



Facultad de Estudios Superiores
IZTACALA

Media literacy to promote body satisfaction and healthy eating in adolescents

Alfabetización en medios para promover la satisfacción corporal y la alimentación saludable en adolescentes

Lorena Leticia Lamia Trejo¹, Esteban Jaime Camacho Ruíz¹, María del Consuelo Escoto Ponce de León², Manuel Leonardo Ibarra Espinosa¹

¹Universidad Autónoma del Estado de México. Centro Universitario Nezahualcóyotl.

²Universidad Autónoma del Estado de México. Centro Universitario Ecatepec.

Recibido: 2018-12-03

Revisado: 2019-03-20

Aceptado: 2022-11-21

Autor de correspondencia: jaime_camacho_ruiz@hotmail.com (E.J. Camacho-Ruiz.)

Financiamiento: Ninguno

Agradecimientos: Ninguno

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Resumen

Este estudio evaluó la eficacia de un programa de alfabetización en medios (AM) para promover la satisfacción corporal y la alimentación saludable en adolescentes de 12 a 15 años de edad. Es un estudio cuantitativo, cuasiexperimental y longitudinal, con preprueba y postprueba. Participaron 30 mujeres adolescentes de 12-15 años de edad, asignadas aleatoriamente a una de dos condiciones: programa de AM ($n = 16$) y grupo control en lista de espera ($n = 14$). Las participantes completaron, en preprueba y postprueba, el Cuestionario de Actitudes hacia la Apariencia Física (SATAQ-3), el Cuestionario de Evitación de la Imagen Corporal (BIAQ) y el Cuestionario de Comportamiento Alimentario (CCA). Hubo una disminución en las puntuaciones obtenidas por el grupo con intervención. Las participantes reportaron comparar menos su cuerpo con relación al cuerpo de las personas que son atléticas ($F = 4.17, p = .05$), las participantes también consideraron, al finalizar la intervención, que las personas famosas no son una fuente importante de información sobre la moda y sobre cómo ser atractiva ($F = 6.87, p = .01$). Los programas de AM son herramientas socioeducativas útiles para prevenir la

insatisfacción corporal y los comportamientos alimentarios de riesgo, así como para promover conductas saludables.

Palabras clave. Alfabetización de medios, satisfacción corporal, comportamiento alimentario, intervención.

Abstract This study evaluated the effectiveness of a media literacy (ML) program to promote body satisfaction and healthy eating in adolescents from 12 to 15 years old. The study is quantitative, quasi-experimental and longitudinal study, with pre-test and final post-test. Participated 30 female adolescents aged from 12 to 15 years old, randomly assigned to one of two conditions: ML program ($n = 16$) and control group on the waiting list ($n = 14$), who answered the Attitudes to the Physical Appearance Questionnaire (SATAQ-3), the Body Image Avoidance Questionnaire (BIAQ) and the Eating Behavior Questionnaire (CCA). The participants reported comparing their body less with respect to the body of people who are athletic ($F = 4.17$, $p = .05$), the participants also considered, at the end of the intervention, that famous people are not an important source of information about fashion and how to be attractive ($F = 6.87$, $p = .01$). ML programs are useful socio-educational tools to prevent problems such as dissatisfaction with body image and risky eating behaviors, or to promote healthy behaviors.

Keywords. Media literacy, body satisfaction, eating behavior, intervention.

Introducción

La imagen corporal es considerada como la representación mental que cada persona tiene con relación a su figura, forma y tamaño del cuerpo, en donde también se contempla la forma en que cada quien se percibe a sí mismo; es decir, la forma en que cada quien piensa que lo ven los demás y como al respecto, se sienten y actúan (Raich, 2010). Según Salazar (2007), la imagen corporal se ve influenciada principalmente por la delgadez promovida por los medios de comunicación, la cual es sinónimo de perfección. Ante este fenómeno, la población más expuesta y vulnerable son las mujeres adolescentes, lo que indica que este grupo es prioritario en cuanto a la prevención (Cash y Smolak, 2011). La insatisfacción con la imagen corporal aumenta a medida que aumenta la exposición a los medios de comunicación, donde en la mayoría de las ocasiones se idealiza la silueta corporal delgada y, resultado de la presión para alcanzarla, se adoptan algunas conductas alimentarias de riesgo (Cortez et al., 2016).

Las conductas alimentarias son definidas como aquellos comportamientos que se tienen diariamente y están relacionados con los hábitos alimentarios,

principalmente con la selección, la preparación y el volumen de alimentos consumidos (Osorio, Weisstaub y Castillo, 2002).

La insatisfacción con la imagen corporal es cada vez más común en las sociedades occidentales actuales (Hernández-Cortés y Londoño, 2013). Behar (2010) menciona que el nivel de insatisfacción corporal y los problemas de salud que se relacionan con las patologías alimentarias son evidentemente más significativos entre las mujeres, en comparación a los hombres, sobre todo en América del norte, Australia y países europeos.

Dada esta problemática, se han venido diseñando programas de prevención de la enfermedad y promoción de la salud; como ejemplo de la promoción se encuentran los programas de alfabetización en medios. Dichos programas ofrecen la oportunidad de difundir conocimientos sobre la insatisfacción corporal y los comportamientos alimentarios (Organización Mundial de la Salud, 2004).

La alfabetización en medios pertenece al enfoque de educación para el siglo XXI, ya que este es el encargado de dar una referencia para acceder, analizar, evaluar y crear mensajes tanto digitales como

impresos y conducir la comprensión del papel que juegan los medios de comunicación en la sociedad (Sorensen, 2011). El poder que tiene la alfabetización en medios es su habilidad para inspirar pensamientos independientes y promover el análisis crítico en cada persona (Center for Media Literacy, 2003).

Go-Girls es un ejemplo de programa de alfabetización en medios (Eating Disorder Awareness and Prevention [EDAP], 1999), es de tipo psicoeducativo enriquecido y está dirigido a mujeres estudiantes de nivel secundaria, de entre 12 y 15 años de edad. Tiene como objetivos: 1) aumentar la satisfacción corporal; 2) crear espectadoras críticas de los mensajes de los medios de comunicación en cuanto a los estereotipos de belleza y del ideal corporal de delgadez; y 3) fomentar comportamientos alimentarios saludables. Comprende 12 sesiones, cada una de las cuales se imparte en 50 min, una vez a la semana. Los contenidos principales son: autoestima, imagen corporal, medios masivos de comunicación, trastornos de la conducta alimentaria, anuncios publicitarios, activismo social, tácticas publicitarias, elogio/protesta, campañas de *marketing* y temas referentes a la alimentación.

Otro estudio que ha evaluado el impacto del programa de alfabetización de medios es el realizado por Wade, Davidson y O'Dea (2003), en el cual compararon la eficacia del programa *Go-Girls* (EDAP, 1999) con un programa de autoestima diseñado para reducir los factores de riesgo generales y específicos de los trastornos alimentarios. La muestra estuvo conformada por 53 niños y 33 niñas ($n = 86$), con una edad promedio de 13.42 años. Los estudiantes fueron asignados aleatoriamente a una de tres condiciones: grupo control ($n = 18$, 13 niños y 5 niñas), programa de autoestima ($n = 43$, 26 niños y 17 niñas) y programa de alfabetización de medios ($n = 25$, 14 niños y 11 niñas). El programa se impartió en cinco sesiones de 50 min. El grupo control participó en su rutina de educación religiosa. Después de tres meses de seguimiento, se observó que la intervención con alfabetización de medios disminuyó la preocupación por el peso, a diferencia de la intervención con autoestima, la cual no tuvo éxito en la disminución de la preocupación por el peso.

En México, hasta el 2017, no se encontró algún estudio que haya incluido programa de alfabetización en medios con estos objetivos. Por lo planteado

anteriormente, el objetivo del presente estudio fue evaluar la eficacia de un programa de alfabetización en medios para promover la satisfacción corporal y la alimentación saludable en adolescentes de 12 a 15 años de edad.

Método

Diseño

El estudio fue cuasiexperimental, ya que los sujetos no fueron asignados al azar. Aun cuando se estén usando grupos ya formados “grupos intactos”, uno recibió la intervención (experimental) y el otro sirvió como control. El estudio fue de corte longitudinal, con una evaluación inicial (preprueba) y otra final (postprueba) en ambos grupos, la cual se realizó inmediatamente después de implementar el programa de alfabetización en medios para promover la satisfacción corporal y la alimentación saludable en adolescentes.

Participantes

Participaron 30 adolescentes mujeres de entre 12 y 15 años de edad, de una escuela secundaria pública de la zona oriente del Estado de México. Las participantes fueron seleccionadas intencionalmente, pero fueron asignadas aleatoriamente a los grupos, considerando una de dos condiciones: control en lista de espera ($n = 14$) o alfabetización de medios ($n = 16$).

Instrumentos y medidas

Cuestionario de Actitudes hacia la Apariencia Física (SATAQ-3, por sus siglas en inglés; Thompson, Van den Berg, Roehring, Guarda y Heinberg, 2004). Consta de 30 preguntas tipo Likert, con cinco opciones de respuesta (1 = *muy en desacuerdo*; 5 = *muy de acuerdo*). Evalúa distintas fuentes potenciales de influencias de los medios a través de cuatro factores, dos de interiorización: 1) influencia genérica de los medios relacionada con la tv, las revistas y películas (Internalización general [9 ítems; $\alpha = .92$]); y 2) interiorización de las figuras deportivas y atléticas (Interiorización atlética [5 ítems; $\alpha = .89$]). Los otros dos factores reflejan: la presión de los medios (7 ítems; $\alpha = .94$) y las fuentes de información (9 ítems; $\alpha = .94$).

La consistencia interna del cuestionario es .94, y sus subescalas tienen excelente validez convergente con medidas de imagen corporal y alimentación alterada. El SATAQ-3 ha sido validado en población hispana (Llorente, Warren, Pérez y Gleaves, 2013).

Cuestionario de Evitación de la Imagen Corporal (BIAQ, por sus siglas en inglés; Rosen, Srebnik, Saltzberg y Wendt, 1991), el cual mide la frecuencia con la que se practican ciertas conductas de evitación activa y pasiva de situaciones que se relacionan con la imagen corporal. Consta de 19 ítems que recogen los comportamientos llevados a cabo para controlar y disimular la apariencia, cada uno de los cuales se puntúa en una escala Likert que va de 1 (*nunca*) a 6 (*siempre*). La puntuación mínima es de 0 y la máxima 114. Comprende cuatro subescalas: Vestimenta (modo de llevar la ropa o tendencia a usar ropas que disimulen el cuerpo), Actividades sociales (evitación de situaciones sociales en las que la comida, el peso o la apariencia pueden convertirse en el foco de atención), Restricción alimentaria (conductas de comportamiento en cuanto a la comida) y Arreglo personal (conductas de pesarse, arreglarse y mirarse en los espejos). El cuestionario tiene una consistencia interna adecuada ($\alpha = .89$), una confiabilidad test-retest de .87, y correlaciona con las actitudes negativas hacia el peso y la figura, y con la distorsión perceptual del tamaño corporal.

Cuestionario del Comportamiento Alimentario (CCA; Márquez-Sandoval et al., 2014), el cual mide aspectos del comportamiento alimentario, para establecer o dar seguimiento a acciones correctivas o preventivas. Consta de 31 ítems (16 ítems con respuesta de opción múltiple, dos preguntas abiertas (en una se registraba la hora en que la participante ingería algún alimento durante el día y en la siguiente, y en la otra, registraba con quien ingería ese alimento), 12 con escala tipo Likert que va del 1 (*me agrada mucho*) al 5 (*me desagrada mucho*) y una sola pregunta para responder si o no). La confiabilidad test-retest del cuestionario fue de .76.

Índice de masa corporal (IMC), durante la sesión uno, la facilitadora tomó la talla de cada participante con un metro colocado en una superficie plana y el peso de cada participante con una báscula marca Tanita. Para hacer el cálculo de cada participante, se dividió el peso entre la talla al cuadrado.

Intervención

Programa de alfabetización de medios *Vamos Chicas*. Este supone la traducción (realizada por un nativo americano) y la adaptación al lenguaje castellano por los autores del presente estudio del programa, el cual está dirigido a mujeres estudiantes de nivel secundaria, de entre 12 y 15 años de edad. De las 12 sesiones originales, solo se adaptó la sesión 11, ya que una de las actividades de esta era escribir un artículo para ser presentado para posible inclusión en el sitio web o boletín de la Asociación Nacional de Trastornos Alimentarios (NEDA), para que las personas en todo el país pudieran conocer sus esfuerzos. El artículo sí se escribió, y se difundió en formato de carteles en el espacio designado para periódico mural de la misma institución.

Procedimiento

Para la implementación del programa se gestionaron los permisos pertinentes con la institución educativa. Posteriormente se acudió a los grupos, en donde se les entregó el consentimiento informado, el cual llevaron a su casa para enterar a sus padres de la evaluación. Después, en caso de aceptar participar, las adolescentes firmaron el asentimiento informado. Inicialmente se convocaron 31 participantes, a una de estas, su padre o tutor no le permitió participar en el estudio, por eso fue excluida del mismo. La intervención comenzó, se mantuvo y terminó con las 30 participantes intactas. Antes de comenzar la intervención (en la sesión uno) y al terminar la misma (en la sesión 12), se aplicó un paquete de cuestionarios y pruebas a ambos grupos: el de intervención y el de control en lista de espera. Durante la aplicación de los cuestionarios se leyeron los ítems y se les dio tiempo para que fueran contestando. Se aplicó el programa de promoción al grupo experimental.

Análisis de datos

Los resultados de las aplicaciones (pre y postprueba) se analizaron con el programa estadístico SPSS, versión 24. Para analizar la equivalencia inicial, se utilizó la prueba *t* Student para muestras independientes. Posteriormente se utilizó el ANOVA de medidas repetidas para evaluar el efecto de la intervención en la variable: insatisfacción corporal, y la prueba no paramétrica de Wilcoxon para evaluar el efecto de la intervención en la variable: comportamiento alimentario.

Resultados

Se encontró diferencia significativa en cuanto a la edad, la cual fue mayor en el grupo control. Por tanto, la edad fue utilizada como covariable en los subsiguientes análisis. En cuanto al índice de masa corporal (IMC), no se observó diferencia significativa entre los grupos (Tabla 1).

El análisis con la prueba *t* para muestras independientes entre el grupo con intervención y el grupo control en la preprueba del SATAQ-3 y el BIAQ. No se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las subescalas de ambos instrumentos ($p \geq .05$),

Tabla 1. Información demográfica de los grupos control e intervención.

| Variable | Grupo | | <i>t</i> | <i>p</i> |
|---|-----------------------------|----------------------------------|----------|----------|
| | Control (<i>n</i> = 14) | Intervención (<i>n</i> = 16) | | |
| Edad: <i>M</i> (<i>DE</i>) | 12.14 (0.36) | 13.19 (1.05) | 3.74 | .001 |
| Rango de edad (años) | 12-13 | 12 a 15 | | |
| Índice de masa corporal: <i>M</i> (<i>DE</i>) | 21.28 (3.84) | 21.27 (2.46) | 0.01 | .99 |
| Rango de índice de masa corporal | 16.20-27.90 | 18.10-25.80 | | |

por lo que se asumió la equivalencia inicial (Tabla 2). Se realizó ANOVA de medidas repetidas entre el grupo con intervención y el grupo control en cada una de las subescalas. Tampoco se encontraron diferencias significativas en las subescalas ($p \geq .05$). Se realizó un ANOVA entre el grupo con intervención y el grupo control para cada ítem del SATAQ-3. Solo se observaron diferencias estadísticamente significativas para el ítem 24 (“Yo comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas que son atléticas”) y el ítem 29 (“Las personas famosas son una importante fuente de información sobre la moda y cómo ser atractivo”). Análisis que se replicó para cada ítem del BIAQ, únicamente se identificó diferencia significativa entre los grupos en el ítem 13 (“Estoy inactiva/o”).

Se realizó la prueba no paramétrica de Wilcoxon en el grupo con intervención, comparando la preprueba con la postprueba para cada ítem del Cuestionario de Comportamiento Alimentario (Tabla 3). Solo se observaron diferencias significativas en los ítems siguientes: 11 (fruta), 13 (carnes y pollo), 15 (lácteos), 16 (pan, tortillas, papas, pastas y cereales), 18 (alimentos dulces) y 21 (bebidas alcohólicas).

Discusión

Este estudio evaluó la eficacia de un programa de alfabetización en medios para promover la satisfacción corporal y la alimentación saludable en adolescentes

Tabla 2. Comparación entre los grupos en la preprueba y la postprueba para los ítems del SATAQ-3 y BIAQ.

| Variable | Preprueba | | Postprueba | | <i>F</i> | <i>p</i> |
|--|--------------------------------------|---|--------------------------------------|---|----------|----------|
| | Control <i>M</i> (<i>DE</i>) | Intervención <i>M</i> (<i>DE</i>) | Control <i>M</i> (<i>DE</i>) | Intervención <i>M</i> (<i>DE</i>) | | |
| SATAQ | | | | | | |
| 24. Yo comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas que son atléticas | 1.79 (1.31) | 1.88 (1.14) | 1.86 (1.16) | 1.13 (0.34) | 4.17 | .05 |
| 29. Las personas famosas son una importante fuente de información ... | 2.00 (1.47) | 2.19 (1.51) | 2.57 (1.40) | 1.31 (0.87) | 6.87 | .01 |
| BIAQ | | | | | | |
| 13. Estoy inactivo/a. | 2.71 (1.94) | 1.81 (1.38) | 1.57 (0.65) | 2.25 (1.57) | 4.77 | .04 |

Notas. BIAQ = Cuestionario de Evitación de la Imagen Corporal, SATAQ-3 = Cuestionario de Actitudes hacia la Apariencia Física-3. Solo se presentan los ítems con diferencia estadísticamente significativa.

Tabla 3. Comparación en la preprueba y la postprueba del grupo con intervención para los ítems del Cuestionario de Comportamiento Alimentario.

| Ítems | Intervención | | W | p |
|---|---------------------|----------------------|------|-----|
| | Preprueba M (DE) | Postprueba M (DE) | | |
| 11.- Fruta | 1.34 (0.60) | 1.00 (0.00) | 1.69 | .05 |
| 13.- Carnes y pollo | 1.70 (1.08) | 1.13 (0.50) | 2.46 | .01 |
| 15.- Lácteos | 2.81 (1.56) | 1.88 (1.26) | 1.99 | .04 |
| 16.- Pan, tortillas, papas, pastas y cereales | 2.69 (1.70) | 1.44 (0.81) | 2.69 | .00 |
| 18.- Alimentos dulces | 2.50 (1.63) | 1.63 (0.88) | 2.03 | .04 |
| 21.- Bebidas alcohólicas | 3.88 (1.54) | 2.94 (1.65) | 1.98 | .04 |

Nota. Solo se presentan los ítems con diferencia estadísticamente significativa.

de 12 a 15 años de edad. Los principales efectos de la intervención fueron estadísticamente significativos en algunos ítems. En la variable alfabetización en medios, tras la intervención se encontraron diferencias significativas en dos de los ítems (“Yo comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas que son atléticas” y “Las personas famosas son una importante fuente de información sobre la moda y cómo ser atractivo”). En la variable satisfacción corporal solo se observó diferencia significativa en un ítem (“Estoy inactivo/a”). Por otro lado, en la variable comportamiento alimentario se observaron diferencias significativas en seis ítems, siendo: Fruta; Carnes y pollo; Lácteos; Pan, tortillas, papas, pastas y cereales; Alimentos dulces; y Bebidas alcohólicas.

En los estudios de Bassett et al. (2015), Cragg et al. (2017) y Hillard et al. (2016) las mujeres seguían reportando puntuaciones moderadas después de la intervención en el deseo de imitar o lucir como las modelos de los anuncios publicitarios, aunque las participantes se daban cuenta de que las representaciones idealizadas no eran realistas. En contraste a estos estudios, en la presente investigación se encontró que, después de la intervención, las participantes del grupo experimental habían reducido la influencia negativa del ideal de delgadez, logrando disminuir

las puntuaciones donde ellas creían que las personas famosas eran una importante fuente de información sobre la moda y sobre cómo ser atractivo. Las participantes reportaron que ya no deseaban lucir e imitar a las personas famosas porque ellas conocían e identificaban algunas tácticas publicitarias en los anuncios y mensajes publicitarios, y además porque –tras de la intervención– sabían que no existen cuerpos *perfectos* (Irving y Berel, 2001; McLean, Paxton y Wertheim, 2013; Mora et al., 2015).

Al explorar cómo los espectadores interactúan con los mensajes de los medios de comunicación y con la interiorización del ideal delgado (Ata et al., 2013), en especial cuando la investigación se lleva a cabo con adolescentes tempranas, se ha encontrado que a mayores puntuaciones en la comparación del propio cuerpo, menor será el grado de satisfacción con el mismo (Durkin et al., 2005). Sin embargo, refutando esta afirmación, en la presente investigación se encontró que, en el grupo experimental después de la intervención, las puntuaciones disminuyeron en cuanto a que las chicas ya no comparaban su cuerpo con el de las personas atléticas. Ya que ellas comprendieron y consideraron que estaban en una etapa de desarrollo corporal en donde aún les están ocurriendo cambios físicos, y el compararse con modelos o personas atléticas solo les causaría insatisfacción corporal, por no tener un cuerpo “trabajado” con ejercicio físico, y por eso es que ellas mostraron un aumento en la práctica de actividad física después de la intervención, este último resultado no se encontró en algún otro estudio con intervención de alfabetización de medios.

El hecho de desmentir los beneficios de las dietas y enseñar habilidades para ingerir alimentos sanos puede haber contribuido a mejorar algunas actitudes y conductas alimentarias (González et al., 2011), incluida la reducción de la dieta (Barker y Galambos, 2003; Bearman et al., 2006; McLean et al., 2016). En este estudio, al igual que en los mencionados, se observó que después de la intervención el grupo experimental empezó a incluir todos los grupos de alimentos, los cuales antes de la intervención consideraban engordantes o “amenazantes” para su peso corporal, por ejemplo; la fruta, las carnes, los lácteos, el pan, las tortillas, las papas, las pastas y los cereales (Coughlin y Kalodner, 2006; King y Hill, 2008).

Los resultados demostraron que la intervención de alfabetización en medios fue capaz de reducir algunos aspectos de la insatisfacción corporal y el comportamiento alimentario de riesgo en el grupo de intervención. Hallazgo que concuerda con los resultados obtenidos en estudios previos (Bessenoff, 2006; Browning, Coughlin y Kalodner, 2006; Khazir et al., 2016; Kusel, 1995; Rodgers et al., 2016; Slevic y Tigge-mann, 2010; Watson y Vaughn, 2006; Wolf-Bloom, 1998), en donde se menciona que la formación con alfabetización en medios puede ayudar a aumentar la satisfacción corporal en las adolescentes tempranas.

Limitaciones y propuestas futuras

La presente investigación tuvo algunas limitaciones. No se incluyeron diversos temas referentes a la imagen corporal, por ejemplo: la importancia de la apariencia física, la autoconfianza del cuerpo, la autoestima y la satisfacción con ciertas partes del cuerpo (Cragg, 2017). Para futuras investigaciones se sugiere que se incluyan diversos temas referentes a la imagen corporal, por ejemplo: la importancia de la apariencia física, la autoconfianza del cuerpo, la autoestima y la satisfacción con ciertas partes del cuerpo. No se incluyeron participantes varones en esta intervención, aunque también deben ser considerados parte del problema y parte de la solución cuando se trata de insatisfacción corporal y los comportamientos alimentarios alterados (González, 2012; Irving, Dupen y Berel, 1998; McVey et al., 2010; O'Dea y Yager, 2011; Wilksch y Wade, 2009). Para futuras investigaciones, se sugiere incluir participantes varones en las intervenciones ya que son considerados parte del problema y parte de la solución cuando se trata de insatisfacción corporal y los comportamientos alimentarios perturbados. Se realizó una evaluación del impacto del programa, sin embargo, existe la necesidad de hacer un seguimiento a algunas semanas o meses de la intervención (Espinoza, Penelo y Raich, 2013; Wilksch y Wade, 2009). Para futuras investigaciones se sugiere hacer un seguimiento a corto o mediano plazo. Las intervenciones de alfabetización producen cambios en la insatisfacción corporal y en los factores de riesgo

relacionados con los medios de comunicación, algunos autores (Halliwell et al., 2011; McLean, Wertheim, Marques y Paxton, 2016; Richardson y Paxton, 2010) mencionan que no solo se debería de atacar desde la interiorización del ideal delgado, sino también es de suma importancia retomar la comparación de la apariencia física, en este estudio no se incorporó esta última. Para futuras investigaciones se sugiere no solo tomar en cuenta la interiorización del ideal delgado, sino también tomar en cuenta los aspectos relacionados con la apariencia física.

Referencias

- Ata, R., Thompson, J. y Small, B. (2013). Effects of exposure to thin-ideal media images on body dissatisfaction: Testing the inclusion of a disclaimer versus warning label. *Body Image*, 10(4), 472-480. Doi: 10.1016/j.bodyim.2013.04.004.
- Barker, E. y Galambos, N. (2003). Body dissatisfaction of adolescent girls and boys: Risk and resource factors. *Journal of Early Adolescence*, 23, 141-165. Doi: 10.1177/S0272431603251081.
- Bassett, K., Campione, N. y Lindell, A. (2015). Body talk: Siblings' use of positive and negative body self-disclosure and associations with sibling relationship quality and body esteem. *Journal of Youth and Adolescence*, 44(8), 1567-1579. Doi:10.1007/s10964-014-0180-1.
- Bearman, S., Presnell, K. y Martínez, E. (2006). The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 35, 229-241. Doi: 10.1007/s10964-005-9010-9.
- Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 48(4), 319-334. Doi: 10.4067/S0717-92272010000500007.
- Bessenoff, G. (2006). Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30(3), 239-251. Doi: 10.1111/j.1471-6402.2006.00292.x.
- Browning, H., Laxer, R. y Janssen, I. (2013). Food and eating environments in Canadian schools. *Canadian Journal of Dieting Practice and Research*. 74(4), 160-166. Doi: 10.3148/74.4.2013.160.
- Cash, T. y Smolak, L. (2011). *A handbook of science, practice and prevention*. Nueva York: Guilford Press.
- Center for Media Literacy. (2003). Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios: Un marco de

- referencia para aprender y enseñar en la era mediática. *Guía de orientación para docentes/líderes*. Disponible en <http://www.eduteka.org/MediaLit.php>.
- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C. et al. (2016). Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7, 116-124. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.05.001>.
- Coughlin, J. y Kalodner, C. (2006). Media literacy as a prevention intervention for college women at low- or high-risk for eating disorders. *Body Image*, 3(1), 35-43. Doi: 10.1016/j.bodyim.2006.01.001.
- Cragg, D., Mulgrew, K. y Kannis-Dymand, L. (2017). Can disclaimer labels or dove evolution commercial mitigate negative effects of thin-ideal exposure? *Journal of Health Psychology, OnlineFirst*, 1-11. Doi: 10.1177/1359105317690037.
- Durkin, S., Paxton, S. y Wertheim, E. (2005). How do adolescent girls evaluate body dissatisfaction prevention messages? *Journal of Adolescent Health*, 37(5), 381-390.
- Eating Disorder Awareness and Prevention. (1999). *¡Go girls!* Seattle: EDAP. Disponible en <https://www.nationaleatingdisorders.org/>.
- Espinoza, P., Penelo, E. y Raich, R. (2013). Prevention programme for eating disturbances in adolescents. Is their effect on body image maintained at 30 months later? *Body Image*, 10(2), 175-181. Doi: 10.1016/j.bodyim.2012.11.004.
- González, M. (2012). *Metodologías mixtas en la evaluación de un programa preventivo de trastornos alimentarios: Seguimiento a los 30 meses*. Unpublished doctoral dissertation, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, Spain.
- González, M., Penelo, E. y Gutiérrez, T. (2011). Disordered eating prevention programme in schools: A 30-month follow-up. *European Eating Disorders Review*, 19(4), 349-356. Doi: 10.1002/erv.1102.
- Halliwell, E., Easun, A. y Harcourt, D. (2011). Body dissatisfaction: Can a short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls? *British Journal of Health Psychology*, 16, 396-403. Doi: 10.1348/135910710X515714.
- Hernández-Cortés, L. y Londoño, C. (2013). Imagen corporal, IMC, afrontamiento, depresión y riesgo de TCA en jóvenes universitarios. *Anales de Psicología*, 29(3), 748-761. Doi: 10.6018/analesps.29.3.175711.
- Hillard, E., Gondoli, D., Corning, A. y Morrissey, R. (2016). In it together: Mother talk of weight concerns moderates negative outcomes of encouragement to lose weight on daughter body dissatisfaction and disordered eating. *Body Image*, 16, 21-27. Doi: 10.1016/j.bodyim.2015.09.004.
- Irving, L. y Berel, S. (2001). Comparison of media literacy programs to strengthen college women's resistance to media images. *Psychology of Women Quarterly*, 25(2), 103-111. Doi: 10.1111/1471-6402.00012.
- Irving, L., Dupen, J. y Berel, S. (1998). A media literacy program for high school females. *Eating Disorders: Journal of Treatment & Prevention*, 6(2), 119-131. Doi: 10.1080/10640269808251248.
- Khazir, Z., Dehdari, T., Majdabad, M. y Tehrani, S. (2016). Psychological aspects of cosmetic surgery among females: A media literacy training intervention. *Global Journal of Health Science*, 8(2), 35-45. Doi:10.5539/gjhs.v8n2p35.
- King, L. y Hill, A. (2008). Magazine adverts for healthy and less healthy foods: Effects on recall but not hunger or food choice by pre-adolescent children. *Appetite* 51(1), 194-197, Doi: 10.1016/j.appet.2008.02.016.
- Kusel, A. (1999). *Primary prevention of eating disorders through media literacy training of girls*. Tesis doctoral. California: Escuela Profesional de Psicología. Disponible en <http://psycnet.apa.org/record/1999-95020-119>.
- Llorente, E., Warren, C., Pérez, L. y Gleaves, D. (2013). A Spanish version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3): Translation and psychometric evaluation. *Journal of Clinical of Psychology*, 69(3), 240-251. Doi: 10.1002/jclp.21944.
- Márquez-Sandoval, F., Salazar-Ruiz, E., Macedo-Ojeda, G., Altamirano-Martínez, M., Bernal-Orozco, M., Salas-Salvadó, J. y Vizmanos-Lamotte, B. (2014). Diseño y validación de un cuestionario para evaluar el comportamiento alimentario en estudiantes mexicanos del área de la salud. *Nutrición Hospitalaria*, 30(1), 153-164. <http://dx.doi.org/10.3305/nh.2014.30.1.7451>.
- McLean, S., Paxton, S. y Wertheim, E. (2013). Mediators of the relationship between media literacy and body dissatisfaction in early adolescent girls: Implications for prevention. *Body Image*, 10(3), 282-289. Doi:10.1016/j.bodyim.2013.01.009.
- McLean, S., Wertheim, E., Marques, M. y Paxton, S. (2016). Dismantling prevention: Comparison of outcomes following media literacy and appearance comparison modules in a randomized controlled trial. *Journal of Health Psychology*, 1, 1-16. Doi: 10.1177/1359105316678668.
- McVey, G., Kirsh, G., Maker, D., Walker, K., Mullane, J., Laliberte, M. et al. (2010). Promoting positive body image among university students: A collaborative pilot study. *Body Image*, 7, 200-204. Doi: 10.1016/j.bodyim.2010.02.005.
- Mora, M., Penelo, E., Gutiérrez, T., Espinoza, P., González, M. y Raich, R. M. (2015). Assessment of two school-based programs to prevent universal eating disorders:

- Media literacy and theatre-based methodology in Spanish adolescent boys and girls. *Scientific World Journal*, 2015, 1-12. Doi: 10.1155/2015/328753.
- O'Dea, J. y Yager, Z. (2011). School-based psychoeducational approaches to prevention. *Body image*, 13, 434-441. Doi: 10.1080/10640260590932878.
- Organización Mundial de la Salud. (2004). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Disponible en https://www.who.int/dietphysicalactivity/strategy/eb11344/strategy_spanish_web.pdf.
- Osorio, J., Weisstaub, G, y Castillo, C. (2002). Desarrollo de la conducta alimentaria en la infancia y sus alteraciones. *Revista Chilena de Nutrición*, 29(3), 280-285. Doi: 10.4067/S0717-75182002000300002.
- Raich, R. M. (2010). *Imagen corporal: Conocer y valorar el propio cuerpo*, Madrid: Pirámide.
- Richardson, S., Paxton, S. y Thomson, J. (2009). Is Body Think an efficacious body image and self-esteem program? A controlled evaluation with adolescents. *Body Image*, 6, 75-82. Doi: 10.1016/j.bodyim.2008.11.001.
- Rodgers, R., McLean, S., Marques, M., Dunstan, C. y Paxton, S. (2016). Trajectories of body dissatisfaction and dietary restriction in early adolescent girls: A latent class growth analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(8), 1664-1677. Doi: 10.1007/s10964-015-0356-3.
- Rosen, J., Srebnik, D., Saltzberg, E. y Wendt, S. (1991). Development of a Body Image Questionnaire. *Psychological Assessment*, 3(1), 32-37. Doi: 10.1037/1040-3590.3.1.32.
- Salazar, Z. (2007). Imagen corporal femenina y publicidad en revistas. *Revista de Ciencias Sociales*, 2 (116), 71-85.
- Slevec, J. y Tiggemann, M. (2010). Attitudes toward cosmetic surgery in middle-aged women: Body image concern, aging anxiety, and the media. *Psychology of Women Quarterly*, 34, 65-74. Doi: 10.1111/j.1471-6402.2009.01542.x.
- Sorensen, K. (2011). *Literature review of health literacy for the development of a theoretical model*. *Medisan*, 13(1), 126-141.
- Thompson, J., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. y Heinberg, L. (2004). The Sociocultural Attitudes Toward Appearance Scale-3 (SATAQ-3): Development and validation. *International Journal of Eating Disorders*, 35, 293-304. Doi: 10.1002/eat.10257.
- Wade, T., Davidson, S. y O'Dea, J. (2003). A preliminary controlled evaluation of a school-based media literacy program and self-esteem program for reducing eating disorder risk factors. *International Journal of Eating Disorders*, 33, 371-383. Doi: 10.1002/eat.10136.
- Watson, R. y Vaughn, L. (2006). Limiting the effects of the media on body image: Does the length of a media literacy intervention make a difference? *Eating Disorders*, 14(5), 385-400. Doi: 10.1080/10640260600952530.
- Wilksch, S. y Wade, T. (2009). Reduction of shape and weight concern in young adolescents: a 30-month controlled evaluation of a media literacy program. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 48(6), 652-661. Doi: 10.1097/CHI.obo13e3181a1f559.
- Wolf-Bloom, M. (1998). Using media literacy training to prevent body dissatisfaction and subsequent eating problems in early adolescent girls. *Dissertation Abstracts International: Section B: Sciences and Engineering*, 59, 4515. Disponible en <http://psycnet.apa.org/record/1999-95004-367>.