



Agosto 2019 - ISSN: 2254-7630

ESTEREOTIPOS DE FAMOSOS DE TV Y SU INFLUENCIA EN LA ALIMENTACIÓN DE LOS ADOLESCENTES DE 13 A 16 AÑOS, EN EL HOSPITAL VERDI CEVALLOS EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, MANABÍ-ECUADOR, DURANTE EL AÑO 2019

Stereotypes of television celebrities and their influence on the feeding of adolescents from 13 to 16 years old, at the Verdi Cevallos hospital in the city of Portoviejo, Manabí-Ecuador, during the year 2019

¹Agredo Cadena Daniela Alejandra

²Aguilar Montesdeoca Ricardo Geovanny

³ Mg. María Fernanda Joza Vera

¹Estudiante Psicología de la Universidad Técnica de Manabí.

_dagredo8058@hotmail.com

²Estudiante Psicología de la universidad Técnica de Manabí

Ricardo0199@hotmail.com

³Docente Universidad Técnica de Manabí.

mjoza@utm.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Agredo Cadena Daniela Alejandra, Aguilar Montesdeoca Ricardo Geovanny y María Fernanda Joza Vera (2019): "Estereotipos de famosos de TV y su influencia en la alimentación de los adolescentes de 13 a 16 años, en el hospital Verdi Cevallos en la ciudad de Portoviejo, Manabí-Ecuador, durante el año 2019", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (agosto 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/08/alimentacion-adolescentes-ecuador.html>

Resumen

Los trastornos alimenticios dados en los adolescentes a causa de los estereotipos implantados en la sociedad es un tema crucial, muy importante ya que se pone en peligro la salud del individuo, siendo el objeto de estudio los adolescentes, es por eso que se realizó este estudio con el objetivo de Determinar la influencia de los estereotipos de famosos de tv en la alimentación de los adolescentes de 13 a 16 años, en el hospital Verdi Cevallos en la ciudad de Portoviejo, Manabí, Ecuador, en el año 2019. En primer instancia se parte por las definiciones de las variables referente al tema de investigación, aplicando una metodología descriptiva con enfoque cualitativo, usando la entrevista como técnica aplicadas a expertos o profesionales (doctores, psicólogos y nutricionistas) que laboran en el hospital Verdi Cevallos, dando como resultado de las entrevistas, que los estereotipos de famosos de tv si influyen en los adolescentes siendo bastante frecuente debido a la vulnerabilidad e inmadurez mental de los mismos ya que en la actualidad los jóvenes tienen acceso a internet y a un contenido amplio, y como consecuencias un sinnúmero de enfermedades, llegando a la conclusión que el

problema de los trastornos de alimentación ha estado presente en nuestra sociedad desde hace mucho tiempo atrás. Si bien no se puede determinar precisamente su origen, se puede decir que siempre ha estado ligado a la estética corporal, al perfeccionismo y a la obsesión por conseguir cumplir con un estándar de belleza planteado socialmente.

Palabras clave: Estereotipos, famosos de tv, trastornos alimenticios.

Abstract

Eating disorders in adolescents cause stereotypes implanted in society is a crucial issue, very important since it endangers the health of the individual, being the object of study adolescents, it is so that this study is conducted with the objective to determine the influence of stereotypes of television celebrities on the feeding of adolescents from 13 to 16 years old, in the Verdi Cevallos hospital in the city of Portoviejo, Manabí, Ecuador, in the year 2019. First part of the definitions of the variables reference to the research, applying a descriptive description with a qualitative approach, using the interview as a technique applied to experts or professionals (doctors, psychologists and nutritionists) who work in the Verdi Cevallos hospital, as a result of interviews, stereotypes Television celebrities, and teenagers, are quite frequent due to vulnerability. ad and mental immaturity of the same since nowadays young people have access to the internet and a wide content, and as a result a number of diseases, reaching the conclusion that the problem of eating disorders has been present in our society since a long time ago. Although its origin can not be determined with exactitude, it can be said that it has always been linked to corporal aesthetics, to perfectionism and to the obsession to achieve the fulfillment of a norm of social beauty.

Keywords: Stereotypes, TV celebrities, eating disorders.

Introducción

La mayoría de los adolescentes entre 13 y 16 años de edad son muy influenciados, las mujeres suelen tomar estándares de las chicas que salen en programas de belleza y puede llegar a un trastorno alimenticio como bulimia o anorexia, en los hombres suele pasar muy poco pero después de eso se llegan a obsesionar con el gimnasio, pero esto puede ser notorio debido a que se le va a presentar insomnio y muchos llegan a tener ansiedad. Raich (2019) La sociedad asocia la delgadez como primer criterio de belleza y la preocupación por la figura y el peso es muy frecuente en nuestros días.

Los trastornos de la alimentación pueden causar problemas de salud graves, los cuales pueden poner en riesgo la vida, pueden ser muy estresantes y perjudiciales para el bienestar general de un adolescente, entre los efectos sociales incluyen baja autoestima y aislamientos. Menéndez García, & Franco Díez (2009) Indican que: "Una alimentación óptima, especialmente durante la infancia y adolescencia, es un importante objetivo social, ya que se crean hábitos y conductas alimentarias que se mantendrán durante la vida adulta".

La influencia de los estereotipos de famosos de tv dados por los medios de comunicación ya han sido temas de estudios desde hace muchos años atrás por la teoría de la aguja hipodérmica, que indica el condicionamiento que se puede dar en el accionar social a través de la reproducción de mensajes. La teoría de la aguja hipodérmica para Nicole Muñoz (2017) "Los mensajes son emitidos por los medios de comunicación el cual influyen de manera directa por los emisores quienes "inyectan" el contenido, (mensaje) que automáticamente se da de manera que el público (receptor) no duden de la información recibida".

Por otro lado se cree también que la cultura y las prácticas culturales, han sido también quienes han producido los patrones de belleza establecidos en la sociedad a lo largo de la historia siendo los adolescentes el objeto de estudio en esta investigación ya que ellos son los seres más vulnerables ante esta problemática trayendo consigo consecuencias graves de salud.

Metodología

El diseño de la investigación es descriptiva con un enfoque cualitativo en la cual la población a estudiar es de 1300 adolescentes que se atienden en el hospital Verdi Cevallos, de la parroquia Francisco Pacheco cuya muestra intencional será 10 casos de 10 nutricionistas, centrándose en adolescentes de 13 a 16 años de edad, durante el año 2019, usando la entrevista como técnica de investigación.

Desarrollo Temático

En la actualidad vivimos en una sociedad donde el desarrollo de la misma se da través del intercambio de información, es decir con los medios de comunicación, muchas veces convirtiéndose en manipuladores de la sociedad, sobre todo en los adolescentes, tomándolos como personas vulnerables ante estos cambios. Los medios de comunicación en ésta era tienen un papel muy importante en cuanto al enriquecimiento social, es aquí donde se forman los estereotipos siendo modelos de conductas, hasta estar en un punto dominado por estos mismos, modificando la conducta de los individuos, llegando a tomarlo como algo normal o natural.

Cortez, Diego, Gallegos, Marcela, Jiménez, Teresita, Martínez, Pía, Saravia, Susana, Cruzat-Mandich, Claudia, Díaz-Castrillón, Fernanda, Behar, Rosa, & Arancibia, Marcelo. (2016), "La sociedad actual transmite modelos de perfección corporal mediante la presión ejercida por los medios de comunicación, la publicidad y el fenómeno de la imitación".

En la sociedad los estándares de belleza están marcados y muchas veces las personas se sienten presionadas a seguir ese patrón, muchas veces poniendo en riesgo su salud, sin medir las consecuencias que pueden traer consigo como las enfermedades o trastornos alimenticios.

Para Salinas (2011) "La cultura como productor de significados plasma ciertas representaciones en la sociedad en cuanto a los estándares de belleza, ocasionando en muchos casos que se manifieste de esa manera trastornos de alimentación, tales como la anorexia y la bulimia".

Raich (2019) "Adelgazar se ha convertido en metáfora del éxito y engordar del fracaso, entendiéndose la delgadez extrema como algo esencial para que una mujer triunfe, sea aceptable y exitosa en nuestra sociedad. De este modo, el culto al cuerpo y el canon estético de la delgadez esquelética se impone aun cuando resulta imposible para el común de las personas y obliga a inhumanos sacrificios".

Para conocer la influencia que tienen los estereotipos de famosos de tv o de belleza en la sociedad es importante conocer como estos fueron planteados a través de la historia, los cuales permitieron cambiar las conductas de muchos individuos especialmente de adolescentes para cumplir estos patrones establecidos

Los patrones de belleza se han ido forjando y modificando a lo largo de los años, es decir lo que al principio se consideraba como "bello" ahora es visto desde otra perspectiva, ya que en la antigüedad a la redondez y la femineidad era sinónimo de fecundidad, siendo la delgadez significado de esterilidad y hambre. La sociedad occidental en el siglo XIX empezó por optar a la delgadez como un estereotipo de aspiración por parte de las mujeres, en la cual por parte de ellas empieza a utilizarse el corsé ajustado para tener una cintura de avispa, pero se debía resaltar las curvas femeninas, es decir los cuerpos no debían ser extremadamente delgados, sino más bien proporcionados o rellenos.

La sociedad a través de la historia siempre ha buscado una modificación, es en el siglo XX donde los medios de comunicación tienen un papel muy importante en la idealización de los estereotipos, considerando como concepto de belleza a los cuerpos extremadamente delgados, de esta manera se abrió las puertas a muchas de las enfermedades y trastornos alimenticios que hoy en día conocemos, debido a las dietas forzosas y al exceso de ejercicio con el fin de parecerse a las artistas de cine.

Es en el siglo XXI, donde el cuerpo se ha terminado de consolidar como sinónimo de éxito en un mundo industrializado, donde absolutamente todo se mueve al son de la economía. El cuerpo y la delgadez se han establecido como sinónimo de belleza. La cultura y las prácticas culturales, han sido también quienes han reproducido los patrones de belleza establecidos en la sociedad.

Para Salinas (2011) "La anorexia es cada vez más una enfermedad presente y amenazadora en la sociedad. El rol que cumplen los medios de comunicación en la difusión de ideales de belleza, tanto como prácticas culturales que marcan ciertos patrones relacionados al comportamiento social y a los estándares de belleza, pueden jugar un papel importante en la manifestación de anorexia".

Los trastornos de alimenticios, han estado presentes en la sociedad desde hace muchos años atrás, ligado a la estética corporal, al perfeccionismo y a la obsesión por conseguir cumplir con un estándar de belleza planteado socialmente. Los estereotipos de belleza han existido siempre, solo que en diferentes manifestaciones. Thaís Cevallos, E., & Gabriela Vélez, C. (2008) "Las personas con trastornos alimenticios tienden a crear expectativas no realistas de ellos mismos y de las demás personas que los rodean. A pesar de ser exitosos se sienten incompetentes, ineptos, inútiles, etc. No tienen sentido de identidad". Para Metz (2016) "Los medios de comunicación, especialmente la televisión, las redes sociales juegan un papel trascendental en la construcción de la identidad social"

Méndez Moreno, Juan Pablo, & Rico Bovio, Arturo. (2018) "La existencia de este ideal de belleza, establecido y compartido socialmente, supone una presión significativa para la población en general y especialmente, para la adolescente quien se encuentra en la etapa de integración de la imagen corporal, este fenómeno, como se ha mencionado, se sustenta en la imagen fotográfica, la que permite la reproductibilidad y la omnipresencia del mensaje de ese yo ideal"

Sandra Vanina (2018) señala que: "las identidades se imponen, ya sea a partir de psiquismos, ciertos estándares o de supuestas superioridades étnicas o de clase, es cuando se exige a los sujetos tener cualidades muy específicas, a riesgo de ser rechazados si no las tienen".

Por otra parte Menéndez García, R. A., & Franco Díez, F. J. (2009) Indican que: "La alimentación es una acción compleja regulada por mecanismos fisiológicos y psicológicos, siendo la publicidad uno de los componentes de esos aspectos psicológicos. La publicidad nos influye mucho como consumidores, factor importante para la venta de un producto"

La televisión está fuertemente asociado con el consumo de alimentos y bebidas energéticas, así como de comida rápida; y con un bajo consumo de frutas y verduras. Los anuncios pueden influir en el tipo de comida que consumen las personas a diario, ya que la televisión actúa como distracción, lo que produce una falta de conciencia hacia el consumo real de comida. Estas propagandas las realizan famosos de televisión, para poder captar más la atención de los televidentes, siendo los grupos más vulnerables los niños y adolescentes.

Tirado Altamirano, Francisco, Barbancho Cisneros, Francisco Javier, Prieto Moreno, Jesús, & Moreno Méndez, Andrés. (2004). "El excesivo tiempo que los niños dedican a la televisión, fomenta el sedentarismo infantil y recorta el tiempo para jugar, pasear y hacer deporte, además, repercute negativamente sobre sus hábitos alimenticios, pues mientras miran la TV suelen "picotear" chucherías, golosinas, etc, y se les estimula a introducir en su dieta productos alimenticios, muchos de ellos con dudoso valor nutricional y generalmente muy calóricos, que reiteradamente se anuncian durante los abundantes espacios publicitarios de la programación infantil".

"La alimentación humana a través de los tiempos, se ha visto influenciada por el folklore, creencias religiosas, temas políticos, económicos, por costumbres y modas, favorecidas actualmente estas últimas por los medios de comunicación masivos" (Godínez & Escamilla, 2017, 392).

En el globalizado y tecnológico siglo XXI, inicialmente, los medios de comunicación de masas (mass media), hoy día, conocidos como medios de comunicación social (Mass Communication Reach), entendiéndose internet, cine, televisión, radio, prensa escrita etc., mantienen un importante nivel de influencia en las personas, especialmente

“la televisión, es considerada el medio de comunicación por excelencia, al proporcionar una imagen visual directa e inmediata de lo que se desea transmitir” (Torres, 2018, p 1).

Al mismo tiempo, y atendiendo al criterio de Guevara (2015) los productos o servicios, una vez difundidos por los medios, entran a formar o integrar los diferentes espacios de la vida de las personas. Por ejemplo; canciones de moda, prendas de vestir, personas famosas, alimentación, etc., trascienden el espacio de la televisión, de tal forma que orientan la opinión y mantienen el poder de decisión más allá del aparato electrónico.

Por otra parte, tal y como mencionan Ferreira & Quintero (2017) la adolescencia es una etapa, en extremo vulnerable e influenciable, teniendo en cuenta los cambios físicos y emocionales debido a la transición biopsicosocial que suceden al pasar de la niñez a la adultez.

Dado, que hoy día, niños y adolescentes tienen fácil acceso a todos los medios audiovisuales, especialmente a la televisión, y teniendo en cuenta sus potenciales efectos sobre ellos, se justifica la preocupación generalizada por los hábitos televisivos de los jóvenes (Travé, Rosquil, & Ayarra, 2019).

Debido a esto, se hace necesario resaltar que en informes de la Organización Mundial de la Salud (OMS 2018) “una dieta saludable es sinónimo de protección de la malnutrición en cada una de sus formas, así como de las enfermedades no transmisibles” a la par de esta concepción de alimentación saludable se contraponen la de la figura en extremo estilizada de los famosos, como un estereotipo socialmente aceptado y hasta ponderado.

“Los estereotipos aportan en el establecimiento de marcos de referencia, siendo ésta realidad bastante compleja, porque a través de ellos es posible simplificar y a la vez generalizar un tema, además orientar las percepciones que se tiene sobre algo” (López, 2017) se puede decir que son modelos a seguir sobre algo que la sociedad establece como normas de comportamiento social en determinado tiempo.

Si bien es cierto, “el uso de estereotipos en la sociedad se vincula con los medios de comunicación masivos, ya que estos aportan grandemente a su aprobación y difusión” (Masanet, 2016) también es verdad que se perciben como negativos, especialmente para la juventud como sector social en extremo influenciable. Las afirmaciones anteriores sugieren que en la sociedad actual es tema de preocupación para algunos sectores el importante lugar que los medios como la televisión, tienen la vida de los adolescentes y, por otra, los cambios de consumo, especialmente en la alimentación que han tenido lugar en los últimos años” (Bartrina, 2015).

Vinculado al escenario anteriormente descrito, se encuentra “la influencia de diversos factores como familiares, educativos, sociales, etc., y en la que la publicidad televisiva teniendo como telón de fondo a los modelos y famosos de televisión influyen con falsas expectativas sobre el cañón de belleza actual”. (Muñoz, 2016, p 12).

De modo que tal, que como indica Osorio, (2017) hoy día la fama, es la cualidad de ser muy conocido por algo, en general no es bueno ni malo, aunque las personas que la adquieren son utilizados por las marcas o productos a cambio de una recompensa económica, teniendo en éste sentido gran influencia sobre la sociedad. Así, el espectador más vulnerable (adolescentes), es el más afectado con psicopatologías y trastornos de conducta alimentaria, guiados por estereotipos marcados por sectores productivos y comerciales, que crean necesidades, utilizando a los famosos por medio de la publicidad televisiva.

Resultados de las entrevistas

La entrevista fue realizada a profesionales que laboran en el hospital Verdi Cevallos de la ciudad de Portoviejo y tratan con adolescentes que padecen trastornos alimenticios a causa de estereotipos de tv.

1) **¿Considera Ud. que los adolescentes se ven influenciados por los estereotipos de la tv en la parte alimenticia?**

Los entrevistados afirman que los adolescentes si se ven influenciados por los estereotipos ya que el internet, la tv, etc, son medios de comunicación donde pueden obtener información amplia y actualizada necesaria para la educación, pero de cierta forma también suele ser perjudicial, ya que el ser humano busca la aceptación social

2) **¿Qué opina sobre los trastornos alimenticios que se dan en la adolescencia?**

Los Expertos opinan que los trastornos alimenticios son casos comunes hoy en día ya que el adolescente se ve motivado a seguir un patrón, es decir estereotipos los cuales lo rige la misma sociedad

3) **¿Considera que los medios de comunicación, tales como la tv influyen en la adolescencia?**

Todos los entrevistados consideran que los medios de comunicación si influyen de cierta manera en el adolescente, muchas veces llegando a modificar su pensamiento o su conducta.

4) **¿Qué tipo de terapia o seguimiento considera ud que es adecuado en un adolescente con trastornos alimenticios?**

Se Considera adecuado y necesario las terapias psicológicas a nivel familiar e individual, con enfoque sistémico y cognitivo conductual

5) **¿Considera efectivo el implementar charlas psicológicas para que los adolescentes no se vean influenciados por estereotipos de famosos de tv?**

Efectivamente las charlas psicológicas servirían de gran apoyo psicológico para el adolescente, pero además se debería implementar charlas psicológicas dirigidas a los padres de familia, ya que reforzaría de manera positiva la parte emocional

6) **¿Considera que la sociedad influye en los adolescentes causando trastornos alimenticios? ¿Por qué?**

Los entrevistados consideran que la sociedad si incide en los adolescentes, ya que los jóvenes en la actualidad se ven influenciados por el "Snob" dónde los individuos quieren estar acorde a la moda y buscan copiar el estilo, apariencia, costumbres y opiniones de las personas a las que consideran distinguidas, o que consideren como su "ídolo" y muchas veces por esta inmadurez mental pueden llegar a consecuencias perjudiciales en la salud tales como los trastornos alimenticios

7) **En su experiencia laboral como profesional ¿Qué trastorno alimenticio se da con mayor frecuencia en la adolescencia?**

Según las entrevistas realizadas los trastornos que se dan con mayor frecuencia en los adolescentes es la anorexia y la bulimia, ya sea por factores sociales de los individuos que lo rodean o por el pensamiento de alcanzar el "cuerpo perfecto".

8) **¿Qué puede llegar a hacer la familia para prevenir que sus hijos lleguen a desarrollar un trastorno del comportamiento alimenticio?**

La familia al ser el núcleo esencial para el desarrollo de un individuo, contribuyendo sobre todo en el autoestima, es necesario que se forjan hábitos de comunicación que provean seguridad y enseñen a manejar límites en los adolescentes

Análisis

La influencia de los estereotipos de televisión en los adolescentes es bastante frecuente debido a la vulnerabilidad e inmadurez mental de los mismos ya que en la actualidad los jóvenes tienen acceso a internet y a un contenido amplio. Si bien es cierto aunque los medios de comunicación tengan mensajes positivos y negativos es importante que los adolescentes sepan diferenciar entre el contenido nocivo y positivo de la información, básicamente estos medios como la radio la televisión o revistas presentan a modelos (hombres o mujeres) con cuerpos inalcanzables, lo cual despierta el afán de los adolescentes en alcanzar aquello y que gracias a eso cambien su comportamiento alimenticio, "SNOB" es el término correcto que se le da a esto, debido a que los adolescentes quieren estar de acorde a la moda actual y es peligroso que los padres o tutores no sepan ejercer su rol en controlar, educar, guiar y manejar límites a los adolescentes ya que los trastornos alimenticios como la Anorexia y la Bulimia son los más frecuentes en la adolescencia.

Por ello sería bueno implementar charlas psicológicas a nivel familiar e individual con enfoque sistémico y conductiva conductual ya que en la familia se deben crear hábitos de comunicación y que contribuya a la autoimagen de sus hijos, que sea la fuente principal de brindarles seguridad en sí mismos

Así mismo como implementar charlas psicológicas en los colegios para dar apoyo a nivel interno de los adolescentes, elevar su autoestima y así sean persuadidos o flexibles con menos facilidad por estos medios de comunicación.

Conclusiones

El problema de los trastornos de alimentación ha estado presente en nuestra sociedad desde hace mucho tiempo atrás. Si bien no se puede determinar precisamente su origen, se puede decir que siempre ha estado ligado a la estética corporal, al perfeccionismo y a la obsesión por conseguir cumplir con un estándar de belleza planteado socialmente.

Estos patrones y estándares de belleza, han sido reproducidos a través de los medios de comunicación, influenciando a mujeres en todo el mundo, especialmente a aquellas más vulnerables, manifestando en muchos casos enfermedades de trastornos de alimentación.

La influencia de los medios ha sido estudiada desde ya muchos años atrás, comenzando por la teoría de la aguja hipodérmica que nos plantea la capacidad de los medios de condicionar el accionar social a través de la reproducción de mensajes a través de los medios.

Por otro lado podemos decir que la cultura y las prácticas culturales, han sido también quienes han reproducido los patrones de belleza establecidos en la sociedad. Esto a partir de un hábito, donde el comportamiento social ya es condicionado desde una temprana edad. La constante busca y lucha por obtener una aceptación social.

La comunicación dentro del entorno familiar es muy importante en el autoestima de los adolescentes ya que éstos los provee de seguridad, contribuyendo a que el adolescente no siga patrones o estereotipos establecidos por la sociedad.

Bibliografía

- Bartrina, J. A. (2015). Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario. *Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea*. Recuperado el 5 de 6 de 2019, de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/18487/TESIS_ARANCETA_BARTRINA_JAVIER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BIBLIOGRAPHY Cevallos, T., & Vélez, G. (18 de febrero de 2008). *dspace udla.edu*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1624/1/UDLA-EC-TPC-2008-02.pdf>
- Ginsburg, A. (18 de Abril de 2018). *El estereotipo de belleza femenina a lo largo de la historia*. Obtenido de Ecoosfera: <https://ecoosfera.com/2018/04/estereotipos-feminismo-cuerpos-mujeres-belleza-historia/>
- Raich, R. (2019). *ResearchGate*. junio: 12. Obtenido de ResearchGate.net.
- Cortez, Diego, Gallegos, Marcela, Jiménez, Teresita, Martínez, Pía, Saravia, Susana, Cruzat-Mandich, Claudia, Díaz-Castrillón, Fernanda, Behar, Rosa, & Arancibia, Marcelo. (2016). Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 7(2), 116-124. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rmta.2016.05.001>
- Ferreira, K. K., & Quintero, J. S. (2017). Redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales. *Universidad Cooperativa de Colombia*. Recuperado el 8 de 6 de 2019, de <http://repository.ucc.edu.co/bitstream/ucc/747/1/Impacto%20que%20generan%20las%20redes%20sociales>
- Ginsburg, A. (18 de Abril de 2018). *El estereotipo de belleza femenina a lo largo de la historia*. Obtenido de Ecoosfera: <https://ecoosfera.com/2018/04/estereotipos-feminismo-cuerpos-mujeres-belleza-historia/>
- Godínez, G. M., & Escamilla, L. M. (2017). Los mitos alimentarios y su efecto en la salud humana. *Med Int Méx*. Recuperado el 5 de 6 de 2019, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/mim/v33n3/0186-4866-mim-33-03-00392.pdf>
- Guevara, R. A. (2015). Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento. Recuperado el 8 de 6 de 2019, de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4542/Pauta_gr.pdf;jsessionid=2A403CD1A3156D2B195D71D8DF0FAD0F?sequence=1
- López, A. A. (2017). Estudio sobre los estereotipos raciales sobre la publicidad de moda en revistas femeninas. Recuperado el 8 de 6 de 2019, de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/5529/TFGUEX_2017_Arjona_Lopez.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Masanet, M. J. (2016). Pervivencia de los estereotipos de género en los hábitos de consumo mediático de los adolescentes: Drama para las chicas y humor para los chicos. Recuperado el 7 de 6 de 2019, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000200003
- Méndez Moreno, Juan Pablo, & Rico Bovio, Arturo. (2018). Educación, cultura, estereotipos, cuerpo, género y diferencias sociales en la fotografía de moda. *IE Revista de investigación educativa de la REDIECH*, 9(17), 165-178. Recuperado en 09 de junio de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-85502018000200165&lng=es&tlng=es.
- Menéndez García, R. A., & Franco Díez, F. J.. (2009). Publicidad y alimentación: influencia de los anuncios gráficos en las pautas alimentarias de infancia y adolescencia. *Nutrición Hospitalaria*, 24(3), 318-325. Recuperado en 09 de junio de 2019, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112009000300009&lng=es&tlng=es.
- Metz Galán, Onoris, Construcción de estereotipos masculinos y femeninos en la televisión dominicana: diferencias en la percepción de roles. *Razón y Palabra [en línea]* 2016, 20 (Abril-Junio) : [Fecha de

consulta: 8 de junio de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199545660019>> ISSN 1605-4806

- Muñoz, L. R. (2016). Estudio de la influencia de la publicidad de productos de alimentación basada en la imagen corporal en los adolescentes. Recuperado el 5 de 6 de 2019, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/392715/lrm1de3.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2018). Alimentación sana. Recuperado el 5 de 6 de 2019, de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- Osorio, R. E. (2017). La influencia del uso de celebridades en la publicidad y el valor simbólico de las marcas en la construcción de identidad en adolescentes. Los casos de Chile y Ecuador. Recuperado el 8 de 6 de 2019, de [file:///C:/Users/SYSTEC/Downloads/reco1de1%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/SYSTEC/Downloads/reco1de1%20(6).pdf)
- Raich, R. (2019). *ResearchGate*. junio: 12. Obtenido de ResearchGate.net.
- Salinas Rellini, Daniela Fabiola. (2011). Los medios de comunicación, los ideales de belleza y la manifestación de anorexia. *Punto Cero*, 16(23), 18-24. Recuperado en 09 de junio de 2019, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762011000200004&lng=es&tlng=es.
- Torres, M. J. (2018). La influencia de la TV en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores. Recuperado el 5 de 6 de 2019, de <file:///C:/Users/SYSTEC/Downloads/Dialnet-AdaptacionDelComercioElectronicoALaTelevisiónDigit-2926018.pdf>
- Tirado Altamirano, Francisco, Barbancho Cisneros, Francisco Javier, Prieto Moreno, Jesús, & Moreno Méndez, Andrés. (2004). Influencia de los hábitos televisivos infantiles sobre la alimentación y el sobrepeso (II). *Revista Cubana de Enfermería*, 20(3) Recuperado en 09 de junio de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000300006&lng=es&tlng=es.
- Travé, D., Rosquil, M., & Ayarra, G. (2019). La televisión y los adolescentes. Recuperado el 9 de 6 de 2019, de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-televisión-los-adolescentes-13035253>