

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de  
13 a 17 años de edad

Autor:

Tania Lorena Gualdron Castañeda

ID: 435567

Universidad Cooperativa de Colombia

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa de Psicología

Bogotá D.C

2020

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de  
13 a 17 años de edad. 2

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de  
13 a 17 años de edad

Autor:

Tania Lorena Gualdron Castañeda

ID: 435567

Asesorada por:

Dra. Dayana Fonseca Hernández

Trabajo de Grado para optar por el título de Psicólogo

Universidad Cooperativa de Colombia

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Programa de Psicología

Bogotá D.C

2020



## Contenido

Resumen.....	4
Abstract.....	4
Introducción.....	5
Planteamiento del problema.....	6
Descripción del problema.....	7
Justificación.....	8
Objetivos.....	9
Marco teórico.....	10
Metodología.....	18
Procedimiento de la investigación.....	18
Resultados.....	20
Discusión.....	21
Conclusiones.....	23
Limitaciones.....	25
Referencias.....	25

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de  
13 a 17 años de edad. 4

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de  
13 a 17 años de edad

## **Resumen**

El trabajo de grado está basado en la revisión e identificación literaria de la última década de anorexia y bulimia nerviosa asociada a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años, desde los diferentes factores (televisión, revistas, redes sociales, publicidad, etc.) que influyen de manera significativa al adoptar conductas repetitivas como dietas estrictas y exageradas hasta la ingesta compulsiva de alimentos. Así mismo, se pretende reconocer la influencia de los medios de comunicación en la creación de estereotipos de belleza para que las adolescentes lleguen a padecer un trastorno de conducta alimentaria como la anorexia y la bulimia nerviosa, en la búsqueda de la mujer “perfecta”.

Palabras clave: Anorexia, Bulimina, Estereotipos de belleza, medios de comunicación, mujeres adolescentes.

## **Abstract**

The degree work is based on the review and literary identification of the last decade of anorexia and bulimia nervosa associated with beauty stereotypes in adolescents women between 13 and 17 years of age, from different factors (television magazines social networks advertising, etc.) that have a significant influence on adopting repetitive behaviors such as strict and exaggerated diets up to compulsive food intake.

Likewise, it is intended to recognize the influence of the media in the creation of stereotypes of beauty so that adolescents come to suffer from a behavioral disorder such as eating anorexia and bulimia nervosa, in the pursue of the "perfect" woman.

Key words: Anorexia, bulimia, beauty stereotypes, magazines social, adolescents women.

## **Introducción**

“La sociedad esta incomoda con la belleza que no es para consumo”

(Anónimo)

Los estereotipos de belleza han estado presentes siempre y han sido modificados según las necesidades de la sociedad, actualmente vemos como estos ideales de belleza son mostrados e implantados, generalmente en diferentes medios de comunicación, como la televisión, las revistas y las redes sociales, llevando a la mujer a seguir un estándar de belleza que muchas veces son imposibles de alcanzar; es así como las adolescentes adoptan conductas peligrosas para lograr ser la “mujer perfecta” que muestran los medios de comunicación y la misma sociedad; estos tienen consecuencias negativas en la salud física y mental, llevándolas a padecer un trastorno de conducta alimentaria, como: anorexia y bulimia nerviosa, debido a las estrictas y excesivas dietas hasta incluso la ingesta compulsiva de alimentos.

Según la RAE (2020) “el estereotipo es una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”. Es así, como abarcaremos fuentes de información, tanto internas (universidad) como externas (Redalyc, Scielo, dialnet, RefSeek,

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 6

etc.) para visitar y analizar la información de la última década en los tópicos de anorexia y bulimia nerviosa que está asociada a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes.

### **Planteamiento del problema**

Es alarmante ver cómo la sociedad y sobre todo las mujeres que están en la etapa de adolescencia media, comprendida de los 13 a los 17 años de edad adhieren a su vida la constante preocupación de cómo se ve su cuerpo, llegando al punto de compararse con mujeres que aparecen en propagandas y redes sociales siguiendo un estereotipo de belleza, según la RAE (2019), un estereotipo es una idea impuesta, sobre las características de una persona, que son interiorizadas por la sociedad con carácter inalterable. Es así como las adolescentes llegan a preocuparse por “el qué dirán” y sobrevalorar los estereotipos de belleza que impone la sociedad, que a veces están ligados a la moda y el consumismo, que conllevan a padecer trastornos alimenticios, recurriendo a dietas estrictas y exageradas hasta la ingesta compulsiva de alimentos en búsqueda del “cuerpo ideal”, llegando a la afectación de la salud física y psicológica.

Como prueba de ello, encontramos estudios de la OMS y otras bases de datos sobre salud mental de EE.UU mencionan que hay mayor repercusión, a nivel mundial de trastornos alimenticios en adolescentes. A sí mismo, los datos indican que dichos trastornos son característicos de sociedades desarrolladas, en las que el 0,5% mujeres jóvenes padecen anorexia nerviosa y del 1 al 3% padecen bulimia nerviosa en algún punto de sus vidas. (Hudson, 2005)

Según un estudio realizado en Bogotá por Ángel, Martínez & Gómez (2008), de 2770 escolares, 708 fueron encuestados y entrevistados, con prevalencia de anorexia nerviosa de

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 7

0.28%, bulimia nerviosa 3.25% y trastornos de comportamiento alimentario no especificados 33.6%, por otro lado, no se encontraron diferencias por estrato socioeconómico.

Mientras que un estudio más reciente realizado en la misma ciudad, se encontró una prevalencia del 30,1% de riesgo de presentar un trastorno alimenticio en las mujeres es de con un 41,3%. Respecto al estado nutricional se observó mayor frecuencia de riesgo en la clasificación normal y en instituciones públicas con un 31,3%. Del total de la población 7,6% presenta talla baja, 16% exceso de peso y 5,1% bajo. (Fajardo, Méndez & Jáuregui, 2017). De esta forma, se puede evidenciar el incremento de trastornos alimenticios y la preocupación de seguir un estereotipo de belleza con el fin de encajar en la sociedad.

### **Descripción del problema**

A lo largo de los años en Colombia y en Latinoamérica los estereotipos de belleza que en su mayoría son impuestos por la moda, el consumismo y las redes sociales es algo que nos atañe a todos, más de 30 mil años de un concepto que no desaparece al pasar de los años, sino que se sigue fortaleciéndose. Sin embargo, en diferentes épocas se ha ido modificando, según las necesidades de la sociedad.

Según como menciona Martínez & Muños (2014), específicamente para las mujeres; el arte, la publicidad y sobre todo las redes sociales venden la idea que la belleza es posiblemente lo que más caracteriza y da un valor en la sociedad, mostrando a la mujer como objeto, estos estereotipos de belleza resultan imposibles de alcanzar, ya que mucha de esta publicidad es irreal; pues la evolución de las nuevas tecnologías que están relacionadas con la transformación o des transformación del canon de belleza femenino, a medida que el

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 8

tiempo transcurre el concepto de belleza es modificado a través de la manipulación digital de la imagen de la mujer, es así como los medios de comunicación se enfocan en vender no solamente un estilo de vida sino una imagen determinada de mujer, y para ello se apoyan en determinados estereotipos femeninos. Es por esto, que en la actualidad vemos como las mujeres adolescentes tienden a padecer estos trastornos de conducta alimentaria, en los que encontramos la anorexia y la bulimia nerviosa, donde recurren a dietas estrictas y a la ingesta desmedida de alimentos (Asociación Americana de Psiquiatría, 2013). Según, Baile y Osorio (2008) la imagen corporal que tiene una mujer sobre sí misma tiene un valor fundamental, ya que de aquí surge la creación de su autoestima, autoconcepto y autoconocimiento, siendo estos los pilares fundamentales de tal manera que, si no se encuentra a gusto con su imagen corporal, puede ser el comienzo de la aparición de un trastorno de conducta alimentaria. Es así como vemos a muchas mujeres en etapa de adolescencia padeciendo estos trastornos de conducta alimentaria a raíz de los estereotipos de belleza impuestos por la sociedad.

### **Justificación**

Los estereotipos de belleza en la mujer asociados a trastornos alimenticios generan polémica debido a que muchas veces confunden un estilo de vida saludable, cuando en realidad es la búsqueda de belleza física y estética. Es por eso que se hace fundamental que las personas se informen acerca de estos trastornos, la influencia de los medios de comunicación en la creación de los estereotipos de belleza, además si es necesario acudir a un profesional, ya que no solo son cambios físicos, sino también psicológicos, se hace necesario empezar a darse cuenta de las conductas que se repiten a diario; también cuál es la percepción que se tiene sobre sí mismo, ya que esta problemática ha ido incrementando.

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 9

Según Díaz, Quintas, & Muñoz (2010), las edades más propensas esta percibida entre los 15 a 30 años de edad con un 60%.

La OMS (2020), publico que los trastornos de conducta alimentaria aparecen regularmente durante la adolescencia y atacan más a mujeres que a hombres, dando paso a afecciones como la anorexia y la bulimia nerviosa, determinados por la adopción de conductas perjudiciales para la salud física y mental, además pueden traer arraigados otros trastornos como la depresión, la ansiedad y/o el abuso de sustancias psicoactivas.

En esta medida, se ve la importancia de la presente revisión sistemática de la última década para reconocer la información que se ha construido, ya que la belleza estereotipada en la mujer está influyendo de manera significativa al aumento de dichos trastornos. Por otra parte, los medios de comunicación también construyen canones de belleza que las mujeres se sienten obligadas a seguir, para de esta forma ser aceptadas por la sociedad.

### **Objetivo general**

Conocer el estado actual de conocimiento respecto a la anorexia y bulimia nerviosa asociados a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad.

### **Objetivos específicos**

1. Organizar la información recolectada de los diferentes autores respecto a la anorexia y la bulimia nerviosa asociados a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes mediante documentos y artículos científicos publicados en la última década,
2. Reconocer la influencia de los medios de comunicación en cuanto a los estereotipos de belleza que pueden conllevar a padecer de anorexia o bulimia nerviosa.

3. Precisar las diferentes posturas que se han adoptado en la última década con relación a la anorexia y bulimia nerviosa asociado a estereotipos de belleza.

### **Marco Teórico**

Para la exploración de los diferentes artículos científicos se constituye una serie de pasos que van a direccionar la revisión de la información sobre la anorexia y la bulimia nerviosa relacionado con estereotipos de belleza en mujeres adolescentes; es por esto que se hace necesario conceptualizar las palabras claves para nuestra revisión sistemática de la literatura, basándonos en autores destacados de la psicología y sociología.

De este modo empezaremos a desglosar nuestro tema con estadísticas. En Colombia encontramos un estudio realizado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA (2011; citado por Rodríguez y Valbuena, 2015) que muestra cifras sobre la anorexia y bulimia nerviosa debido al estudio realizado por la Universidad de Antioquia y la Universidad Nacional, donde atañen que:

El 0.78% del 100% que equivale a 474 jóvenes entre los 14 y 19 años cumple con los criterios para el diagnóstico de anorexia. En el caso de la bulimia, el mismo estudio reportó que de las 474 jóvenes encuestadas, el 2.3% cumplían criterios diagnósticos de bulimia y otro estudio realizado en la Universidad de Antioquia con 972 estudiantes de cinco colegios de la ciudad de Medellín, se encontró que al 77% le aterra subir de peso, el 46% practica actividad física por estética, el 33% se siente culpable después de comer, el 16% siente que la comida controla su vida y el 8% se induce el vómito (p.13-14).

Con estas estadísticas, podemos reconocer los trastornos alimenticios como la AN y la BN son un problema que le atañe a la sociedad, ya que esta misma los genera, imponiendo estereotipos de belleza. Sin embargo, los factores psicosociales también provocan daños en la salud física y mental de la población adolescente; no obstante, las medidas que se han tomado en territorio colombiano para enfrentar esta problemática han sido escasas. (García & Gonzales, 2019)

El tema de salud ha coexistido desde hace siglos, en el cual la obesidad era sinónimo de belleza, sin embargo este prototipo ha venido cambiando ya que el individuo al ser obeso perdía producción laboral y por ende surgían malestares en la salud, no obstante la obesidad pasó a ser tema perteneciente al estado; por otra parte la belleza y la alimentación ha sido un tema de mucho estudio el cual ha exaltado el cuerpo y la imagen femenina, enfatizando a la mujer que sufre desde pequeña por obtener el “peso ideal” para así poder ser socialmente aceptada, utilizando un modelo imperante que se ha convertido en una obsesión, conllevando a la angustia, enfermedades físicas y psicológicas que afectan el sistema cognitivo conductual. (Moscoso, 2010) Así mismo, Benítez, Sánchez, Bermejo, Franco, García, Herráiz, & Cubero, (2019) refieren que mujeres se denomina como “perfecta” que debe seguir ciertos estándares de belleza para ser socialmente aceptada, lo que en muchas ocasiones lleva a padecer anorexia y bulimia nerviosa por el afán de estar a la “moda”, por insatisfacción corporal y obsesión por estar delgado. Benítez, Sánchez, Bermejo, Franco, García, Herráiz, & Cubero, 2019)

Por otro lado, Fernández & Valdes (2019) afirman por medio de su estudio, que las mujeres que conforman el grupo de BN poseen mayor grado de preocupación por la figura corporal que las diagnosticadas con AN; también se ha observado una correlación efectiva

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 12

estadísticamente reveladora entre la preocupación por la imagen y la impulsividad, sentimiento de culpa y aprensión a la madurez en todo el grupo muestral; también, encontramos un estudio realizado a 59 pacientes entre 10 y 18 años de edad diagnosticados con anorexia y bulimia nerviosa, donde media de edad 14,7 años y prevalencia en las mujeres con el 91,5%; el motivo de consulta que más predominaba era irritabilidad con un 98,3%, vómitos con un 71,1% y temor a engordar 45,7% de la población estudiada. (Godoy, Albrecht & Mesquita, 2019)

Ahora en la posmodernidad el estereotipo de belleza, desde la publicidad hace a colación a la mujer perfecta, con unas características específicas:

Figura esbelta y delgada, con medidas 90, 60, 90, piel tersa y bronceada, ojos grandes, nariz pequeña, boca grande y labios gruesos, senos firmes, simétricos y sólidos, vientre liso, pelo largo, piernas largas... tener menos de treinta años... cualidades físicas como talla pequeña. (Pérez & Romero, 2010, p 378)

Por su parte, Méndez y Rico (2018), atañen que ver una fotografía publicitaria influye estratégicamente promoviendo emociones y sentimientos para que las personas y específicamente los adolescentes adopten tales ideas por medio de un producto, convirtiéndolo en una necesidad, así mismo estar a la moda para ser aceptado dentro de un grupo o sociedad por su físico y no ser estigmatizados. También, las exigencias de género y la construcción de la imagen corporal en las mujeres afectan de tal modo que produce trastornos como la bulimia y anorexia con una patología de personalidad obsesiva que perturban no solo su estado físico sino que también psicológico que resulta de los ideales que son impuestos por la misma sociedad, por medio de las creencias en relación a su imagen corporal producidas por el marketing de las empresas, creando así insatisfacción en

las mujeres; afectando el rendimiento académico, estado de ánimo, autoconcepto y habilidades sociales, la mujer crea una imagen “importante” no sólo de sí misma sino del mundo en general que refleja su calidad de vida. (Benavides, 2015) Sin embargo, los medios de comunicación estudiados por Ruiz (2014), muestran distorsión y manipulación de la figura del cuerpo femenino como un agente causal que ha estado presente a lo largo de toda la vida, donde existe unanimidad a la hora de establecer una misma figura clasificada y aceptada socialmente como “el cuerpo ideal”

Sin embargo, Sesenta y Lucio (2018) han observado que los estereotipos son impuestos por diferentes culturas, lo que ha implicado un compromiso a seguir estándares de belleza para ser socialmente aceptados, también mencionan que la población más vulnerable son mujeres y que pueden llegar a afectar negativamente en la autoestima por medio de la moda y productos de belleza. Por otro lado, Bonavitta & Hernández (2011) revisan medios audiovisuales, periodísticos y digitales de Argentina y México donde estos medios construyen y muestran un prototipo de mujer interesada especialmente en conquistar el sexo opuesto, desde cómo debe comportarse hasta llegar a ser aceptadas, es así como las telenovelas muestran “la mujer bonita vs la mujer fea” y un sin número de comparaciones, que generan a su vez un estigma entre los adolescentes, también la publicidad muestra a la mujer “perfecta” dedicada exclusivamente al hogar, lo que conlleva a seguir ideales de belleza que propician discriminación ideológica a las personas que no los cumplen, afectando así sus cuerpos, mentes y sentimientos. Es así como González, León y Pineda (2014) mencionan la presión ejercida por medios de comunicación sobre la mujer para cumplir los estereotipos de belleza, llevándolas a querer estar a la vanguardia; como consecuencia de ello, encontramos la afectación al cuerpo por realizarse procedimientos

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 14

estéticos que ponen en riesgo su cuerpo y su vida, generando asimismo malestares a nivel mental, sin embargo a otras mujeres estas cirugías les han ayudado a superar miedos y sentirse más seguras de sí mismas (Gómez 2020). Según Plaza (2010), menciona que la mayor incidencia a padecer un trastorno de conducta alimentaria son las mujeres, 1 de 10 mujeres; mientras que, en los hombres 1 de 15 hombres, padece algún trastorno de conducta alimentaria. Es así, como vemos la influencia de los medios de comunicación en casos abruptos de anorexia y bulimia, puesto que estos canales fomentan, difunden y sustentan la belleza y la delgadez como signo de éxito y aceptación social para las mujeres, es decir un modelo ejemplar de figura a seguir.

Los medios de comunicación y la influencia en trastornos alimenticios para la mujer; promueven estereotipos de belleza femenina impuestos por la sociedad causando también trastornos alimenticios ya que se expone que si se es gordo se es “anormal”, ya que no cumple con la “norma” de ser delgado. (Oberti, 2012)

Por otra parte, Muñoz (2015) refiere que, desde el comienzo de la humanidad, la belleza física ha sido sobrevalorada y ha tenido un gran papel en el desarrollo de las civilizaciones y la publicidad ha promovido un estilo de vida y una perspectiva de cómo es una mujer "perfecta" determinada. También se observa que en la cultura Antioqueña tiene una fuerte demanda por alcanzar una imagen corporal “perfecta”, promovida por estilos de vida donde el cuerpo se considera esencial para tener éxito. (Bedoya, Gil & Gómez, 2017)

Por otro lado, un estudio realizado por Orozco (2015), muestra que la publicidad forma estereotipos de belleza, puesto que los medios de comunicación son generadores de cultura, exponiendo campañas para la compra de productos sin importar de qué manera se represente a la mujer, ya que su único objetivo es vender.

Sin embargo, encontramos las redes sociales como Facebook, donde las mujeres tienden a guiarse de las imágenes que encuentran en esta red social, desde cómo vestirse hasta como alimentarse (Buitrago, Ulloa & Vaca, 2016). Por su parte, Instagram que también influencia en la mujer, mostrando estereotipos que no solo los impone el medio y las publicidades, sino los mismo usuarios de la red, también vemos el ideal de belleza en relación con los medios de comunicación, el arte feminista, culto a la belleza y a la delgadez, relacionado con la historia de la evolución de la belleza ideal por medio del desnudo femenino en la historia del arte, posteriormente es visto desde una mirada masculina, regulado e idealizado, cuestionando las normas estéticas establecidas por la sociedad, sin embargo el arte feminista intenta romper con la forma en la que se ha representado el cuerpo femenino tradicionalmente, destruyendo la imagen de mujer “ideal” construida por un hombre. (Torres, 2018) Así mismo, Martínez (2018) en su investigación resalta la evolución que ha tenido las redes sociales y la influencia que asume con el género femenino ya que se aplica en el sector de moda y belleza, siendo instagram una de las principales redes sociales que más influencia tiene en el consumidor, especialmente por su gran poder visual y por la repercusión e influencia que los ‘instagramers’ tienen en el conjunto de las consumidoras de moda, creando ideales que cada vez son más rigurosos como lo son “la mujer profesional, realizada y siempre feliz”

De este modo, Bernat (2010), refiere que la industria de la moda y la belleza dada en los medios de comunicación, ha ayudado a que se le rinda culto al cuerpo y la fijación de estereotipos que presentan un prototipo de mujer con unos cánones de belleza muy precisos: “joven, bella y muy delgada”.

Es así, como las adolescentes enmarcadas por un estereotipo de belleza poco a poco se van encaminado a padecer alguna anorexia o bulimia nerviosa, donde la imagen corporal se

vuelve algo con más valor que el que debería tener. Según Cash (1990), citado por Raich (2004) refiere que la imagen corporal involucra: perceptivamente, perfiles pictóricos y apreciaciones del tamaño y la forma del cuerpo; cognitivamente, de diversos aspectos del cuerpo; es así como focaliza su atención en la parte corporal y autoafirmaciones inseparables al proceso, que están relacionados al placer/displacer, satisfacción/insatisfacción, que están ligados a la apariencia física o corpórea.

Thompson (1990) citado por Raich, R. M (2004) describe la imagen corporal en tres componentes esenciales:

- *Un componente perceptual:* la percepción corporal del tamaño del cuerpo, son variaciones en la percepción del cuerpo en cuanto a sus dimensiones, las hace mayores a las reales, asimismo subestimaciones donde percibimos el cuerpo el inferior a los demás.
- *Un componente subjetivo (cognitivo-afectivo):* es la apreciación, sentimientos, emociones y actitudes que tenemos respecto a nuestro cuerpo, como el tamaño, peso, la textura de la piel, etc.
- *Un componente conductual:* conductas que hacemos debido a la percepción y el componente cognitivo-afectivo que asociados provocan

De esta manera, gracias al trabajo de Giedd (2004), podemos decir que hasta los 25-30 años de edad, no se puede alcanzar el desarrollo completo de los mecanismos neurofisiológicos de la corteza prefrontal, con la cual, se obtiene la capacidad para discernir entre lo que se debe hacer no: la maduración definitiva. Es así cómo podemos explicar las conductas de riesgo que ejercen las adolescentes para llegar a cumplir un estereotipo de belleza, causando lesiones físicas y psíquicas que llevan a padecer algún trastorno

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 17

alimenticio, así mismo porque se da más estos trastornos en la adolescencia y no en la adultez, porque a diferencia, el adulto tiene el lóbulo frontal totalmente desarrollado (conexión de la parte emocional con la racional, originando una respuesta adecuada), un adolescente puede dejarse llevar por el primer impulso emocional de miedo (amígdala) ante cambios físicos, como engordar y adoptar conductas de riesgo como dietas estrictas y exageradas hasta la ingesta compulsiva de alimentos.

Aun así, en esta etapa de adolescencia se caracteriza por un desarrollo emocional paulatino, donde hay inestabilidad emocional, ya que el adolescente se encuentra en la construcción gradual de su identidad, además como menciona Güemes, Ceñal e Hidalgo (2017) el aumento de peso durante el estirón puberal llega a presumir aproximadamente del 50% del peso ideal del adulto. Las mujeres tienen un porcentaje de grasa del 18-22% más que los hombres. Esto también explicaría por qué los trastornos alimenticios son más frecuentes en mujeres que en hombres.

Ahora bien, para tener una concepción más amplia, abordaremos los criterios diagnósticos de la anorexia y la bulimia nerviosa:

**Tabla 1°** *Criterios diagnósticos para trastornos alimenticios*

<b>Criterios diagnósticos para la Anorexia Nerviosa según el DSM-5 (2013)</b>
<p>A. Restricción de la ingesta energética en relación con las necesidades, que conduce a un peso corporal significativamente bajo con relación a la edad, el sexo, el curso del desarrollo y la salud física. Peso significativamente bajo se define como un peso que es inferior al mínimo normal o, en niños y adolescentes, inferior al mínimo esperado.</p> <p>B. Miedo intenso a ganar peso o a engordar, o comportamiento persistente que interfiere en el aumento de peso, incluso con un peso significativamente bajo.</p> <p>C. Alteración en la forma en que uno mismo percibe su propio peso o constitución, influencia impropia del peso o la constitución corporal en la autoevaluación, o falta persistente de reconocimiento de la gravedad del peso corporal bajo actual.</p>

### **Criterios diagnósticos para la Anorexia Bulimia según el DSM-5 (2013)**

A. Episodios recurrentes de atracones. Un episodio de atracón se caracteriza por los dos hechos siguientes:

1. Ingestión, en un periodo determinado (p. ej., dentro de un período cualquiera de dos horas), de una cantidad de alimentos que es claramente superior a la que la mayoría de las personas ingerían en un período similar en circunstancias parecidas. 2. Sensación de falta de control sobre lo que se ingiere durante el episodio (p. ej., sensación de que no se puede dejar de comer o controlar lo que se ingiere o la cantidad de lo que se ingiere).

B. Comportamientos compensatorios inapropiados recurrentes para evitar el aumento de peso, como el vómito autoprovocado, el uso incorrecto de laxantes, diuréticos u otros medicamentos, el ayuno o el ejercicio excesivo.

C. Los atracones y los comportamientos compensatorios inapropiados se producen, de promedio, al menos una vez a la semana durante tres meses.

D. La autoevaluación se ve indebidamente influida por la constitución y el peso corporal.

E. La alteración no se produce exclusivamente durante los episodios de anorexia nerviosa.

Podemos evidenciar, cómo estos trastornos de conducta amentaría se pueden identificar en las adolescentes.

## **Metodología**

### **Procedimiento de la investigación**

La presente investigación está enmarcada desde un paradigma cualitativo, dentro de esta nos basaremos en la técnica de revisión sistemática de la literatura. “Las RS son estudio cuya población procede de artículos de casuística ya publicados; es decir, se trata de un estudio de estudios; y como tal, en una RS se recopila la información generada por investigaciones clínicas de un tema determinado” (Materola C, etal, 2011, p.2). De este modo, para llevar a cabo esta revisión nos basaremos en diversas bases de datos de la Universidad Cooperativa de Colombia, así mismo bases externas como Sicielo, Redalyc, dialnet, RefSeek, entre otras. En estas bases de datos, se emana a la revisión de los recursos relativos al tema a tratar, según lo descrito anteriormente, desde posturas, estudios

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 19

científicos, autores y colaboradores que nos encaminan desde lo teórico para esta revisión sistemática de la literatura y posteriormente al análisis de la misma.

### **Instrumento:**

Tabla 2. *Rejilla recolección de documentos*

Código	Año de Publicación	Idioma	Título del Artículo	Tipo de Artículo.	Resumen	Referencia	Link
--------	--------------------	--------	---------------------	-------------------	---------	------------	------

Para dar cumplimiento a los objetivos del presente proyecto se hace necesario seguir una orden de pasos que hace parte esencial del procedimiento metodológico. Estos pasos se agrupan en 3 periodos.

*Primer periodo:* recopilación de documentos que se correlacionen con el tema de investigación, dando prioridad a fuentes primarias de información que permitan la selección de artículos, ya sea en bases de datos académicos o en revistas que contengan literatura científica no mayor a una década de antigüedad.

1. Plasmar el planteamiento y descripción del problema
2. Construir el objetivo general y los específicos.
3. Realizar la justificación.
4. Elaborar el marco teórico

*Segundo periodo:* la búsqueda, la recolección y la organización de artículos concernientes al tema de análisis. Búsqueda y recolección de artículos no mayor a una década de antigüedad.

5. Organizar los artículos en la rejilla.

*Tercer periodo:* dentro del último periodo se recopilan los datos más importantes de todo el proyecto.

6. Realización de resultados, discusión y conclusiones.
7. Por último, realizar el resumen y el abstract.

## **Resultados**

Como resultado de la revisión, se encontró que el 90% de los artículos y documentos revisados sacan a relucir los medios de comunicación como creadores e influenciadores de estereotipos de belleza, donde el 85% son emitidos por la publicidad, la moda y el consumismo.

En la última década se encuentran medios de comunicación como las revistas y la televisión que abarca el 10% de información, donde siguen mostrando ideales de belleza, que de alguna forma incitan directa o indirectamente a las jóvenes a seguirlos; también encontramos que el 85% de los documentos revisados, las adolescentes siguen estos estereotipos de belleza para poder ser “socialmente aceptadas”, utilizando medios que afectan la salud física y mental, que como consecuencia llevan a padecer trastornos de conducta alimentaria como la anorexia o bulimia nerviosa con un 90%, mientras que el 10% recurren a cirugías estéticas. En la actualidad, el medio de comunicación más utilizado por las adolescentes es la red social Instagram, por su gran poder visual y por la repercusión e influencia que los ‘instagramers’ tienen en el conjunto de las consumidoras de moda, creando ideales que cada vez son más rigurosos.

Encontramos que el concepto de belleza se modifica según los medios que lo proyectan o las necesidades que surgen, por un lado, encontramos que la belleza traduce a “mujer

perfecta”, “cuerpo perfecto” “peso ideal” e “imagen corporal ideal”; siendo este concepto (belleza) modificado, las adolescentes recurren a dietas exageradas y estrictas hasta la ingesta desmedida de alimentos, que como consecuencia llegan a padecer algún trastorno de conducta alimentaria (anorexia o bulimia nerviosa), regidas por estos mismo.

Así mismo, se evidencia en la información revisada, que los autores llegan a la misma conclusión, donde refieren que la población más afectada son las mujeres adolescentes, con un 95% de los documentos, que tienen que cumplir un estereotipo de belleza concreto, mujer con medidas de 90, 60 y 90 cm y cuando no exigen estas medidas, por menos debe de ser de contextura delgada.

También, se halló en los documentos que la familia es uno de los factores precipitantes que menos influye en la creación de estereotipos de belleza; sin embargo influye mucho en el estado de ánimo de las mujeres que llegan a estar expuestas a la anorexia o bulimia nerviosa por seguir estereotipos de belleza que impone la sociedad y el consumismo.

Por último, los autores de los documentos revisados, muestran que los estereotipos de belleza, en su mayoría llevan a la afectación, física, psicológica y comportamental de la mujer (Anorexia y bulimia).

## **Discusión**

De acuerdo a los postulados de los diferentes autores abordados en la revisión sistemática de la literatura sobre anorexia y bulimia nerviosa asociada a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes, se logró encontrar que uno de los medios de comunicación más utilizados en la actualidad es la red social Instagram, información proporcionada por

Martinez (2018), donde resalta que Instagram es una de las principales redes sociales que más influencia tiene en el consumidor, especialmente por su gran poder visual.

Es importante saber, que los medios de comunicación venden el ideal de la “mujer perfecta” como lo menciona Benítez, et al, (2019), para ser socialmente “aceptadas”. Por su parte, Behar & Arancibia (2015) mencionan que los trastornos de la imagen corporal surgen debido a las presiones socioculturales occidentales relacionadas con los estereotipos de rol de género, puesto que enfatizan una silueta esbelta femenina versus una masculina vigorosa, donde encontraron similitud con la anorexia nerviosa, en el sentido de un cuerpo delgado, pero se diferencia la AN y la BN “p. ej., ciclos entre ganancia y pérdida de peso *versus* atracones y purgas”.( Behar & Arancibia 2015).

Según Uribe (2017), se logra Comprender desde la teoría del comportamiento de Iván Pavlov, se identifica que los medios de comunicación, la publicidad y el consumismo como el estímulo y la respuesta se evidencia en las conductas “peligrosas” que adoptan las mujeres adolescentes, forjando un aprendizaje social y cultural.

A su vez, se logra interpretar desde la psicología de la masas Murillo (2019), como las adolescentes con el afán de ser socialmente “aceptadas” pierden su yo individual uniéndose a la masa llevada por conductas “peligrosas” como la ingesta compulsiva de alimentos o dietas estrictas guiadas por estereotipos de belleza que trasmite los medios de comunicación que gracias a la asociación inconsciente de las mujeres se llega a la racionalización, asimilándola para si llegar a ser socialmente “aceptadas”.

Existen diferentes posturas teóricas, donde el concepto de belleza ha ido evolucionando a lo largo del tiempo de la mano de las percepciones y estereotipos, a esto se le suman las

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 23

redes sociales, específicamente Instagram como imponente de estereotipos en la actualidad sobre el ideal femenino, es decir la mujer perfecta, conectada al cuerpo y a la apariencia física; es importante resaltar que esta red social se ha convertido en una creadora de influencers razón por la cual se canaliza la belleza dentro de este sector moderno y hoy en día lo que es bello no solo recae en los modelos de profesión, sino también en las consumidoras cotidianas que sueñan con seguir sus pasos, intentando ser como ellas ya que por medio de publicaciones se exterioriza el ideal de belleza, reforzando inseguridades y resaltando una belleza irreal. (Nixon, 2020).

Es por esto, que Muñoz (2015) menciona que el género femenino es el más afectado por los medios de comunicación y la publicidad ya que fomenta el estereotipo de mujer extremadamente delgada lo que genera alteraciones en la salud (bulimia y anorexia nerviosa

Lo anterior hace mención a que los medios de comunicación alimentan, por ello surge que el ideal de mujer “perfecta” debe seguir ciertos estándares de belleza para ser socialmente aceptada, lo que en muchas ocasiones lleva a padecer anorexia y bulimia nerviosa por el afán de estar a la “moda”, por insatisfacción corporal y obsesión por estar delgado. (Benítez, Sánchez, Bermejo, Franco, García, Herráiz, & Cubero, 2019)

Por último, socialmente y quizá inconscientemente, las mujeres se dejan llevar por estereotipos de belleza, que en su principio puede que logren un propósito, pero que, al pasar del tiempo, traen consigo consecuencias físicas, psicológicas y comportamentales.

## **Conclusiones**

Según los resultados encontrados en la revisión de la literatura de anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad, comprende desde la afectación psicológica hasta la social, así mismo los medios de comunicación, la publicidad, redes sociales, entre otras; una prueba de ello son los diversos autores encontrados en la revisión sistemática.

En primer lugar, se obtuvo la recogida de artículos y documentos desde la base de datos de la universidad y fuentes externas como Sicielo, Redalyc, dialnet, etc., con el fin de consolidar los diferentes aportes en relación con la anorexia y la bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad.

Por otro lado, se logró identificar que Instagram es una de las redes sociales con mayor influencia en la actualidad, que crea diversos estereotipos desde la publicidad; también se llegó a la conclusión que la mayoría de publicidad crea estereotipos o modelos a seguir que desencadena conductas peligrosas en las mujeres adolescentes.

Por otra parte, los artículos y documentos que se revisaron durante el desarrollo del trabajo de grado, siempre llegan a la misma conclusión sobre el concepto de belleza “mujer perfecta” que debe directa o indirectamente regirse a un modelo para ser socialmente aceptada.

Los estereotipos de belleza han ido cambiando a lo largo de la historia según las necesidades de la sociedad, conllevando a las mujeres a padecer algún trastorno de conducta alimentaria, donde las mujeres han sido afectadas mayormente que los hombres.

Por último, se concluyó que la metodología empleada durante el desarrollo del proyecto ayudo a dar cumplimiento a los objetivos planteados, a partir de la consolidación de la diversa información del tema central del proyecto.

### **Limitaciones**

Dentro de las limitaciones que se presentaron durante el desarrollo del proyecto, fue la conectividad a la red de wifi, debido que la mayor parte de la revisión sistemática de la literatura se ejecutó de forma remota por la emergencia sanitaria que se vive alrededor del mundo por el Covid-19, lo cual llevo a reinventarnos, utilizando medios de comunicación que a veces no funcionaban de forma correcta debido a la demanda de utilidad del mismo, las asesorías muchas veces no se pudieron realizar por falta de recursos de conectividad a internet o el servicio de energía y tenían que ser reprogramadas en horarios que el asesor y el estudiante coincidieran.

Por otra parte, casi no se encontraron estadísticas recientes de la anorexia y la bulimia nerviosa en adolescentes, debido a que había que pagar para obtener dicha información.

### **Referencias**

Ángel L, Martínez L & Gómez M. (2008). *Prevalencia de trastornos del comportamiento alimentario (T.C.A) en estudiantes de bachillerato*. Rev.Fac.Med. 2008;56: 193-210. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v56n3/v56n3a02.pdf>

Asociación Americana de Psiquiatría. (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de trastornos mentales (5ª ed.)*. Washington, DC: autor. Recuperado de: <https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Documents/dsm-v-guia-consulta-manual-diagnostico-estadistico-trastornos-mentales.pdf>

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 26

- Baile, J. I. y Osorio, A. G. (2008). Relación entre la autoestima, imagen corporal y tendencia a sufrir trastorno de conducta alimentaria en un grupo de adolescentes mexicanos. *Revista de psicología General y Aplicada* 61 397-404. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2982864>
- Bedoya, E., Gil, V., & Gómez, L. (2017). *¿De quién es este cuerpo? Estereotipos de belleza de una cultura consumista*. Envigado: Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado de: [http://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12717/183/1/iue\\_rep\\_pre\\_psi\\_bedoya\\_2018\\_estereotipos\\_belleza.pdf](http://bibliotecadigital.iue.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12717/183/1/iue_rep_pre_psi_bedoya_2018_estereotipos_belleza.pdf) }
- Behar, R., & Arancibia, M. (2015). *Trastornos de la imagen corporal: anorexia nerviosa versus anorexia inversa (trastorno dismórfico muscular)*. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 6(2). Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-15232015000200121&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-15232015000200121&script=sci_arttext)
- Benavides, L. (2015). *“Los estereotipos de belleza y autovaloración de imagen corporal en adolescentes de 14 a 17 años del colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la Ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <http://192.188.46.193/bitstream/123456789/9756/1/tesis%20lorena%20benavides%202.pdf>
- Benítez, A., Sánchez, S., Bermejo, M., Franco, L., García, Herráiz, M. & Cubero, J. (2019). *Análisis del Riesgo de sufrir Trastornos Alimentarios en jóvenes universitarios de Extremadura (España)*. *Enfermería Global*, 18(54), 124-143. Recuperado de: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1695-61412019000200005](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1695-61412019000200005)

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 27

Bernad, E. (2010). Ilicitud de las representaciones degradantes y humillantes del cuerpo femenino en la publicidad. *Icono* 14. Recuperado de: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/234/111>

Buitrago, K., Ulloa, D., & Vaca, E. (2016). *Estereotipos de belleza física en medios de comunicación en mujeres jóvenes, estudiantes*. Villavicencio: Universidad Cooperativa de Colombia Sede Villavicencio. Recuperado de: [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/4465/1/2017\\_esterotipos\\_belleza\\_fisica.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/4465/1/2017_esterotipos_belleza_fisica.pdf)

Díaz, P., Quintas, N., & Muñoz, C. (2010). *Un estudio de la representación del cuerpo femenino en la publicidad de marcas de moda en España*. *ICONO* 14, 8(3). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556585013.pdf>

Fajardo E, Méndez C, Jauregui A. (2017). Prevalencia del riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en una población de estudiantes de secundaria, Bogotá - Colombia. *rev.fac.med* [online]. Vol.25, n.1, pp.46-57. ISSN 0121-5256. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.18359/rmed.2917>

García, L., & González, Y. (2019). *Los factores psicosociales de la anorexia y bulimia en adolescentes*. Barrancabermeja: Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de: [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15314/1/2019\\_psicosociales\\_bulimia\\_anorexia.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15314/1/2019_psicosociales_bulimia_anorexia.pdf)

Giedd, J. (2004). Structural magnetic resonance imaging of the adolescent brain. *Annals of the New York Academy of Sciences*.1021, 77-85. Recuperado de: [http://thesciencenetwork.org/docs/BrainsRUs/ANYAS\\_2004\\_Giedd.pdf](http://thesciencenetwork.org/docs/BrainsRUs/ANYAS_2004_Giedd.pdf)

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 28

Gómez, L. (2020). *Estereotipos de belleza: formas de control hacia los cuerpos femeninos*.

Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50209/Trabajo%20de%20grado%20Laura%20Daniela%20G%c3%b3mez%20Zambrano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, M., León, D & Pineda, J. (2014). *Análisis de las construcciones de sentido sobre el estereotipo femenino, en mujeres caleñas entre 25 y 30 años, lectoras de la revista imagen que circula gratuitamente en la ciudad de Cali*. (Trabajo de grado).

Universidad Autónoma de Occidente. Cali, Colombia. Recuperado de:

<http://docplayer.es/8058651-Maria-alejandra-gonzalez-echeverri-daniela-leon-marinjenny-alexandra-pineda-arenas.html>

Güemes, M, Ceñal, M & Hidalgo, M. (Febrero, 2017). Pubertad y adolescencia. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*. Vol.1: 7-22. Recuperado de:

<https://www.adolescenciasema.org/ficheros/REVISTA%20ADOLESCERE/vol5num1-2017/07-22%20Pubertad%20y%20adolescencia.pdf>

Gullen F & Conejo J.(1996): “*Manual de la técnica de rejilla mediante el programa*

*RECORD V. 2.0*”. Segunda versión ampliada. Recuperado de:

[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/33138/1/Manual\\_de\\_la\\_tecnica\\_de\\_rejilla%20\(pags%201-31\).pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/33138/1/Manual_de_la_tecnica_de_rejilla%20(pags%201-31).pdf)

Hudson, J. (2005). Genetic epidemiology of eating disorders. Too little, too much: What is disorder eating?. Atlanta: Annual Meeting of the American Psychiatric Association.

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 29

Manterola C, etal, Austidillo P, Arias E & Claros N. “Revisión Sistemáticas de la

Literatura. Qué se debe saber acerca de ellas”. Elsevier España.

2011.doi.10.1016/j.ciresp.2011.07009. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/251553765\\_Revisiones\\_sistematicas\\_de\\_la\\_literatura\\_Que\\_se\\_debe\\_saber\\_acerca\\_de\\_ellas](https://www.researchgate.net/publication/251553765_Revisiones_sistematicas_de_la_literatura_Que_se_debe_saber_acerca_de_ellas)

Martinez, G. (2018). *Instagram como herramienta de comunicación: ¿alimentan las ‘instagramers’ los estereotipos femeninos? Aplicación al sector de la moda.*

Universidad Complutense de Madrid-España. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/profile/Gema\\_Martinez7/publication/318284827\\_Instagram\\_como\\_herramienta\\_de\\_comunicacion\\_alimentan\\_las\\_'instagramers'\\_los\\_estereotipos\\_femeninos\\_Aplicacion\\_al\\_sector\\_de\\_la\\_moda/links/5960d2bc458515a357f89585/Instagram-como-herr](https://www.researchgate.net/profile/Gema_Martinez7/publication/318284827_Instagram_como_herramienta_de_comunicacion_alimentan_las_'instagramers'_los_estereotipos_femeninos_Aplicacion_al_sector_de_la_moda/links/5960d2bc458515a357f89585/Instagram-como-herr)

Martínez, M., & Muñoz, A. (2014). *Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina.* Universidad de Granada. Recuperado de:

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/49100/45792>

Martínez, M. Mar & Muñoz, M. (2015): “*Iconografía, estereotipos y*

*manipulación fotográfica de la belleza femenina*”. Estudios sobre el Mensaje

Periodístico. Vol. 21. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad

Complutense.

Méndez, J., & Rico, A. (2018). Educación, cultura, estereotipos, cuerpo, género y

diferencias sociales en la fotografía de moda. Scielo, 9(17). Recuperado de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-85502018000200165](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-85502018000200165)

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 30

Moscoso, J. (2010). *Re-inventando cuerpos: Construcción de estereotipos de belleza a partir del “peso ideal”*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Recuperado de:

<http://200.41.82.22/bitstream/10469/3759/1/TFLACSO-2010JEMS.pdf>

Muñoz, C. (2015). *Estereotipos de belleza femenina en publicidad y afectación en jóvenes del Ecuador*. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Recuperado de:

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4189/1/113708.pdf>

Murillo, M (2019). *Masas y mujeres: Enigmas, identificaciones, deseos. XI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVI Jornadas de Investigación. XV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. I Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. I Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires*. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/000-111/466>

Nixon, K. (2020). *Estereotipos y percepción de belleza en Instagram*. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado

de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50220/Tesis%20Definitiva%20al%20100.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Oberti, P. (2012). *Estereotipos de género y medios de comunicación: ideales de belleza y trastornos alimenticios en las mujeres*. Universidad de la República. Recuperado de:

[https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/9558/1/TTS\\_PintadoOfelia.pdf](https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/9558/1/TTS_PintadoOfelia.pdf)

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Salud mental del adolescente*. Recuperado de:

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 31

Orozco, V. (2015). *Estereotipos de las mujeres caleñas a través de la campaña “belleza real” de Dove*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado de: <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/8173/1/T06164.pdf>

Pérez, Ana, Gabino, María, & Baile, José. (2016). *Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas*. Scielo. Vol. 7. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-15232016000100040](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232016000100040)

Pérez, M, Romero, M (2010): El mercado mediático de la belleza: estudio de la estructura de ingresos en revistas femeninas de alta gama. *Icono* 14, 8 (3), 925. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/38185746/Icono14-A8-ESP-El-mercado-mediatico-de-la-belleza-Estudio-de-la-estructura-de-ingresos-en-revistas-femeninas-de-alta-gama>

Plaza, J. (2010). *Medios de comunicación, anorexia y bulimia*. Redalyc, 8 (3). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556585005.pdf>

Raich, Rosa María (2011). Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. *Avances en Psicología Latinoamericana*, [S.l.], v. 22, n. 1, p. 15-27, feb. 2011. ISSN 2145-4515. Recuperado de: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/view/126>

Real academia española. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Madrid. Recuperado el 08 de Abril de 2020, de <https://dle.rae.es/estereotipo>

Real academia española. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Madrid. Recuperado el 22 de noviembre de 2020, de <https://dle.rae.es/estereotipo>

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad. 32

Rodríguez Camargo, M., & Valbuena Quiñonez, M. C. (2015). Diseño y validación de un instrumento de detección temprana de riesgo psicosocial asociado a TCA-IDTCA (Bachelor's thesis, Universidad Piloto de Colombia).

Ruiz, M. (2014). *La construcción de la identidad e imagen corporal en la adolescencia a través de los medios de comunicación social*. Artículos científicos. Recuperado de: [https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/dokumentuak\\_urria/eu\\_def/adjuntos/se\\_va\\_construccion\\_identidad\\_imagen.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/dokumentuak_urria/eu_def/adjuntos/se_va_construccion_identidad_imagen.pdf)

Salinas, D. (2015). *Estándares de belleza y cultura en la manifestación de anorexia en jóvenes del corregimiento de Bellavista en Ciudad de Panamá*. Scielo, 20 (31). Recuperado de: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762015000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762015000200005&script=sci_arttext)

Sesento, L., & Lucio, R. (2018). *Afectación en la autoestima de las adolescentes a causa de los estereotipos de belleza como falsa respuesta a una imagen estructurada colectiva*. Pedagogía Crítica, 2(4). Recuperado de: [https://www.ecorfan.org/republicofperu/research\\_journals/Revista\\_de\\_Pedagogia\\_Critica/vol2num4/Revista\\_de\\_Pedagog%C3%ADa\\_Critica\\_V2\\_N4\\_1.pdf](https://www.ecorfan.org/republicofperu/research_journals/Revista_de_Pedagogia_Critica/vol2num4/Revista_de_Pedagog%C3%ADa_Critica_V2_N4_1.pdf)

Torres, A. (2018). *Ideal de belleza femenino en instagram: una reflexión personal desde la ilustración*. València: Facultad de Bellas Artes de Sant Carles. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/110150/TORRES%20-%20El%20ideal%20de%20belleza%20femenino%20en%20Instagram%3a%20Una%20reflexi%c3%b3n%20personal%20desde%20la%20ilustraci%c3%b3n..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de  
13 a 17 años de edad. 33

Uribe, R. (2017). *El aprendizaje en la era digital. Perspectivas desde las principales teorías.*

Aibi revista de investigación, administración e ingeniería. Vol. 5, N. 2. Recuperado

de:

<https://pdfs.semanticscholar.org/13a3/4ff8abeab4d6235b8f733673e04448f5cfe3.pdf>