempo y en distintas plataformas. Dos formularios se difundieron en la red social de Instagram con un intervalo de dos semanas y los tres formularios restantes se difundieron en la red social de WhatsApp con un intervalo de una semana.

La identidad de los participantes es totalmente confidencial. Para asegurarse de esto no se agregó la sección de “nombre y apellido” en los distintos formularios, sino que se

preguntó directamente por edad, nacionalidad, residencia, entre otros, pero sin hacer mención de sus datos más personales.

Para evaluar las valoraciones a las imágenes presentadas, se realizó un análisis descriptivo de las medias y el desvío estándar para cada cuerpo del mismo género y distinto género. Luego, se evaluaron dichas imágenes mediante un ANOVA mixto con condición (cuerpo de mismo género vs. cuerpo de género opuesto) como factor intrasujeto y tipo de cuerpo (delgado, promedio, sobrepeso, atlético y musculoso) y género como factores de comparación de grupo. Se encontraron a su vez tres interacciones significativas de segundo nivel entre tipo de cuerpo y género, se realizó un ANOVA mixto para la condición en la cual los sujetos evaluaron cuerpos de género congruente con el propio y se encontró efectos principales para género y tipo de cuerpo y una interacción significativa entre ambos factores y se prosiguió a realizar pruebas *t* de Student comparando ambos géneros. Del mismo modo, se realizó un ANOVA mixto para la condición en la cual los sujetos evaluaron cuerpos de género opuesto al propio en el cual se encontró un efecto principal de tipo de cuerpo y una interacción significativa entre ambos factores y se prosiguió a realizar pruebas *t* de Student comparando ambos géneros.

Para el efecto de los ideales internalizados del SATAQ-4R se realizó un ANOVA mixto con tipo de ideal como factor intrasujeto y género como factor de comparación de grupos seguido por una *t* de Student. Del mismo modo, el efecto de las presiones socioculturales (SATAQ) para cada tipo de género fue evaluado mediante un ANOVA mixto con tipo de presión como factor intrasujeto y género como factor de comparación de grupos seguido también por una *t* de Student.

La reducción de datos se llevó adelante en Excel (Microsoft 2016) y el análisis estadístico en SPSS 26 (IBM).

6. RESULTADOS

Los resultados de los análisis descriptivos demuestran que, y en discordancia con las hipótesis uno, las mujeres tienen una preferencia por un cuerpo promedio para sí mismas ($M=7.77$, $DE= 1.90$), y en concordancia con la hipótesis dos y tres, los hombres muestran una preferencia por un cuerpo atlético para sí mismos ($M=6.78$, $DE= 2.30$). Con respecto a la evaluación de preferencias por el cuerpo del género opuesto, las mujeres presentan una preferencia por el cuerpo atlético masculino ($M=7.96$, $DE = 1.75$), mientras que los hombres presentan una preferencia por el cuerpo promedio femenino ($M=7.50$, $DE= 1.61$).

Por último, el cuerpo menos preferido para si mismo por los hombres es el cuerpo con sobrepeso ($M=2.57$, $DE= 2.03$) (ver Figura 1).

Análisis de las Valoraciones de Cuerpos del Mismo Género y de Género Opuesto

Las valoraciones obtenidas fueron analizadas mediante un ANOVA mixto con condición (cuerpo de mismo género vs. cuerpo de género opuesto) como factor intrasujeto y tipo de cuerpo (delgado, promedio, sobrepeso, atlético y musculoso) y género como factores de comparación de grupo. Los resultados obtenidos fueron significativos para los tres factores principales, condición [$F(1, 313)=15.994$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.049$], tipo de cuerpo [$F(4, 1252)=150.986$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.325$], y género [$F(1, 313)=13.167$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.040$], con tres interacciones significativas de segundo nivel entre tipo de cuerpo y género, [$F(4, 1252)=8.823$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.027$], condición y género [$F(1, 1252)=11.806$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.036$] y tipo de cuerpo y condición [$F(4, 1252)=10.240$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.032$]. A su vez, se encontró una interacción significativa entre los tres factores principales [$F(4,1252)=108.177$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.257$]; para dilucidar los orígenes de esta interacción se analizaron por separado las dos condiciones experimentales en ambos casos con género y tipo de cuerpo como factores principales.

ANOVA mixto para la condición en la cual los sujetos evaluaron cuerpos de género congruente con el propio se encontró efectos principales para género [$F(1, 313)=20.864$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.062$] y tipo de cuerpo [$F(4, 1252)=84.449$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.212$], y una interacción significativa entre ambos factores [$F(4, 1252)=60.625$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.162$]. Las pruebas t de Student comparando ambos géneros para cada tipo de cuerpo encontraron que las mujeres valoran más que los hombres un cuerpo promedio (mujeres: $M=7.77$, $DE= 1.90$; hombres: $M=5.16$, $DE= 2.38$) [$t(313)=10.76$, $p<.0001$], un cuerpo delgado (mujeres: $M=6.18$, $DE= 2.71$, hombres: $M=5.24$, $DE=2.56$) [$t(313)=3.12$, $p=.002$], y un cuerpo con sobrepeso (mujeres: $M= 5.24$, $DE= 2.61$; hombres: $M=2.57$ $DE= 2.03$) [$t(313)=10.04$, $p<.0001$]. En cambio, los hombres valoran más que las mujeres un cuerpo atlético (mujeres: $M=5.76$, $DE=2.76$, hombres: $M=6.78$, $DE= 2.30$) [$t(313)= -3.54$, $p<.0001$]. No se encontraron diferencias significativas entre ambos géneros para el cuerpo musculoso (mujeres: $M=5.43$, $DE= 3.08$; hombres: $M=5.96$, $DE= 2.51$) [$t(313)= -1.64$, $p=.102$].

ANOVA mixto para la condición en la cual los sujetos evaluaron cuerpos de género opuesto al propio se encontró un efecto principal de tipo de cuerpo [$F(4, 1252)=110.246$,

$p < .0001$, $\eta_p^2 = .260$] y una interacción significativa entre ambos factores [$F(4, 1252) = 32.585$, $p < .0001$, $\eta_p^2 = .094$]. Análisis de seguimiento mostraron que las mujeres valoran más que los hombres un cuerpo masculino atlético (mujeres: $M = 7.96$, $DE = 1.75$, hombres: $M = 6.00$, $DE = 2.60$) [$t(313) = 7.89$, $p < .0001$] y con un cuerpo masculino delgado (mujeres: $M = 6.68$, $DE = 2.28$, hombres: $M = 5.62$, $DE = 2.50$) [$t(313) = 3.94$, $p < .0001$]. Por otro lado, los hombres valoran más que las mujeres un cuerpo femenino promedio (mujeres: $M = 6.72$, $DE = 1.99$, hombres: $M = 7.50$, $DE = 1.61$) [$t(313) = -3.78$, $p < .0001$], y un cuerpo femenino con sobrepeso (mujeres: $M = 3.93$, $DE = 2.59$, hombres: $M = 4.89$, $DE = 2.30$) [$t(313) = -3.43$, $p = .001$]. Nuevamente las valoraciones para el cuerpo musculoso no difirieron significativamente entre géneros (mujeres: $M = 5.35$, $DE = 2.73$, hombres: $M = 5.30$, $DE = 2.67$) [$t(313) = .186$, $p = .852$].

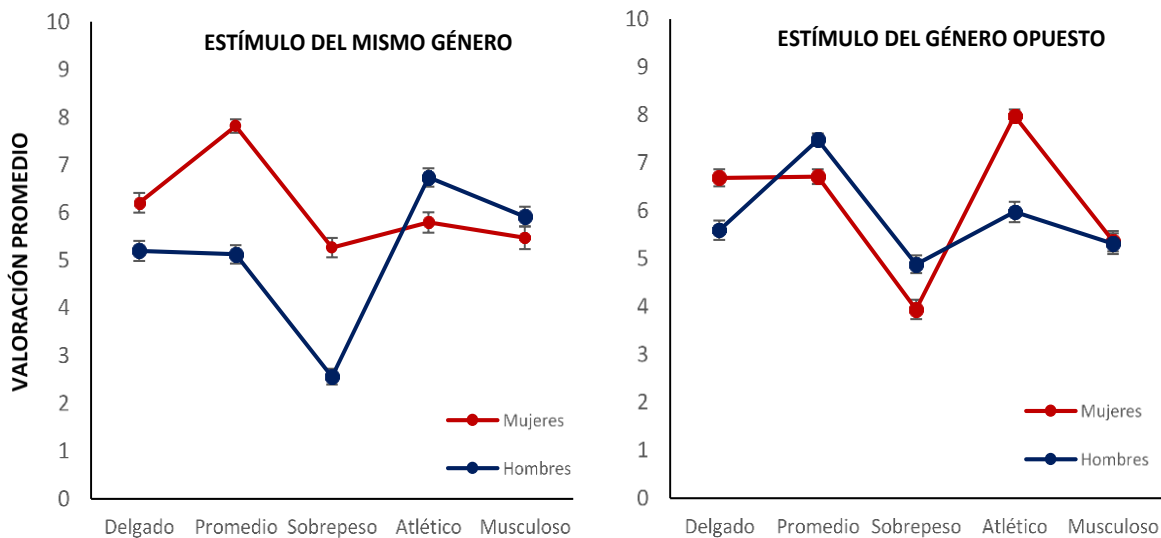


Figura 1: Comparación de resultados obtenidos en la tarea de valoración de imágenes de cuerpos del mismo género y de género opuesto en hombres y mujeres.

Efecto de los Ideales Internalizados de Belleza

El efecto de los ideales internalizados del SATAQ-4R fue evaluado mediante un ANOVA mixto con tipo de ideal como factor intrasujeto y género como factor de comparación de grupos. Se encontró una interacción significativa entre género e ideales internalizados [$F(2, 626) = 68.15$, $p < .0001$, $\eta_p^2 = 0.179$]. Para rastrear el origen de esta interacción, se realizaron pruebas t de Student comparando el efecto distintivo de cada ideal internalizado de belleza entre ambos géneros. Los resultados mostraron que los hombres internalizan más un ideal de cuerpo musculoso que las mujeres (mujeres: $M = 2.43$, $DE =$

0.62, hombres: $M= 3.13$, $DE= 0.93$) [$t(313) = -7.82$, $p<.0001$], y las mujeres internalizan más que los hombres un ideal de cuerpo delgado (mujeres: $M= 3.07$, $DE= 1.07$, hombres: $M= 2.72$, $DE= 1.08$) [$t(313)= 2.85$, $p= .005$] y un ideal de atractivo general (mujeres: $M=3.44$, $DE= 0.33$, hombres: $M=2.48$, $DE= 1.09$) [$t(313)=10.74$, $p<.0001$]. Estos resultados son consistentes con lo esperado en la hipótesis número cuatro (Ver Figura 2).

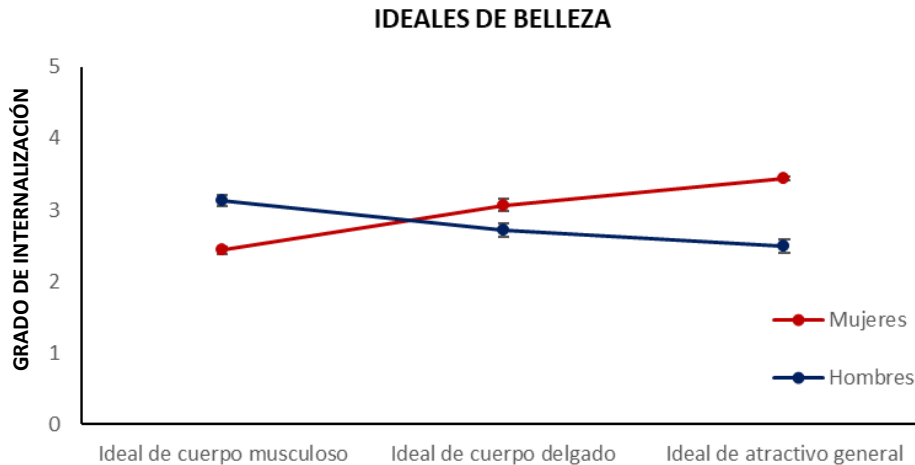


Figura 2: Grado de internalización de los ideales de belleza en hombres y mujeres.

Efecto de las presiones socioculturales

El efecto de las presiones socioculturales (SATAQ-4R) para cada tipo de género fue evaluado mediante un ANOVA mixto con tipo de presión como factor intrasujeto y género como factor de comparación de grupos. Los resultados mostraron una interacción significativa entre género y tipo de presión, [$F(4, 1,252)=21.60$, $p<.0001$, $\eta_p^2=.065$]. Para rastrear las interacciones obtenidas, se realizó una prueba t de Student para muestras independientes. Como se esperaba en la hipótesis cinco, las mujeres, a diferencia de los hombres, percibieron mayor presión por parte de los medios de comunicación (mujeres: $M= 3.64$, $DE= 1.22$, hombres: $M= 2.67$, $DE= 1.21$) [$t(313)= 7.04$, $p<.0001$] y por parte de las redes sociales (mujeres: $M=3.75$, $DE= 1.18$, hombres: $M= 2.92$, $DE= 1.22$) [$t(313)=6.13$, $p<.0001$]. Los resultados no fueron significativos para la presión por parte de amigos o pares (mujeres: $M=1.85$, $DE= 1.09$, hombres: $M= 2.17$, $DE= 1.01$) [$t(313)=-2.61$, $p=.009$.], para la presión proveniente de la pareja (mujeres: $M= 2.60$, $DE= 2.13$, hombres: $M=2.85$, $DE= 2.02$) [$t(313)=-1.08$, $p=.28$], ni para la presión familiar (mujeres: $M= 2.44$, $DE= 1.26$, hombres: $M=2.17$, $DE= 0.88$) [$t(313)= 2.19$, $p= .29$] (Ver Figura 3).

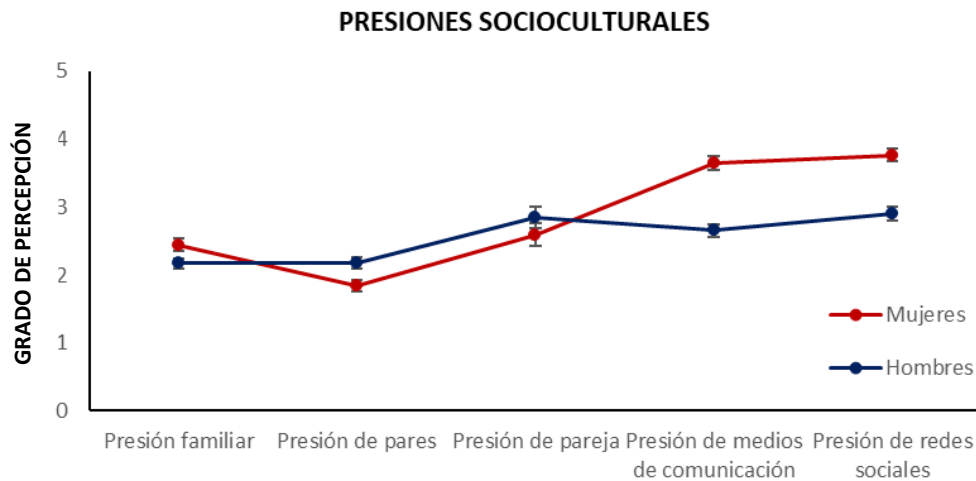


Figura 3: Grado de percepción de las distintas presiones socioculturales en hombres y mujeres

7. DISCUSIÓN

7.1 Discusión

En el presente trabajo de integración final se estudió cómo mujeres y hombres valoran distintos tipos de cuerpo, tanto cuerpos del mismo género o de género opuesto, y los efectos que vivencian ambos géneros tanto en la internalización de ideales de belleza como en la influencia de las presiones socioculturales. Los resultados mostraron que cuando los participantes evalúan cuerpos de su mismo género, las mujeres valoran más cuerpos promedio, mientras que los hombres valoran más cuerpos atléticos. Cuando los participantes evalúan cuerpos de género opuesto al propio, las mujeres valoran cuerpos masculinos atléticos y delgados, y los hombres valoran cuerpos femeninos promedio y con sobrepeso. En cuanto al impacto que ambos géneros experimentan de los ideales internalizados de belleza, se encontró que las mujeres vivencian con mayor intensidad la influencia de ideales de cuerpo delgado y de atractivo general, mientras que los hombres vivencian con mayor intensidad la influencia de un ideal internalizado de cuerpo musculoso. Finalmente, con relación a cómo cada género percibe las presiones socioculturales externas, las mujeres experimentan más que los hombres las presiones ejercidas por los medios de comunicación y las redes sociales.

Contrario a lo esperable, las mujeres no mostraron valoraciones significativas hacia los cuerpos atléticos y musculosos, por lo que se podría afirmar que la tonicidad de los músculos no es una preferencia en esta muestra. Dichos resultados podrían deberse al auge

de movimientos de aceptación de diversidad de cuerpos en el que se encuentran las sociedades hoy en día. Estos movimientos rechazan los estándares culturales de belleza y critican las prácticas de cosificación e hiper concentración en los cuerpos de las mujeres. Por consecuencia, se ha observado que las creencias de este tipo pueden fortalecer la capacidad de las mujeres para rechazar dichos estándares culturales, experiencias de objetivación sexual, y centrarse en su propia satisfacción corporal en contraposición en como los demás esperan que ellas luzcan físicamente.

Con respecto a la población masculina, en este estudio los cuerpos más valorados por los hombres son los cuerpos atléticos. Como se ha mencionado previamente, los hombres se enfrentan a un ideal de cuerpo atlético; el cual se puede observar en distintas fotografías de revistas, redes sociales, películas, y juguetes de acción (Voges et al., 2019). Sin embargo, la valoración no se da en el volumen excesivo de los músculos, sino en la tonificación y un aumento de masa muscular en el torso. El objetivo son los abdominales marcados y mostrar una figura atlética (Jaques, Hanson y Boothroyd, 2021). Dado que el enfoque histórico acerca la imagen corporal y los trastornos de la conducta alimentaria se ha enfocado en mujeres, era esperable asumir que aquellos hombres que experimentaban problemas con su propia imagen estarían relacionados al rechazo de un cuerpo con sobrepeso u obeso. Sin embargo, en los últimos 20 años se ha reconocido que los problemas con respecto a la imagen corporal de los hombres están presentes de manera diferente que en las mujeres; las preocupaciones sobre la imagen corporal en la población masculina involucran a menudo la musculatura (Tatangelo, McCabe y Ricciardelli, 2015). Una investigación reciente (Dawson y Hammer, 2020) sugiere que dicha preocupación está relacionada a que la noción de masculinidad; es decir que, la sociedad retrata a los hombres masculinos como musculosos siendo los músculos el símbolo de la masculinidad. La delgadez también se ha convertido en un componente importante del cuerpo ideal para los hombres, por lo tanto, el ideal de belleza delgado y el rechazo por la grasa corporal también forma parte de la noción de masculinidad (Dawson y Hammer, 2020).

En paralelo a su apreciación por el atractivo del cuerpo atlético masculino en hombres y promedio en mujeres, los participantes en nuestra muestra presentan un mayor rechazo hacia el cuerpo con sobrepeso. Según los datos de la Organización Mundial de la Salud, en Latinoamérica más de 1600 millones de personas adultas tienen sobrepeso, y de ellas, al

menos 400 millones tienen obesidad (Sprovera y González, 2020). Según un estudio realizado en (Ayala et al., 2021), se ha observado que en los padres hispanoamericanos perciben que una mayor contextura indica que el niño está bien alimentado. A su vez, permiten el uso de medios digitales como la televisión, celulares, videojuegos y alimentos poco saludables como recompensa o control emocional contribuyendo a la obesidad infantil (Tamayo, Dobbs y Pincu, 2021). Sin embargo, fuera de este entorno, se ha evidenciado que las personas de todas las edades con sobrepeso u obesidad son discriminadas en diversos contextos de la vida cotidiana como en el ámbito escolar, universitario y en el trabajo e inclusive se ha documentado segregación espacial en el transporte público (Sprovera y González, 2020).

Al evaluar los cuerpos del género opuesto, las mujeres valoran más los cuerpos masculinos atléticos y delgados; en congruencia con el ideal internalizado para los mismos. En congruencia con la literatura previa, las mujeres se enfocan en la parte superior del cuerpo del hombre, específicamente en el torso y bíceps. Esto podría deberse a que los cuerpos masculinos físicamente fuertes están asociados a la obtención y producción de recursos y que pueden defenderse a sí mismo como a la pareja frente a una amenaza. Concluyendo en que, las mujeres perciben a los cuerpos con músculos definidos como sinónimo de fortaleza (Sell, Lukazsweski y Townsley, 2017).

Resulta significativo que, por el contrario, en este estudio los hombres valoren más los cuerpos femeninos promedios y con sobrepeso. La literatura previa indica que un cuerpo delgado es indicador de atracción, sin embargo, esto no se vio reflejado en esta investigación. Podría pensarse que los hombres realizaron su elección recurriendo al procesamiento focal o análisis de cada detalle de las partes del cuerpo y enfatizaron en características físicas como caderas anchas, glúteos y bustos, siendo estas relacionadas a características de fertilidad (Cazzato, Walters, y Urgesi, 2020; Musolino, O'Connor, y Cioe, 2021). Del mismo modo, cabe preguntarse si los movimientos de aceptación de la diversidad de cuerpos femeninos han tenido influencia de manera directa o indirecta en dicha valoración. Actualmente, son más los hombres que se involucran en las luchas de aceptación y adoptan conductas de apoyo de la mujer como puede ser capacidad de escucha y atención a las problemáticas socioculturales que atraviesan (Andolini, 2021).

En cuanto al impacto de los ideales internalizados de belleza, que ambos géneros experimentan, se encontró que las mujeres vivencian con mayor intensidad la influencia de ideales de cuerpo delgado y de atractivo general. Si bien hay algunos autores entienden el concepto de belleza como subjetivo y otros como superficial, se ha evidenciado que las mujeres tienden a esforzarse por mostrarse atractivas debido a que experimentan prejuicios sociales dañinos cuando no se presentan de esta forma. A diferencia de los hombres, las mujeres pueden sufrir mayor ansiedad social, prejuicios y desigualdad en función de la apariencia (Kim y Lee, 2018). A su vez, el atractivo general está relacionado con el ideal de cuerpo delgado (Manchiraju y Damhorst, 2020). La internalización de ambos conlleva a las mujeres a moldearse en términos de moda o tendencia y cuando no es logrado aparece la insatisfacción con el propio cuerpo (Manchiraju y Damhorst, 2020).

Los hombres, por otro lado, vivencian con mayor intensidad la influencia de un ideal internalizado de cuerpo musculoso en consonancia con la literatura previa. Se ha evidenciado que los factores socioculturales referenciado en el modelo tripartita, como los medios de comunicación, desempeñan un papel importante en la promoción del ideal musculoso en los hombres. Dicho modelo, a su vez, establece que el desarrollo de la insatisfacción corporal se da mediante los mecanismos de internalización de los ideales de apariencia y comparaciones sociales (Thompson et al., 1999, como se citó en Tatangelo, McCabe y Ricciaderlli, 2015). De igual forma, según la teoría tradicional de comparación, los individuos obtienen información sobre sí mismos a través de comparaciones personales con aquellos que son percibidos como mejores que ellos (Festinger, 1954, como se citó en Piatkowski et al., 2020). En este caso, los individuos se comparan a sí mismos con imágenes idealizadas y luego utilizan esta comparación para autoinformarse generando un impacto en la autoevaluación de uno mismo. El cuerpo ideal promocionado en los medios, usualmente, es percibido como difícil o imposible de lograr ya que enfatiza en el volumen de los músculos por lo tanto genera una discrepancia entre el cuerpo ideal y cuerpo real. Esta comparación resulta en mayores percepciones negativas de uno mismo (Piatkowski et al., 2020).

Finalmente, con relación a cómo cada género perciben las presiones socioculturales externas, se encontró que las mujeres perciben más que los hombres las presiones ejercidas por los medios de comunicación y las redes sociales. Como era de esperarse, los medios de

comunicación como las revistas, medios televisivos y publicidad son los primeros en reproducir los patrones de belleza en vigencia atrayendo a la población a su consumo (Salinas, 2011), siendo este el ideal de delgadez, específicamente en mujeres. Del mismo modo, mediante la teoría de cultivación, se explica que los medios refuerzan las imágenes del ideal de belleza delgado y agregan connotaciones negativas al cuerpo con sobrepeso (Van Vonderen y Kinnally, 2012), por lo que, las mujeres tienen más probabilidades de ser juzgadas por su peso que los hombres y tienden a percibir mayores estigmas frente al aumento de peso debido a que la sociedad ha internalizado un ideal de belleza delgado (Selensky y Carels, 2021). Las mayores internalizaciones del ideal de belleza delgado se dan mediante la lectura de revistas de moda y las campañas relacionadas a esta (Huanf, Peng y Ahn, 2021). Por ejemplo, se ha demostrado que las campañas de la marca de ropa Victoria Secret, conllevan a que las mujeres experimenten menor satisfacción con su propio cuerpo, menor autoestima relacionada a la apariencia, y una mayor preocupación por las opiniones de los demás sobre sí.

Es importante resaltar que los movimientos sociohistóricos muestran cierto impulso para revertir estas tendencias de sobre-énfasis en ideales de cuerpo y sobrevalorización de las presiones externas, tanto para hombres como para mujeres. Desde comienzos de los años 90', impulsado por la activista Mary Evans Young, se propuso establecer el 6 de mayo como el "Día Internacional Sin Dietas". Dicho evento tiene como objetivo cuestionar los estándares de belleza, crear conciencia sobre la discriminación con relación al peso, y denunciar los productos de adelgazamiento sin supervisión médica. Siguiendo con esta línea, cada vez son más las compañías y empresas que visibilizan la diversidad de los cuerpos. Como por ejemplo sucedió en Estados Unidos; la marca JC Penney's con su campaña *When it Fits, you Feel it*, que presenta cuerpos diversos, con prótesis, en silla de ruedas, con enanismo, y con sobrepeso. En el año 2015, Clémentine Desseaux se convirtió en la primera modelo de talla grande en protagonizar una campaña para Christian Louboutin promocionando también la diversidad de cuerpos. Por lo que, culturalmente se puede hablar de una mayor representación y aceptación de distintos tipos de cuerpos, especialmente el cuerpo con sobrepeso.

Con respecto a la presión proveniente de las redes sociales, se explica que, al ser plataformas basadas en la imagen, los jóvenes experimentan presiones continuas de

controlar su información personal y las fotos que publican (McLean et al., 2015). En las investigaciones en población femenina, se ha evidenciado que el uso pasivo de las redes sociales (observar fotos) está relacionada a mayores niveles de internalización en cuanto a la apariencia, peso, cuerpo y atractivo ideal (Strubel, Petrie y Pookulangara, 2018). Ahora bien, desde una perspectiva más activa, la teoría de cosificación descrita por Fredrickson y Roberts en 1997, puede proporcionar un marco para comprender cómo las mujeres que publican fotos de sus cuerpos son observados, comentados y evaluados principalmente en cuanto a la apariencia corporal. Dicha teoría postula que, las continuas experiencias de cosificación conllevan a una auto cosificación logrando que la mujer internalice la mirada de un observador externo sobre su físico; existe, entonces, una mayor auto conciencia y presión sobre el propio cuerpo haciendo que la mujer puede desarrolle su identidad en base a su apariencia física. Las redes sociales exacerbaban la auto conciencia y presión por lo que existe la posibilidad de interactuar con los perfiles de manera offline ya sea viendo el contenido, dando *like*, comentando y compartiendo el perfil con otras personas (Boursier, Gioia, y Griffiths, 2020). Sin embargo, el rol de las redes sociales está mostrando signos de cambios. Los movimientos que promueven la diversidad de los cuerpos en mujeres también han encontrado su lugar en plataformas como Facebook e Instagram. Uno de esos movimientos digitales es *Body Positivity* o Positividad Corporal (Selensky y Carels, 2021), el cual desafía los estándares poco realistas de belleza actual que promueven los medios de comunicación y las mismas redes sociales, y promueve la aceptación de los diversos tamaños y apariencias corporales. A su vez, propone incluir estrategias para resistir la persecución de un ideal de belleza delgado, como el no editar o retocar las fotos, y apreciar el propio cuerpo y el ajeno (Lazuka et al., 2020).

Es pertinente no dejar de mencionar que las preocupaciones por la apariencia pueden estar exacerbadas debido al contexto de la pandemia por COVID-19. Debido a que todas las interacciones con los pares ocurren mediante las redes sociales, y que el contacto con los pares físicamente está reducido, los individuos pasan más tiempo pensando en tácticas sobre cómo autopresentar el “yo de las redes sociales”. A su vez, al usar estas plataformas, los pares pueden tender a editar las imágenes y parecer reales porque las interacciones frente a frente no pueden contradecir estas representaciones (Hamilton, Nesi, y Choukas-Bradley, 2020).

7.2 Conclusiones

En el presente trabajo de integración final, se llevaron a cabo análisis de valoración de imágenes y la administración de un cuestionario sobre los ideales internalizados de belleza y las presiones socioculturales, con el objetivo de explorar las diferencias en cómo hombres y mujeres perciben el atractivo de distintos tipos de cuerpo, y cómo estas percepciones son moduladas por distintos tipos de ideales internalizados de belleza y distintos tipos de presiones socioculturales. Los resultados muestran que las mujeres valoran más los cuerpos promedio de su mismo género y los hombres, en consonancia con lo esperado, valoran más los cuerpos atléticos. Cuando se evalúa los cuerpos del género opuesto, los hombres valoran más lo cuerpos femeninos promedio y con sobrepeso, siendo también contrario a lo esperado; mientras que las mujeres valoran más los cuerpos atléticos y delgados. Las mujeres internalizan los ideales de cuerpo delgado y atractivo general, mientras que los hombres internalizan más el ideal de cuerpo musculoso. Por último, las presiones socioculturales más significativas fueron los medios de comunicación y las redes sociales, siendo estas percibidas como influyentes en la población femenina.

7.3 Recomendaciones

Con respecto a la valoración del cuerpo del mismo género y género opuesto, se podría utilizar sujetos reales, en vez de imágenes de cuerpos, para una mayor precisión en las valoraciones de atractivo corporal. A su vez, sería interesante utilizar imágenes manipulables; es decir, presentarle al sujeto una imagen de un cuerpo en formato de dibujo o real y que el sujeto pueda manipular la imagen ya sea agrandando o achicando distintas áreas del cuerpo para evaluar específicamente donde se pone la atención al momento de realizar una valoración y cuáles son las áreas que más se manipulan.

Como fue nombrado a lo largo de este trabajo, se evaluaron las presiones socioculturales. A partir del análisis de los resultados, puede ser recomendable evaluar también las motivaciones intrínsecas de los individuos para lograr un determinado ideal corporal y las conductas que despliegan para alcanzarlo. Estas motivaciones intrínsecas también se podrían evaluar a través de las emociones; cabe la posibilidad de que existan dificultades en el manejo de experiencias emocionales (comprensión de las emociones y regulación emocional), asociadas a la realización de ejercicio y preocupación sobre la musculatura.

Finalmente, a pesar de encontrar resultados y conclusiones interesantes, es necesario no dejar de mencionar la escasa bibliografía de referencia sobre la percepción de las presiones familiares y provenientes de la pareja en población masculina, el uso de imágenes de cuerpo estándar y no cuerpos reales y, la poca representación de los otros países latinoamericanos como limitaciones encontradas a lo largo de este trabajo de integración final.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aagerup, U., y Scharf, E.R. (2018). Obese models' effect on fashion Brand attractiveness. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(4), 557-570.
<https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2017-0065>
- Abraczinskas, M., Fisak, B., y Barnes, R.D. (2011). The relation between parental influence, body image, and eating behaviors in a nonclinical female sample. *Body Image*, 9(1), 93-100. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.10.005>
- Andolini, A. (2021). Cómo ser un buen aliado feminista. *Grazia Magazine*.
<https://graziomagazine.com/es/articles/buen-aliado-feminista/>
- Ayala, G. X., Monge-Rojas, R., King, A. C., Hunter, R. y Berge, J.M. (2021). The social environment and childhood obesity: Implications for research and practice in the United States and countries in Latin America. *Obesity Reviews*, 22(S3): e13246.
<https://doi.org/10.1111/obr.13246>
- Boursier, V., Gioia, F., y Griffiths, M.D. (2020). Objectified Body Consciousness, Body Image Control in Photos, and Problematic Social Networking: The roles of Appearance Control Beliefs. *Frontiers in Psychology*, 11, 147.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00147>
- Bozsik, F., Whisenhunt, B., Hudson, D.L., Bennett, B., y Lundgren, J.D. (2018). Thin Is In? Think Again: The Rising Importance of Muscularity in the Thin Ideal Female Body. *Sex Roles*, 79(9), 609-615. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0886-0>
- Buote, V. M., Wilson, A. E., Strahan, E. J., Gazzola, S. B., y Papps, F. (2011). Setting the bar: Divergent sociocultural norms for women's and men's ideal appearance in real-world contexts. *Body Image*, 8(4), 322-334.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.06.002>
- Campos, P.F., Almeida, M., Mockdece Neves, C., Rodgers, R.F., Caputo Ferreira, M.E., y Berbert de Carvalho, P.H. (2020). Assessing the Rising Emphasis on Muscularity

- for Women: Psychometric Properties of the Brazilian Version of the Female Muscularity Scale. *Sex Roles*, 85, 313-325. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01222-1>
- Cazzato, V., Walters, E.R., y Urgesi, C. (2020). Associations of observer's gender, Body Mass Index and internalization of societal beauty to visual body processing. *Psychological Research*, 85, 3026-3039. <https://doi.org/10.1007/s00426-020-01471-5>
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 79, 68–74. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.027>
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slatter, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, 26(13), 2365-2373. <https://doi.org/10.1177%2F1359105320912450>
- Dawson, N., y Hammer, J. H. (2020). No pain, no gains: conformity to masculine norms, body dissatisfaction, and exercise dependence. *Psychology of Men y Masculinities*, 21(3), 430-440. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/men0000243>
- Deighton-Smith, N., y Bell, B. T. (2018). Objectifying fitness: A content and thematic analysis of #fitspiration images on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 467–483. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000143>
- de Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P. y de Graaf, H. (2014). The effect of social network site use on appearance investment and desire for cosmetic surgery among adolescent boys and girls. *Sex Roles*, 71, 283-295. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0412-6>
- Edwards, C., Tod, D., Molnar, G., y Markland, D. (2016). Perceived social pressures and the internalization of the mesomorphic ideal: The role of drive for muscularity and autonomy in physically active men. *Body Image*, 16, 63–69. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.11.003>
- Fatt, S. J., Fardouly, J., y Rapee, R.M. (2019). #malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalization, appearance comparisons, body satisfaction and exercise motivation in men. *New Media & Society*, 21(6), 1311-1325. <https://doi.org/10.1177%2F1461444818821064>

- Fox, J., y Vendemia, M. A. (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(10), 593–600. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0248>
- Fredrickson, B.L., y Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Towards understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Galioto, R., y Crowther, J.H. (2013). The effects of exposure to slender and muscular images on male body dissatisfaction. *Body Image*, 10(4), 566-573. [Doi: 10.1016/j.bodyim.2013.07.009](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.009)
- Goldsmith, K.M., y Byers, E.S. (2016). Perceived impact of body feedback from romantic partners on young adult's body image and sexual well-being. *Body Image*, 17, 161-170. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.03.008>
- Hamilton, J.L., Nesi, J., y Choukas-Bradley, S. (2020). *Teens and social media during the COVID-19 pandemic: Staying socially connected while physically distant*. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/5stx4>
- Helfert, S., y Warschburger, P. (2011). A prospective study on the impact of peer and parental pressure on body dissatisfaction in adolescent girls and boys. *Body Image*, 8(2), 101–109. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.01.004>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C.P.M. 2018. *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Hoffmann, S., y Warschburger, P. (2019). Prospective relations among internalization of beauty ideals, body image concerns, and body change behaviors: Considering thinness and muscularity. *Body Image*, 28, 159-167. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.011>
- Huanf, Q., Peng, W., y Ahn, S. (2021). When media become the mirror: a meta-analysis on media and body image. *Media Psychology*, 24(4), 437-489. <https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1737545>
- Huxley, C. J., Halliwell, E., y Clarke, V. (2014). An Examination of the Tripartite Influence Model of Body Image: Does Women's Sexual Identity Make a Difference? *Psychology of Women Quarterly*, 39(3), 337-348. <https://doi.org/10.1177%2F0361684314554917>

- Jaques, K., Hanson, L., y Boothroyd. (2021). *Influence of exposure to high muscularity bodies on muscularity preferences and body satisfaction in young men*. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/bd6ur>
- Keski-Rahkonen, A., y Mustelin, L. (2016). Epidemiology of eating disorders in Europe: prevalence, incidence, comorbidity, course, consequences, and risk factors. *Current opinion in psychiatry*, 29(6), 340–345. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1097/YCO.0000000000000278>
- Kim, S., y Lee, Y. (2018). Why do women want to be beautiful? A qualitative study proposing a new “human beauty values” concept. *PLoS ONE*, 13(8), e0201347. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201347>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I. y Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93-110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Laus, M.F., Almeida, S. S., y Klos, L.A. (2018) Body image and the role of romantic relationships, *Cogent Psychology*, 5(1), 1496986. <https://doi.org/10.1080/23311908.2018.1496986>
- Lazuka, R.F., Wick, M.R., Keel, P.K., y Harriger, J. A. (2020). Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram’s Body Positivity Movement. *Body Image*, 34, 85-93. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.001>
- Lennon, S.J., y Johnson, K.P. (2021). Men and muscularity research: a review. *Fashion and Textiles*, 8(20), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00245-w>
- Lei, X., Perrett, D. (2021). Misperceptions of opposite-sex preferences for thinness and muscularity. *British Journal of Psychology*, 112(1), 247-264. <https://doi.org/10.1111/bjop.12451>
- Liu, H.Y., Chang, C.C., Gill, D.L., Wu, S.C., y Lu, F.J.H. (2019). Male Weight Trainers’ Body Dissatisfaction and Exercise Dependence: Mediating Role of Muscularity Drive. *Psychological Reports*, 122(6), 2137-2154. <https://doi.org/10.1177%2F0033294118805010>
- López-Guimerà, G., Levine, M.P., Sánchez-Carracedo, D., y Fauquet, J. (2010). Influence of mass media on body image and eating disordered attitudes and behaviors in

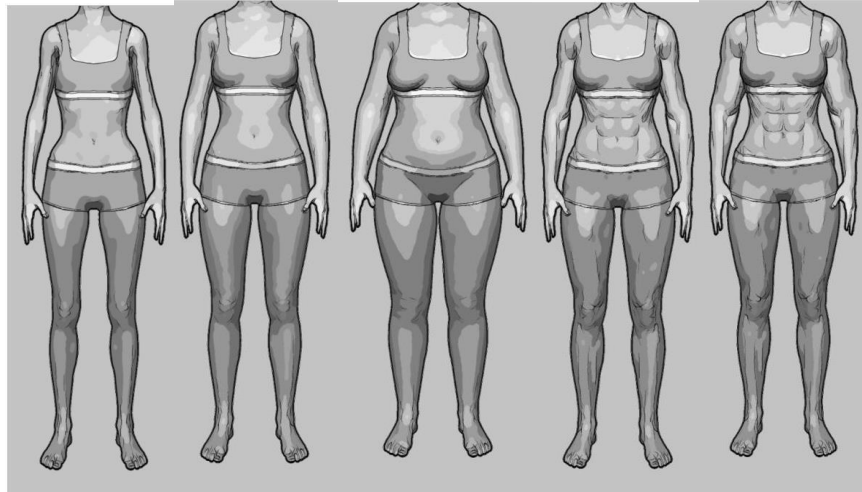
- females: a review of effects and processes. *Media Psychology*, 13(4), 387–416.
<https://doi.org/10.1080/15213269.2010.525737>
- Mackowiak, R., Lucibello, K.M., Gilchrist, J.D., y Sabiston, C.M. (2019). Examination of Actual and Ideal Body-Related Characteristics and Body-Related Pride in Adult Males. *American Journal of Men's Health*, 13(5).
<https://doi.org/10.1177%2F1557988319874642>
- Manchiraju, S., y Damhorst, M. (2020). “I want to be beautiful and rich”: Consumer culture ideals internalization and their influence on fashion consumption. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(4), 325-342.
<https://doi.org/10.1080/20932685.2020.1788408>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., y Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *The International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132–1140. <https://doi.org/10.1002/eat.22449>
- Mulgrew, K.E., Findlay, C., Lane, B.R., y Halliwell, E. (2021). Does body appreciation or satisfaction buffer against idealised functionality-focused images of models?. *Body Image*, 36, 45-52. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.007>
- Musolino, E.A., O'Connor, B.P., y Cioe, J.D. (2021). Bigger isn't always better: an exploration of social perception bias against high levels of muscularity in women. *The Journal of Social Psychology*, 1-17.
<https://doi.org/10.1080/00224545.2021.1927943>
- Piatkowski, T. M., White, K. M., Hides, L. M., y Obst, P. L. (2020). The impact of social media on self evaluations of men striving for a muscular ideal. *Journal of Community Psychology*, 49(2), 725-736. <https://doi.org/10.1002/jcop.22489>
- Salinas Rellini, D.F. (2011). Los medios de comunicación, los ideales de belleza y la manifestación de anorexia. *Punto Cero*, 16(23), 18-24.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S181502762011000200004yscript=sci_arttext&lng=pt
- Santarossa, S., y Woodruff, S. J. (2020). Using Focus Groups to Understand the Dynamics of Mothers and Daughters on Social Networking Sites. *Journal of Child and Family Studies*, 29, 2850-2867. <https://doi.org/10.1007/s10826-020-01700-w>

- Schaefer, L. M., Harriger, J.A., Heinber, L. J., Soderber, T., y Thompson, J.K. (2016). Development a Validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 Revised (SATAQ-4R). *International Journal of Eating Disorders*, 50(2), 104-117. <https://doi.org/10.1002/eat.22590>
- Selensky, J.C., y Carels, R.A. (2021). Weight stigma and media: An examination of the effect of advertising campaigns on weight bias, internalized weight bias, self-esteem, body image, and affect. *Body Image*, 36, 95-106. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.008>
- Sell, A., Lukazsweski, A.W., y Townsley, M. (2017). Cues of upper body strength account for most of the variance in men's bodily attractiveness. Proceedings of the *Royal Society B: Biological Sciences*, 284(1869). <https://doi.org/10.1098/rspb.2017.1819>
- Setiadi, V.T., y Risnawaty, W. (2021). Correlation Between Thin-Ideal Pressure and Body Appreciation Among Young Adult Women. *Proceedings of the International Conference of Economics, Business, Social and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570, 1013-1018. Atlantis Press. <https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.210805.159>
- Sherlock, M., y Wagstaff, D.L. (2018). Exploring the Relationship Between Frequency of Instagram Use, Exposure to Idealized Images, and Psychological Well-Being in Women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000182>
- Shriver, L. H., Harrist, A. W., Page, M., Hubbs-Tait, L., Moulton, M., y Topham, G. (2013). Differences in body esteem by weight status, gender, and physical activity among young elementary school-aged children. *Body Image*, 10(1), 78-84. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.10.005>
- Sprovera, M.A.E., y Gonzalez, E. A. (2020). El estudio de la obesidad y la gordura desde la sociología y la psicología social. *Athenea Digital*, 20(2), 2300. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2300>
- Stein, J. P., Krause. E., y Ohler. P. (2021). Every (Insta)Gram Counts? Applying Cultivation Theory to Explore the Effects of Instagram on Young Users' Body Image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87-97. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000268>

- Strubel, J., Petrie, T.A., y Pookulangara, S. (2018). "Like" Me: Shopping, Self-Display, Body Image, and Social Networking Sites. *Psychology Media Culture*, 7(3), 328-344. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000133>
- Tamayo, M.C., Dobbs, P.D. y Pincu, Y. (2021). Family-Centered Interventions for Treatment and Prevention of Childhood Obesity in Hispanic Families: A systematic Review. *Journal of Community Health*, 46(3), 635-643. <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00897-7>
- Tatangelo, G. L., McCabe, M. P. y Ricciardelli, L. A. (2015). Body image. *Elsevier*, 2, 735-740. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.14062-0>
- Tiggemann, M., y Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 35, 237-244. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>
- Torres, A. (2018). *Ideal de belleza femenino en Instagram: una reflexión personal desde la ilustración* [Tesis de grado]. Universidad Politécnica de Valencia. Facultad Bellas Artes. <http://hdl.handle.net/10251/110150>
- Uhlmann, L.R., Donovan, C.L., y Zimmer - Gembeck, M.J. (2020). Beyond the Thin Ideal: Development and Validation of the Fit Ideal Internalization Test (FIIT) for Women. *American Psychological Association*, 32(2), 140-153. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/pas0000773>
- Van Vonderen, K.E. y Kinnally, W. (2012). Media effects on body image: Examining media exposure in the broader context of internal and other social factors. *American Communication Journal*, 14(2), 41-57. <http://www.ac-journal.org/journal/pubs/2012/SPRING%202012/McKinnally3.pdf>
- Voges, M.M., Giabbiconi, C.M., Schone, B., Waldorf, M., Hartmann, A. S., y Vocks, S. (2019). Gender Differences in Body Evaluation: Do Men Show More Self-Serving Double Standards Than Women?. *Frontiers in Psychology*, 10(544), 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00544>
- Watson, A., Murnen, S.k., y College, K. (2019). Gender differences in responses to thin, Athletic, and idealized bodies. *Body Image*, 30, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.010>

9. APÉNDICE A

Tarea de Valoración de Atractivo General



1F

2F

3F

4F

5F



1M

2M

3M

4M

5M

1F = Cuerpo delgado femenino, 2F= Cuerpo promedio femenino, 3F= Cuerpo sobrepeso femenino, 4F= Cuerpo atlético femenino, 5F= Cuerpo musculoso femenino.

1M= Cuerpo delgado masculino, 2M= Cuerpo promedio masculino, 3M= Cuerpo sobrepeso masculino, 4M= Cuerpo atlético masculino, 5M= Cuerpo musculoso masculino.

9. APÉNDICE B

Cuestionario De Actitudes Socioculturales Hacia La Apariencias. Masculino

1= Totalmente en desacuerdo

2= Mayormente en desacuerdo

3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4= Mayormente de acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

1. Es importante para mí verme musculoso
2. Quiero que mi cuerpo se vea muy delgado
3. Pienso mucho en verme musculoso
4. Pienso mucho en verme delgado
5. Quiero que mi cuerpo se vea musculoso
6. En verdad, no pienso mucho en mi apariencia
7. No pienso mucho en cómo me veo
8. Me gustaría tener un cuerpo que se vea muy musculoso
9. Siento presión familiar verme más delgado
10. Siento presión familiar para mejorar mi apariencia
11. Los miembros de mi familia me incentivan a estar en mejor forma.
12. Siento presión familiar para que sea más musculoso.
13. Los miembros mi familia me incentivan a aumentar el tamaño o la definición de mis músculos
14. Siento presión de mis pares/amigos para que mejore mi apariencia
15. Siento presión de mis pares/amigos para que me vea en mejor forma
16. Siento presión de mis pares/amigos para ser más musculoso.
17. Mis pares/amigos me incentivan a aumentar el tamaño o la definición de mis músculos.
18. Siento presión de mi pareja para que mejore mi apariencia.
19. Siento presión de mi pareja para que para que me vea en mejor forma.
20. Recibo presión de mi pareja para que para que disminuya mi nivel de grasa corporal.
21. Siento presión de mi pareja para que sea más musculoso.

22. Siento presión de mi pareja para que aumente el tamaño o la definición de mis músculos.
23. Siento la presión de los medios para verme en mejor forma.
24. Siento la presión de los medios para verme más delgado.
25. Siento la presión de los medios para que mejore mi apariencia.
26. Siento presión de los medios para que disminuya mi nivel de grasa corporal.
27. Siento presión de los medios para que sea más musculoso.
28. Siento presión de los medios para que aumente el tamaño o la definición de mis músculos.
29. Siento la presión de las redes sociales para que me vea en mejor forma.
30. Siento la presión de las redes sociales para parecer más delgado.
31. Siento presión de las redes sociales para que mejore mi apariencia.
32. Siento la presión de las redes sociales para que disminuya mi nivel de grasa corporal.
33. Siento la presión de las redes sociales para que sea más musculoso.
34. Siento la presión de las redes sociales para que aumente el tamaño o la definición de mis músculos.

Cuestionario De Actitudes Socioculturales Hacia La Apariencia. Femenino

1. Para mí es importante verme musculosa.
2. Es importante para mí lucir bien con la ropa que uso.
3. Quiero que mi cuerpo se vea muy delgado.
4. Pienso mucho en parecer musculosa
5. Pienso mucho en mi apariencia.
6. Pienso mucho en parecer delgada.
7. Quiero ser linda.
8. Quiero que mi cuerpo se vea musculoso.
9. En verdad, no pienso mucho en mi apariencia.
10. No quiero que mi cuerpo se vea musculoso.
11. Quiero que mi cuerpo se vea muy delgado.
12. Para mí es importante ser atractiva.
13. Pienso mucho en tener muy poca grasa corporal

14. No pienso mucho en cómo me veo.
15. Me gustaría tener un cuerpo que se vea muy musculoso.
16. Siento la presión familiar para que parezca más delgada.
17. Siento la presión familiar para que mejore mi apariencia.
18. Mis familiares me estimulan a disminuir mi nivel de grasa corporal.
19. Mis familiares me estimulan a estar en mejor forma.
20. Mis pares/amigos me estimulan a adelgazar.
21. Siento presión de mis pares/amigos para que mejore mi apariencia.
22. Siento la presión de mis pares/amigos para que me vea en mejor forma.
23. Recibo presión de mis pares/amigos para que disminuya mi nivel de grasa corporal.
24. Mi pareja me estimula a adelgazar.
25. Siento la presión de mi pareja para que mejore mi apariencia.
26. Siento la presión de mi pareja para que me vea en mejor forma.
27. Recibo presión de mi pareja para que disminuya mi nivel de grasa corporal.
28. Siento la presión de los medios para verme en mejor forma.
29. Siento la presión de los medios para parecer más delgada.
30. Siento presión de los medios para mejorar mi apariencia.
31. Siento la presión de los medios para disminuir mi nivel de grasa corporal.
32. Siento la presión de las redes sociales para verme en mejor forma.
33. Siento la presión de las redes sociales para parecer más delgada.
34. Siento presión de las redes sociales para mejorar mi apariencia.
35. Siento la presión de las redes sociales de comunicación para disminuir mi nivel de grasa corporal.