
ANTROPOLOGÍA DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA:

**REPERCUSIÓN DE LOS ESTÁNDARES DE BELLEZA SOBRE
LA PERCEPCIÓN CORPORAL Y HÁBITOS ALIMENTICIOS DE
MUJERES ADOLESCENTES EN DIFERENTES
GENERACIONES.**

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.

TUTOR:

Mag. Juan Pablo Mora Penagos

ESTUDIANTE:



Maria Fernanda Rocha Gutierrez

Matrícula: 000-169-703

AÑO 2026

DEDICATORIA

*A todas las mujeres que alguna vez fueron una niña buscando un ejemplo a seguir.
Que nunca dejen de encontrarlo también en ellas mismas.*

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
TEMA.....	4
RESUMEN.....	4
KEY WORDS.....	4
INTRODUCCIÓN.....	4
I. Antecedentes y Marco teórico.....	5
El camino hacia la madurez.....	6
En busca de la identidad.....	7
Imagen corporal sujeta a la belleza normativa.....	9
Cultura popular como formadora de ideales.....	10
II. Objetivo general.....	11
III. Objetivos específicos.....	11
METODOLOGÍA.....	11
Elección del tema y el tipo de trabajo.....	11
Elaboración de los antecedentes y marco teórico.....	12
Planteamiento del objetivo general y de los objetivos específicos.....	12
Elaboración del primer capítulo.....	12
Elaboración del segundo capítulo.....	13
Elaboración del tercer capítulo.....	15
Desarrollo de la discusión.....	16
Desarrollo de las conclusiones.....	16
CAPÍTULO 1: ESTÁNDARES DE BELLEZA.....	17
1.1 Introducción a la cultura popular.....	17
1.2 Década de 1980.....	18
1.3. Década de 1990.....	20
1.4. Década del 2000.....	21
1.5. Década del 2010.....	23
1.6 Década del 2020.....	26
CAPÍTULO 2: PATRONES INFLUYENTES DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA.....	27
2.1 Década de 1980.....	27
2.2 Década de 1990.....	30
2.3 Década del 2000.....	34
2.4 Década del 2010.....	37
2.5 Década del 2020.....	41
CAPÍTULO 3: ESTADÍSTICAS DE TRASTORNOS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA.....	46
3.1 Prevalencia de trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes por épocas.....	46
3.2 Década de 1990.....	47
3.3 Década del 2000.....	47
3.4 Década del 2010.....	48
3.5 Año 2020 a 2023.....	49
DISCUSIÓN.....	50
CONCLUSIÓN.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	54

TEMA

Revisión bibliográfica de los estándares de belleza, modas y tendencias impuestas socioculturalmente en las generaciones de las últimas décadas (1980, 1990, 2000, 2010 y 2020) y su repercusión en el autoconcepto, percepción corporal y hábitos alimenticios de las mujeres adolescentes durante los respectivos años.

RESUMEN

La alimentación constituye una práctica que trasciende su dimensión biológica y se encuentra vinculada con el contexto social y cultural. La presente revisión bibliográfica tuvo como objetivo analizar los patrones de conducta alimentaria predominantes en mujeres adolescentes de las generaciones de 1980, 1990, 2000, 2010 y 2020, y su relación con los estándares de belleza, modas y tendencias socioculturales de cada época. Se realizó una revisión bibliográfica y documental de literatura científica y fuentes de cultura popular, complementada con un análisis cronológico de contenidos de la revista Vogue y con datos del Global Burden of Disease sobre la prevalencia de trastornos de la conducta alimentaria en mujeres de 10 a 19 años entre 1990 y 2023. Los resultados evidenciaron transformaciones en los ideales corporales y en los discursos asociados a la alimentación, así como una tendencia ascendente en la prevalencia global registrada de trastornos alimenticios. Se concluye que la conducta alimentaria es un fenómeno multifactorial en el que la cultura popular participa en la construcción y transformación de los ideales corporales y de las formas de relacionarse con la alimentación.

KEY WORDS

Antropología alimentaria; conducta alimentaria; estándares de belleza; cultura popular; imagen corporal; mujeres adolescentes; medios de comunicación; moda; redes sociales; trastornos de la conducta alimentaria.

INTRODUCCIÓN

La presente revisión bibliográfica tiene su origen en un trabajo práctico desarrollado en la materia de Psicosociología de la Nutrición, cursada en el tercer año de la Licenciatura en Nutrición en 2023. En dicha instancia se exploraron temas relacionados con los estándares de belleza, las tendencias de moda y la forma en que estos factores impactan en la alimentación, el autoconcepto y la imagen corporal. Este trabajo se propone profundizar en esa investigación, ampliando el alcance temporal y revisando estudios más recientes para trazar una evolución de estos estándares y sus repercusiones en la vida de las adolescentes.

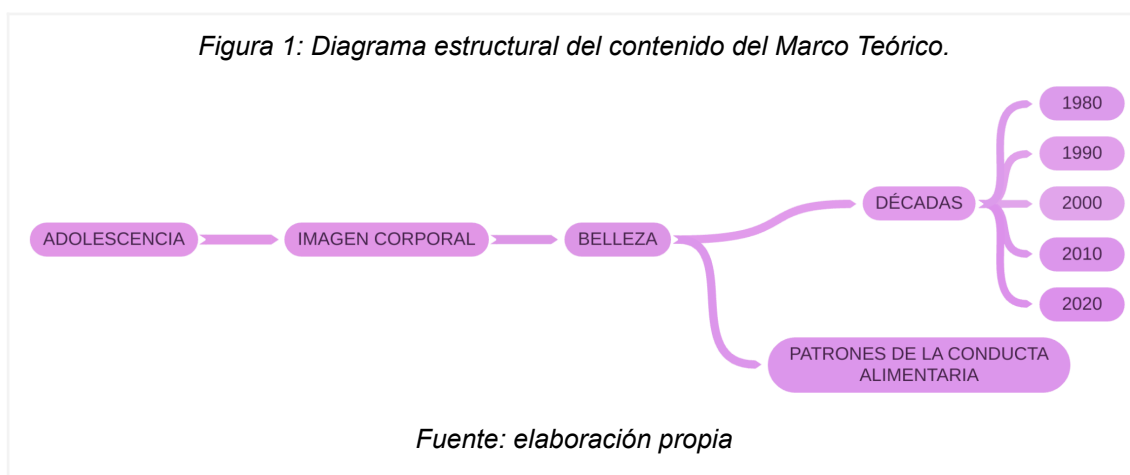
La finalidad de esta revisión es, por lo tanto, examinar cómo han cambiado los estándares de belleza aproximadamente desde los años 80 hasta la actualidad y cómo estos cambios han

influido en la percepción de la imagen corporal, en los hábitos alimentarios y en el desarrollo de la identidad de las mujeres jóvenes. Este análisis es relevante, ya que los cambios en los ideales de belleza reflejan transformaciones culturales y sociales que moldean las expectativas y autoevaluaciones de muchas personas. En el caso específico de las adolescentes, estos ideales se vuelven particularmente importantes, dado que es una etapa de vida en la cual la identidad y la autoestima están en pleno desarrollo y son altamente susceptibles a influencias externas.

Se revisarán conceptos clave como la imagen corporal, el autoconcepto, la formación de la identidad y su relación con los patrones de la conducta alimentaria, además de cómo estos conceptos están condicionados por la cultura y la sociedad. También se explorarán aspectos como la relación entre el cuerpo, la identidad y la adaptación social, así como el condicionamiento directo o indirecto por parte de la sociedad y la cultura popular sobre la percepción corporal de las adolescentes y qué conductas alimentarias desencadenan estas percepciones. De este modo, el estudio de las tendencias de moda en los respectivos años elegidos y su influencia sobre las adolescentes de género femenino durante esta etapa del crecimiento permitirá entender mejor las causas y consecuencias de ciertos comportamientos alimentarios y la percepción de la imagen corporal.

I. Antecedentes y Marco teórico

Figura 1: Diagrama estructural del contenido del Marco Teórico.



En algún punto de la vida de una mujer, ella experimenta el deseo de sentirse o de percibir que es físicamente atractiva. Esta necesidad no es un fenómeno aislado, sino que está profundamente influenciada por la naturaleza social del ser humano, cuya vida en sociedad implica de manera inevitable la adhesión o aceptación de normas y expectativas impuestas de manera directa o indirecta por su entorno (1, 2). Cuando ese pensamiento se manifiesta, no es aún una mujer adulta, ya que comúnmente esa idea emerge durante la adolescencia, el periodo después de la infancia y antes de la vida adulta. O en este caso, el momento de transición en el que una niña pasa a ser una mujer.

El camino hacia la madurez

Explorando en el término "adolescencia", tiene una definición más pertinente en inglés, "coming to maturity", que traducido tal cual sería "yendo hacia la madurez", por lo que puede interpretarse como un recorrido cuyo final es el inicio de la edad adulta. Es un período de crecimiento y desarrollo donde quien lo atraviesa va a encontrarse con cambios físicos, emocionales, sociales y cognitivos.

La pubertad, inicio y duración de la adolescencia, además de variar entre el género femenino y masculino, también varía de una niña a otra. La señal por excelencia del inicio de la pubertad en las mujeres es la menarca, que con los años pasó de ocurrir entre los 14-15 años a los 11-12, e incluso algunas niñas pueden experimentarlo a los 8 años (3, 4).

Además de este cambio en el inicio de la menstruación, también cambió la visión que tienen las niñas al recibirlo por primera vez. Mientras que antes era visto como un tema tabú e incluso algo vergonzoso, hoy en día las niñas lo ven como un sinónimo de feminidad, les sube la autoestima y la confianza en sí mismas (3).

Con la venida de la menarca, los cambios físicos tardan poco en suceder. El desarrollo físico que ocurre se puede distinguir entre características sexuales primarias y secundarias. Siendo las primarias las que tienen que ver con los cambios físicos únicamente del aparato reproductor; y las características sexuales secundarias son los cambios físicos que visibilizan el cuerpo cambiando del de una niña al de una mujer, como ser el desarrollo de las mamas, el ensanchamiento de caderas y el vello pubico (3, 4).

Si bien existen niñas que al ver sus cambios físicos no les afecta emocionalmente, algunas suelen experimentar sensaciones de desagrado o incomodidad con el cambio. La edad en que este proceso inicia influye significativamente sobre la vivencia de esta etapa de cambio. Por ejemplo, se ha visto que las niñas cuyo desarrollo inicia a una edad más temprana que la de sus pares, puede ir por dos caminos. El primero, en el que atrae mucha atención por los cambios de su cuerpo y por ende lleva una vida social más activa, o "es más popular", haciendo crecer su autoestima y confianza en sí misma. Por otro lado, el segundo camino para este mismo fenómeno puede ser la vergüenza y el deseo de esconder esas nuevas características físicas que no está acostumbrada a poseer. Todo esto está ligado a la visión que tiene su respectiva comunidad (país, familia, colegio) acerca de la sexualidad. En el caso de las niñas cuyo desarrollo de las características sexuales secundarias es más tardío, suelen sentirse indirectamente excluidas de sus pares por el hecho de no poseer los atributos que para ese momento ya son comunes en las niñas de su edad. Lo cual puede llevarlas a no sentirse suficientemente femeninas o atractivas. Todo esto sujeto a la confianza y autoestima que la niña ya tiene construida hasta el momento de la pubertad (4).

Rondando los 20 años de edad, una vez que ambos grupos de niñas terminaron la adolescencia y se adentran en la edad adulta. Suelen ser las que se desarrollaron más tarde las que encajan en el estándar de belleza de tener un cuerpo delgado, a comparación de las que se desarrollaron antes y se ven más voluptuosas. Resultando en el cambio abrupto de

sentir que encajan en un estándar de belleza y luego ya no más, o por el contrario, que solían no encajar y de repente sí (3, 4).

En cuanto a los cambios emocionales y psicológicos durante la adolescencia, el ensimismamiento y egocentrismo de los y las jóvenes hace que su perspectiva sea que están siendo siempre observados, juzgados, o que los demás están tan pendientes de su accionar como ellos mismos (4). Esto contribuye al hecho de que necesiten que la percepción de una tercera persona sea positiva. Es lógico que si se sienten continuamente observados, lo que quieran proyectar y la manera en que quieran ser percibidos físicamente sea como una persona atractiva, según lo que se considere atractivo dentro de la sociedad en general, o en su entorno social (4).

A menudo, los y las adolescentes tienden a sobreestimar el grado de atención que los demás les prestan, creyendo erróneamente que son observados por un público expectante al cual deben mostrarse y está tan pendiente como ellos de sí mismos. Esta visión egocéntrica lleva a la idea distorsionada de que su realidad es única e incomparable, y por ende las experiencias que ellos tienen no le han ocurrido ni le ocurrirán a nadie más (4). Lo que ocurre en este caso es que ante cualquier contingencia no sientan el impulso de pedir ayuda ya que no se sienten entendidas. Ante la eventualidad de no sentirse a gusto con su cuerpo o percibir que no encajan con cierto estándar de belleza, sienten que son las únicas con esa visión de sí mismas y que todas las demás están cómodas con su imagen. También se presenta el fenómeno de que si, en la mente de la adolescente en cuestión, nadie más pasó ni pasará por lo mismo que ella, entonces el peligro de ciertas decisiones no aplica en su situación. Este fenómeno se conoce en inglés como 'personal fables', la creencia o visión de que las experiencias son excepcionales, irrepetibles y exclusivas para uno mismo (3, 4).

No está demás hacer hincapié en que el cerebro adolescente está tomando consciencia de cosas que en la infancia no se contemplaban, por ejemplo el hecho de tener una individualidad por fuera de los padres, hermanos, familia, amigos y ser una persona aislada de los demás. Esta perspectiva es asumida por la maduración del cerebro y la sofisticación del pensamiento que ocurre en la adolescencia. En este proceso, especialmente en el caso de las mujeres, surge una toma de conciencia sobre los cambios físicos y la maduración del cuerpo, acompañada por la percepción de que esos cambios también son observados por los demás. La forma en que las jóvenes reaccionan ante esa mirada externa repercute en la construcción de su autoestima y autoconcepto, que a su vez, forman parte fundamental de su identidad (4).

En busca de la identidad

El autoconcepto significa que la adolescente tome consciencia de cómo es ella y sea capaz de verse tal cual es. Y la autoestima es el hecho de sentirse agusto y estar conforme con ese autoconcepto.

Al inicio de la adolescencia es común que el autoconcepto pase por muchas facetas, ya que pueden tener un pensamiento cerrado de cómo son ellas, qué características tienen y sentirse

contrariadas o confundidas si es que eso en algún momento cambia. A diferencia de cuando la adolescencia está terminando, las jóvenes ya tienen consciencia de que, si bien cumplen con ciertas características básicas de su personalidad, estas pueden cambiar o evolucionar por más que tengan una base sólida. Dicha base siendo la que se formó durante periodos previos del crecimiento, en los cuales la entonces niña debió pasar por las correspondientes disyuntivas que se presentan en cada etapa del desarrollo psicosocial planteada por el psicoanalista alemán Erik Erikson y durante las cuales la persona adquiere tanto virtudes como deficiencias. Podemos decir que cognitivamente, la víspera y venida de la menarca coincide con la quinta etapa del desarrollo psicosocial de Erikson. Quien propone que en el transcurso del crecimiento cognitivo-conductual, el ser humano experimenta múltiples crisis en las que se le presenta una dicotomía entre dos estados. La que corresponde a la etapa de la adolescencia es la lucha entre la identidad y la confusión de rol, que ocurre aproximadamente entre los 12 y 18 años de edad. Durante esta etapa, los jóvenes se encuentran en la búsqueda de su propia voz y de convertirse en su propia persona. Y por más autárquico que suene ese momento del desarrollo, una identidad nueva se construye a partir de experiencias, modelos a seguir, compañías y cultura (5, 6).

Además de la mirada personal que tienen de sí mismas, el autoconcepto también está influido por la mirada externa.

En esta etapa, el cerebro adolescente toma en cuenta varias perspectivas para identificarse y la identidad se compone de varios aspectos en forma simultánea. Esa percepción completa de sí mismas puede ser apreciada o no, lo que vendría determinando la autoestima. Y además, la sofisticación del pensamiento hace que pueda haber diferentes niveles de autoestima según el ámbito en el que se desenvuelven, ya sea social, familiar, educativo, entre otros (3).

El proceso de formación de la identidad es complejo, las adolescentes hacen exploraciones de sí mismas intentando definirse hasta que logran encontrar y consolidar una identidad propia. Todo lo externo influye sobre esta búsqueda. En esta etapa los padres y otras figuras de autoridad suelen ser dejadas de lado o no tomadas en cuenta ya que la comparación se realiza más entre pares o con figuras célebres que definen un ideal para los jóvenes según la época.

Las relaciones interpersonales también juegan un rol importante, ya que la interacción continua que tienen los adolescentes entre ellos impacta en la construcción de la identidad, en la toma de decisiones, en los intereses, ideales, opiniones, etc. (4).

La etapa de construcción de la identidad, sumado a las relaciones interpersonales, promueve la comparación social y la distinción de grupos. Por su parte, el cambio físico representa una experiencia novedosa, que además ocurre en un entorno donde todos atraviesan el mismo proceso. Esta simultaneidad facilita la comparación constante, al punto de sentirse dentro de una carrera en la que cada uno observa quién va primero, quién quedó atrás y si alguien logra o no superarlo. Además, las reglas son impuestas dentro del mismo círculo social adolescente. Por ejemplo en el caso del colegio, que es donde la población de referencia pasa la mayor parte de su tiempo, los grupos formados poseen cierto tipo de jerarquía y es sabido por todos

los integrantes de la comunidad cuál es el grupo más relevante y cuál no, siendo las características físicas, intelectuales, los comportamientos y la personalidad dominante de quienes componen el grupo, los determinantes de su posición jerárquica. Pertenecer a un grupo es algo esencial para cada miembro de la comunidad de estas personas en desarrollo, si bien para algunos es indispensable formar parte del grupo alpha, lo primordial es sentirse parte de algo. El grupo alpha, como fue denominado antes, puede considerarse que es el grupo de referencia o el dominante. Se convierte en el punto de comparación del resto.

Otro cambio interesante que acompaña este momento de la pubertad y adolescencia es que los grupos ya no se distinguen por géneros. En la infancia suele ser común que las niñas entablen amistad con niñas y los niños con niños. Esta exclusividad entre géneros no es intencional, sino más bien es guiada por las habilidades sociales de cada niño y niña en ese momento de su vida. En algunos libros de psicología se define como "sex cleavage" o "segregación por género" (3). Una vez que los grupos sociales se forman indistintamente de chicas y chicos, se tiene una señal de que la pubertad ha llegado y las hormonas cambiaron la visión que antes se tenía sobre el sexo opuesto (3, 4). En el caso de adolescentes heterosexuales, el respectivo género opuesto tiene un nuevo interés, surge esta importancia de sentirse atractiva, ya por sí sola, o también en comparación con las demás chicas. Hay un nuevo riesgo que antes no se conocía, el rechazo, el ser ignorada, o ser pasada por alto (3, 7, 8).

Imagen corporal sujeta a la belleza normativa

La idea de "ser linda", asociada a ciertas características físicas, un peso corporal específico o el uso de determinadas prendas, refleja patrones sociales que han sido establecidos y reforzados a lo largo del tiempo e instaurados en diferentes generaciones de mujeres que se ven directa o indirectamente forzadas a aceptar el patrón de características físicas ideales impuesta en su generación. En muchas ocasiones se ven influenciadas por ello para autodeterminarse como "linda" o "fea", o como "gorda" o "flaca", utilizando estas palabras antónimas como si fuera la etiqueta de un grupo clasificado con el único fundamento de que la comunidad en la que viven se maneja de esa manera y los miembros adoptan esta clasificación y se autoperciben con alguno de estos títulos, dándole connotación positiva o negativa según el adjetivo que describe su autopercepción y lo que esa comunidad ha determinado como algo para sentirse orgulloso o avergonzado (9, 10, 11). Estos ideales, que se nutren de la interacción social y la retroalimentación cultural, han evolucionado y se han transformado conforme a los cambios en la sociedad. Los estándares de belleza, junto con las modas y las tendencias, influyen en la percepción que las personas desarrollan sobre sí mismas, afectando su autoconcepto y en ocasiones, influyendo en los hábitos alimentarios que adoptan para alcanzar esos estándares idealizados (12, 13).

Cultura popular como formadora de ideales

Es inmutable para una persona no tener modelos a seguir. Como se mencionó en la parte de la adolescencia, durante el crecimiento las preocupaciones principales son pertenecer a una comunidad y agradar a un tercero, el carácter social del humano lo condiciona a este comportamiento. Además, es sabido que durante este periodo de crecimiento los y las jóvenes suelen revelarse ante los padres y/o figuras de autoridad, lo que hace que busquen sus modelos a seguir en otra parte de la sociedad. Es aquí donde entran las celebridades, artistas, influencers, medios de comunicación, redes sociales, industria cinematográfica, industria musical, etc. donde se muestra un ideal de modelo a seguir para los espectadores, que en este caso particular son niñas adolescentes (14, 15, 16).

Lo que se llama coloquialmente “cultura pop” es parte hace incontables años de la sociedad en la que vivimos. Está perpetuada en el estilo de vida y es parte del día a día, lo que cambia es la imagen que se muestra como ideal o las modas que incita a seguir. Tan simbólica es esta cultura popular en la sociedad que con solo ver una película, revista, video musical, obra de arte, estructura arquitectónica, obra literaria, maquillaje, vestimenta o corte de cabello, nos es fácil y casi instantáneo identificar de qué época es representativa o en qué década tuvo su auge (14, 17, 18).

Se ha observado que desde hace innumerables generaciones, surgen tendencias en las cuales los estándares de belleza se vuelven más exigentes y, en muchos casos, inalcanzables para un porcentaje de la población. Estas tendencias incluyen la idealización de un tipo de cuerpo femenino, que a partir de la primera década hasta la última de los años elegidos como referentes para la revisión, va evolucionando según la influencia de la cultura popular que va imponiendo tendencias nuevas y así mismo reutilizando viejas. Por ejemplo, en la década de los años 2000, había surgido una tendencia en la que los estándares de belleza se basaban en la idealización de la delgadez extrema, la promoción de cuerpos tonificados y la búsqueda de una perfección física que se convirtió en un pilar y característica distintiva de la cultura popular de esa década (14, 15). Tales ideales afectan de manera significativa en la percepción de la imagen corporal y la construcción de la autoestima de las adolescentes, quienes se ven influidas por los mensajes de los medios de comunicación de la época (14). Diversos estudios han demostrado una correlación entre la exposición a cuerpos idealizados en los medios de comunicación y la insatisfacción corporal, que en muchos casos deriva en conductas de riesgo, tales como dietas restrictivas, sobreexigencia en el ejercicio físico u otros patrones de la conducta alimentaria, sumado a eso la desinformación, mitos y creencias erróneas de la época sobre la alimentación y la nutrición que llevan a promover estos comportamientos (19, 20).

El análisis de este tema permitirá una comprensión más profunda de los aspectos psicosociales relacionados con el desarrollo de la personalidad y los hábitos alimentarios en respuesta a influencias culturales y sociales. Estas influencias no solo condicionan la conducta alimentaria y la imagen corporal, sino que también juegan un rol importante en la construcción del

autoconcepto, en el cual se originan problemas de salud mental, como los trastornos de la conducta alimentaria (20, 21, 22).

Los estándares de belleza forman parte de estas normas instauradas; sólo son considerados ideales o referentes cuando un número significativo de personas dentro de una sociedad los promueve y/o replica. A su vez, las modas y tendencias requieren de la aceptación y validación colectiva para ejercer una influencia y tener un impacto notable en la comunidad y en la cultura (14).

Es importante destacar que el ser humano tiene la capacidad única de transformar su entorno y, en consecuencia, transformarse a sí mismo. Esta es una actividad constante que ha permitido que la cultura se mantenga en un estado de evolución y cambio. Sin embargo, la cultura no cambia de forma autónoma, sino que lo hace a través de la acción de las personas, quienes son tanto sus creadores como sus transmisores. En este sentido, la cultura depende de la interacción continua entre quienes la gestionan y quienes la reciben. De lo contrario, pierde su relevancia y puede incluso desaparecer.

II. Objetivo general

Realizar una revisión bibliográfica acerca de los patrones de la conducta alimentaria predominantes en mujeres adolescentes de diferentes generaciones (en las décadas de 1980, 1990, 2000, 2010 y 2020), y la influencia de los estándares de belleza, modas y tendencias impuestas socioculturalmente en cada época.

III. Objetivos específicos

1. Identificar los estándares de belleza predominantes en la sociedad, los medios de comunicación y la cultura popular en las diferentes generaciones de los años seleccionados (1980, 1990, 2000, 2010, 2020).
2. Distinguir los patrones alimentarios que están influenciados directa o indirectamente por las modas y tendencias respectivas de la época.
3. Comparar las conductas alimentarias de mujeres adolescentes en las generaciones elegidas, constatando su relación con los estándares de belleza predominantes de cada época.

METODOLOGÍA

Elección del tema y el tipo de trabajo

El presente documento es una revisión bibliográfica que comenzó con el trabajo práctico final realizado en la materia de Psicosociología de la Nutrición en tercer año de la carrera. En base a eso, se direccionó el enfoque hacia las conductas alimentarias y la influencia de la sociedad y cultura sobre las mismas.

La decisión del tipo de trabajo se tomó debido a que la magnitud de información de carácter cuantitativo no sería suficiente para una presentación formal de nivel universitario. Por ende, y con la ventaja de que el tema elegido dispone de mucha información publicada, entre ella artículos científicos publicados en fuentes académicas confiables, se pudo proceder a realizar la revisión bibliográfica.

Elaboración de los antecedentes y marco teórico

Una vez definido el tema, se pudo dar paso a la búsqueda de artículos publicados principalmente en SciELO, Scholar Google y PubMed, acerca de los estándares de belleza a lo largo de los años y la repercusión que estos pueden llegar a tener en las mujeres adolescentes, utilizando en la búsqueda palabras clave como “beauty standards”, “fashion trends and eating disorders”, “media and body perception”, “body image and health”, “social impact of beauty standards”, “role models and self-image”, “thinness culture”, “teenager’s development”, “social development”, “teenager’s body issues”, “body image among women”.

Además de dichos artículos, también fue de significativa utilidad la bibliografía de la materia de Psicosociología de la Nutrición, con autores como Robert Stephen Feldman, cuyo libro *Discovering The Lifespan* contribuyó enormemente al entendimiento de las etapas de adolescencia; y Erik Erikson, autor recomendado por el tutor para abordar más a fondo el tema de la adolescencia y las etapas de la misma. A su vez, fue beneficiosa la búsqueda de autores exclusivamente enfocados en el concepto de la Antropología Alimentaria, entre ellos Brian Wansink, Michael Pollan y Claude Fischler.

Planteamiento del objetivo general y de los objetivos específicos

La formulación del objetivo general y de los objetivos específicos se llevó a cabo con el acompañamiento del tutor de este trabajo, quien brindó orientación para organizar y delimitar las ideas centrales de la investigación. A partir de este proceso, se estableció un objetivo general y tres objetivos específicos, estructurados de manera lógica y secuencial. Cada objetivo específico fue diseñado para abordar un aspecto particular del tema de investigación, de modo que, en conjunto, permitieran alcanzar el objetivo general. Esta organización proporcionó una guía para el desarrollo del estudio y favoreció una presentación ordenada y coherente de los distintos componentes de la investigación.

Elaboración del primer capítulo

El primer capítulo se desarrolló con el propósito de dar respuesta al primer objetivo específico del trabajo de investigación, consistente en identificar los estándares de belleza predominantes en la sociedad, los medios de comunicación y la cultura popular de las diferentes generaciones de los años seleccionados. Para ello, se realizó una revisión bibliográfica y audiovisual de diversas fuentes relacionadas con la cultura popular, la moda, el cine, la música y los medios de comunicación. Se consultaron libros, revistas, documentales, docuseries y artículos

científicos que permitieron contextualizar los principales acontecimientos y transformaciones culturales ocurridos desde 1980 hasta 2026.

A partir del análisis de este material, se realizó una selección de aquellos acontecimientos, fenómenos y referentes considerados más representativos de cada década, con el propósito de describir la evolución de la cultura popular y de la industria de la moda en relación con el contexto social, cultural y mediático de cada período. Este enfoque permitió interpretar los cambios ocurridos a lo largo del tiempo desde una perspectiva actual, favoreciendo una comprensión más amplia de las tendencias, los referentes culturales, los hábitos de consumo y las dinámicas propias de cada época. Una de las principales dificultades durante la elaboración de este capítulo fue la delimitación de su contenido. La amplitud del tema y la gran cantidad de información disponible hicieron necesario establecer criterios de selección para determinar qué acontecimientos y referencias serían incluidos en la redacción. Por este motivo, el proceso de investigación permaneció abierto durante gran parte del desarrollo del trabajo, ya que continuamente surgían nuevos elementos de interés que podían incorporarse. Es por eso que definir un punto de cierre representó una de las mayores limitaciones metodológicas de este capítulo.

Entre los libros consultados durante el proceso de elaboración de este capítulo, tres obras desempeñaron un papel especialmente relevante en la interpretación y el análisis crítico de la información recopilada. *Girl on Girl: How Pop Culture Turned a Generation of Women Against Themselves* de Sophie Gilbert, *The Beauty Myth* de Naomi Wolf y *Feminism and Pop Culture* de Andi Zeisler fueron los ejemplares que constituyeron los cimientos teóricos que serían de ayuda para comprender el papel de la cultura popular en la construcción y difusión de los estándares de belleza, así como para desarrollar una perspectiva crítica sobre la influencia que los medios de comunicación y la industria cultural ejercen sobre las percepciones sociales del cuerpo, la imagen y la feminidad.

Elaboración del segundo capítulo

El desarrollo del segundo capítulo pretende responder al segundo objetivo específico, en donde se distinguen los patrones alimentarios influenciados directa o indirectamente por las modas y tendencias respectivas de la época.

Comenzó con una revisión de ejemplares de la revista Vogue mediante la plataforma *Vogue Archives*, con el propósito de identificar contenidos que pudieran influir en la conducta y el patrón alimentario de la población de referencia a lo largo del período comprendido entre 1980 y 2026.

Inicialmente, la búsqueda se concentró en las ediciones correspondientes al mes de septiembre, debido a que tradicionalmente representan el número más relevante de la revista al presentar las tendencias que marcarán la temporada otoño-invierno en el Hemisferio Norte. Sin embargo, durante la recopilación de artículos se observó que limitar el análisis únicamente a las ediciones de dicho mes podía excluir información significativa. Por este motivo, la revisión

se amplió a ejemplares publicados durante todos los meses del año, incorporando aquellos artículos cuyo contenido se consideró potencialmente influyente sobre la conducta alimentaria, independientemente de su mes de publicación.

Entre los materiales seleccionados se incluyeron artículos relacionados con alimentación, gastronomía, cocina, dietas, ejercicio físico, moda, belleza, publicidad, celebridades y otros contenidos que contribuyeran a comprender los mensajes transmitidos por la revista con respecto al cuerpo, la alimentación y los ideales estéticos predominantes en cada momento histórico.

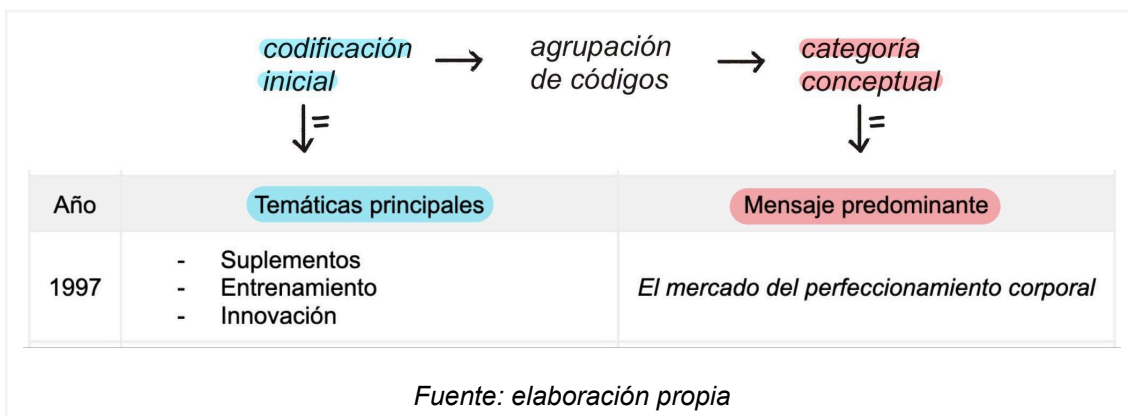
A diferencia del primer capítulo, el análisis fue organizado de manera cronológica, desarrollando los años uno por uno desde 1980 hasta 2026. Esta decisión metodológica respondió a la necesidad de identificar con mayor precisión las transformaciones graduales del discurso editorial y evitar que los cambios particulares de cada año quedaran diluidos dentro de un análisis por décadas. Asimismo, esta estrategia permitió un abordaje más detallado del objeto de estudio, cuya interpretación requería una lectura y un análisis minucioso del contenido de cada publicación.

Como herramienta de organización de la información se elaboró una tabla compuesta por tres columnas: año, temáticas principales y mensaje principal. En la primera etapa se identificaron las temáticas predominantes presentes en las publicaciones de cada año, mientras que posteriormente dichas temáticas fueron integradas en un mensaje principal que sintetizaría el discurso anual general. Si bien este procedimiento surgió inicialmente como una estrategia propia para organizar y sintetizar la información recopilada, posteriormente, durante la revisión de este capítulo, el tutor del trabajo reconoció que el procedimiento de análisis desarrollado de manera intuitiva coincidía con los principios de la *Grounded Theory* (Teoría Fundamentada), propuesta en 1967 por Glaser y Strauss. Este enfoque metodológico cualitativo tiene como finalidad generar teoría a partir de los datos, en lugar de verificar hipótesis preexistentes. Su objetivo es construir conceptos y categorías directamente desde la observación o lectura sistemática de textos, entrevistas o documentos (23).

El procedimiento empleado en la presente investigación se correspondió con las etapas propuestas por dicho enfoque:

- **Codificación inicial:** se asignan códigos breves que expresan el sentido de cada fragmento.
- **Agrupación de códigos:** se comparan los códigos entre sí y se agrupan en categorías conceptuales más amplias que representan patrones o temas recurrentes.
- **Codificación selectiva:** se integran las categorías en una teoría emergente, que explica el fenómeno estudiado.

Figura 2: Aplicación de la Grounded Theory en la elaboración de la tabla de evolución del patrón alimentario difundido por los medios de comunicación.



Finalmente, el análisis cronológico realizado permitió observar la evolución de los discursos y patrones predominantes relacionados con el ámbito alimentario a lo largo del período estudiado, integrando los hallazgos en una interpretación global.

Elaboración del tercer capítulo

El tercer capítulo se desarrolló con el propósito de dar respuesta al tercer objetivo específico de la investigación, consistente en comparar las conductas alimentarias de mujeres adolescentes pertenecientes a las generaciones seleccionadas.

Para ello, se utilizaron datos provenientes del *Global Burden of Disease (GBD)*, un estudio epidemiológico internacional que reúne información sobre la carga mundial de enfermedades. A partir de esta base de datos se obtuvieron los registros correspondientes a la prevalencia de los trastornos de la conducta alimentaria en mujeres adolescentes, seleccionando el grupo etario de 10 a 19 años. Cabe aclarar que las opciones de rangos de edad eran una categoría preestablecida por la propia plataforma y se seleccionó la que coincidía con la población elegida.

Posteriormente, los datos fueron exportados a una hoja de cálculo para su organización y procesamiento. A partir de ellos se elaboraron gráficos de líneas con el objetivo de representar la evolución de la prevalencia de los trastornos de la conducta alimentaria durante el período comprendido entre 1990 y 2023.

Con el fin de facilitar la interpretación de los resultados, cada gráfico fue acompañado por un texto descriptivo en el que se explicaron dos tipos de variaciones. En primer lugar, se describió el *incremento interno* correspondiente a cada década, entendido como la diferencia entre el primer y el último año del período analizado (por ejemplo, entre 2000 y 2009). En segundo lugar, se comparó la prevalencia promedio de cada década con la correspondiente al período inmediatamente anterior, permitiendo observar la evolución del fenómeno a lo largo del tiempo.

Una de las principales limitaciones de este capítulo estuvo dada por la disponibilidad de la información. La base de datos Global Burden of Disease presenta registros a partir del año 1990, por lo que no fue posible incorporar datos epidemiológicos correspondientes a la década de 1980.

No obstante, si bien el análisis cuantitativo comprendió el período 1990-2023 debido a la disponibilidad de datos, la década de 1980 también fue abordada en el tercer capítulo mediante el análisis histórico y documental de las demás fuentes bibliográficas, lo que permitió mantener su inclusión en la comparación entre las generaciones seleccionadas.

Desarrollo de la discusión

Para la elaboración de la discusión se realizó la lectura y análisis crítico de dos artículos científicos sugeridos por el tutor del trabajo, seleccionados por su pertinencia temática respecto del objeto de estudio. Ambos abordaban la influencia de los factores socioculturales en la conducta alimentaria y en los trastornos de la conducta alimentaria. A partir de estos trabajos se estableció un análisis comparativo entre los principales aportes de los autores y los hallazgos obtenidos en la presente revisión bibliográfica, con el propósito de interpretar los resultados desde una perspectiva teórica y contextualizar la influencia de los factores socioculturales sobre la conducta alimentaria. Finalmente, los conceptos desarrollados por dichos autores fueron integrados al análisis de manera crítica, procurando mantener la coherencia con el enfoque antropológico y el objetivo general de la presente revisión.

Desarrollo de las conclusiones

El proceso de elaboración de estas conclusiones encuentra su origen en el trabajo práctico mencionado anteriormente para la asignatura Psicosociología de la Nutrición. Aquella primera aproximación fue la semilla de este proyecto, sentando la hipótesis de que la cultura popular influye en la conducta alimentaria. Y fue el abordaje metodológico de esta tesis el que permitió que esa idea germinara y desarrollara un verdadero cuerpo teórico. Los recursos bibliográficos y documentales no solo ayudaron a redactar una premisa, sino a estructurarla, otorgándole la densidad analítica y el rigor conceptual que el fenómeno exige.

Lejos de pretender emitir un juicio moral o calificar esta influencia como positiva o negativa, el propósito de este trabajo fue reconocerla como una dimensión inherente a la condición humana. El ser humano es un sujeto esencialmente social y relacional; por ende, sus comportamientos, incluida la alimentación, no se dan de forma aislada, sino en constante interacción con el entramado cultural y los discursos de su época.

El haber dedicado un proceso de estudio tan prolongado a esta investigación permitió madurar una perspectiva interdisciplinaria sobre el tema. El análisis exhaustivo de cada fuente posibilitó el desarrollo de una mirada antropológica y sensible, capaz de comprender y exponer ante el lector la profundidad con la que la cultura popular, las modas, tendencias y los estándares de belleza terminan impactando en la conducta, entre ellas, la alimentaria.

CAPÍTULO 1: ESTÁNDARES DE BELLEZA

1.1 Introducción a la cultura popular

La cultura pop ha sido históricamente asociada a lo masivo, comercial, y en muchos casos, a lo considerado superficial. Sin embargo, lejos de ser una cuestión de simple entretenimiento, se comporta como una matriz que produce las subjetividades características de cada época. De modo que, no solo refleja los valores sociales existentes, sino que también juega un papel activo en el moldeado de percepciones, creencias y prácticas en ámbitos que, entre otros, incluyen la alimentación, el cuerpo y el ideal de belleza (24, 25).

Desde la perspectiva antropológica, es pertinente recordar que el ámbito alimentario va más allá de lo biológico, y es influenciado fuertemente por lo social y cultural. Los hábitos alimentarios se construyen interactuando con el entorno simbólico, donde la cultura pop juega un rol importante, transmitiendo y validando determinados modelos corporales y conductuales (24).

Los ideales de belleza son construcciones socioculturales dinámicas que pueden modificarse a partir de la exposición mediática. Se ha evidenciado que la exposición sostenida a ciertos modelos corporales puede cambiar las percepciones previas y dar lugar a nuevos ideales y nuevas conductas alimentarias acordes a dicho ideal. Dando a entender que la cultura pop no solo propone/impone estándares, sino que estos son internalizados y reproducidos socialmente (26).

Particularmente durante la adolescencia, etapa caracterizada por una alta permeabilidad de influencias externas, sumado al momento de la construcción de la identidad. La cultura pop es una de las primeras representaciones del mundo externo, más allá del círculo familiar o social inmediato. A través de sus múltiples formas (redes sociales, música, cine, series de televisión, publicidad, etc.) Los adolescentes interpretan su realidad, incluyendo la perspectiva sobre su propio cuerpo y relación con la alimentación (24, 25).

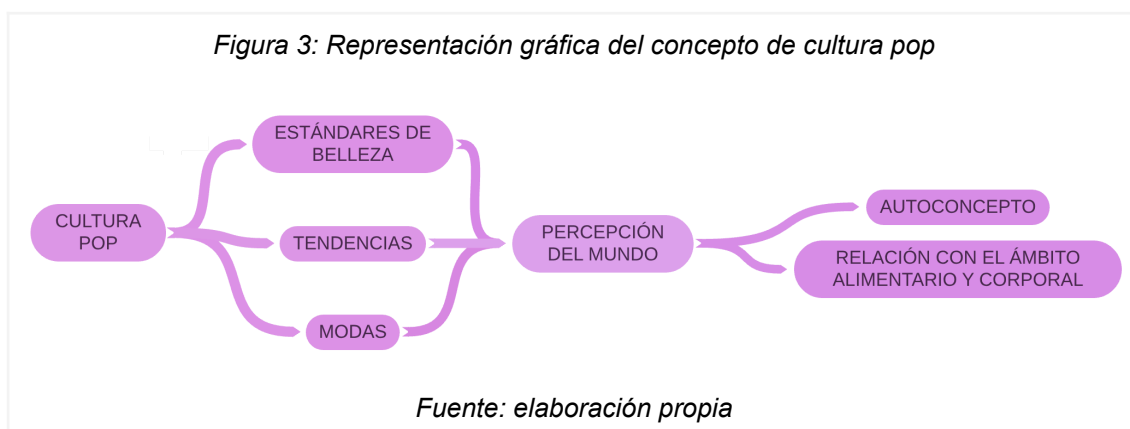
Asimismo, las representaciones femeninas en los medios masivos de comunicación ocupan un lugar importante en la historia, reflejando cultura, parámetros estéticos, corporales y conductuales que incidieron e inciden todavía en la identidad femenina. Históricamente, la cultura popular ha dirigido sus mensajes y publicidades hacia el público femenino. Esto desde tiempos en los cuales los medios eran consumidos por un público casi totalmente femenino de amas de casa que eran quienes se encontraban en el hogar y tenían la radio, televisión y revistas a disposición. De esta forma, fue fácil consolidar modelos de feminidad que incluyen expectativas específicas sobre el cuerpo, y en consecuencia sobre la conducta alimentaria (24-26).

Es relevante recalcar que entonces la cultura popular no solo se produce y se consume, sino que se comercializa. Detrás de esto se encuentran lógicas de marketing que no solo difunden ciertos ideales, sino que también los monetizan. Siendo estos ideales de belleza,

dietas y hábitos alimentarios, estilos de vida, y/o hasta programas de entrenamiento, parte de un mercado que le pone precio a pertenecer y tener un valor social y cultural (24).

Otro factor que es importante reconocer es la globalización y homogeneización de ideales de belleza en la cultura popular impulsados por industrias dominantes, en su mayoría norteamericanas. Haciendo reconocible mundialmente un tipo de cuerpo y estándar de belleza ideal (24).

La cultura pop es un concepto simbólico complejo que no involucra solo entretenimiento, sino que moldea nuestra percepción, con la que posteriormente se construirá el autoconcepto y relación con el ámbito alimentario y corporal.



1.2 Década de 1980

En la primera década elegida se puede apreciar un contexto cultural en el cual las celebridades ocupaban un lugar muy distinto al que se conoce actualmente. Hoy en día una celebridad o “influencer” puede ser cualquier persona que porte una cámara y una cuenta en redes sociales, a diferencia de en los años 80 donde la élite de celebridades era un número reducido de figuras extremadamente famosas que acaparan la atención mediática y cultural casi en su totalidad.

El público consumía a este grupo de celebridades que aparecían repetitivamente como el rostro protagonista en películas, revistas, entrevistas, campañas publicitarias, etc. generado una cultura popular mucho más homogénea y centralizada (27).

La principal referente de la década, y que fue catalogada indiscutiblemente como “it girl”, como estándar e icono de belleza en la industria tanto de la moda, como del cine y televisión desde el inicio de los 80 hasta incluso inicios de los 90 fue Brooke Shields, que es el claro ejemplo de lo que es una representación casi absoluta de un símbolo de ideal de feminidad juvenil para esa generación.

En el año 2023 el reporte gráfico *Pretty Baby: Brooke Shields Documentary*, menciona bastante bien lo que es un símbolo: *“A symbol is something which goes over and above the real thing. People have a sense of deep connection to the representations around them. That’s why celebrities are used for endorsements.”*

Es interesante traducir esta frase a fondo para entender lo que representa Brooke Shields como símbolo y por qué es tan relevante y representativa en esta década. La traducción sería: “Un símbolo es algo que va más allá del objeto real y lo trasciende. Las personas desarrollan un profundo sentido de conexión con las representaciones que las rodean. Por eso las celebridades son utilizadas como figuras de respaldo o validación pública.”

Dando a entender que Brooke va más allá de una persona común y corriente, por decirlo de alguna manera, las personas desarrollan una conexión unilateral con ella, y a su vez, mientras más acorde sea la persona con lo que el símbolo representa y mas cumpla con esas normas implícitas y no siempre dichas en voz alta, más validación externa va a sentir (27, 28).

En cuanto a Brooke, al ser catalogada y coronada como símbolo, la percepción sobre ella deja de ser como individuo o persona real y pasa simplemente a la representación ideal de una mujer en cuanto a apariencia física, belleza, feminidad, perfección. Su identidad pública estaba completamente centrada en su apariencia física y en lo que representaba visualmente para la sociedad. Lo cual puede verse como una versión intensificada de lo que es ser una mujer en la sociedad.

A partir de esta década se marca un cambio en la contextura física en comparación a décadas anteriores. En décadas previas, los ideales de belleza femeninos estaban asociados a mujeres adultas y con la corporalidad propia de una mujer de su edad como Marilyn Monroe o Ava Gardner. Sin embargo, a partir de los años 80 parece producirse un descenso progresivo en la edad de las figuras femeninas consideradas ideales de belleza. Las celebridades empiezan a ser cada vez más jóvenes y esta transformación puede interpretarse como una respuesta cultural frente al avance del feminismo de los años 60 y 70. Mientras las mujeres adultas comenzaban a reclamar mayor autonomía y libertad, las industrias culturales parecían desplazar el foco hacia adolescentes y niñas jóvenes, mucho más vulnerables, moldeables y menos conscientes de la sexualización que recae sobre ellas (24, 25, 29).

Retomando el ejemplo de Brooke Shields, cuando recuerda su trayectoria en los años 80 expresa la presión que existía sobre ella como icono cultural. su identidad estaba condicionada por la aprobación externa y tenía un miedo constante a ser reemplazada por otra figura emergente que cuente con las características suficientes para ocupar su puesto en la industria. Brooke expresa que se sentía simbólicamente propiedad del público, siendo que su imagen ya no le pertenecía ni dependía únicamente de ella misma. y esta dinámica se puede pensar también como la de una mujer en general. La cultura pop, la moda y los estándares de belleza funcionan como sistemas de validación social que las mujeres consumen, reproducen y, al mismo tiempo, padecen. entonces existe una relación recíproca: las mujeres sostienen los ideales culturales, pero esos ideales también ejercen control sobre ellas (24, 27).

1.3. Década de 1990

La década de 1990 se caracteriza por la coexistencia de múltiples discursos corporales en tensión. Por un lado, a inicios de la década, se consolida la figura de la supermodelo como ícono global de belleza; por otro, más a mitad de la década, emerge un ideal estético asociado a la extrema delgadez, posteriormente denominado “heroin chic” (30).

El auge de las supermodelos como Naomi Campbell, Cindy Crawford, Linda Evangelista o Claudia Schiffer marca un momento en el cual las modelos dejan de ser figuras distantes para convertirse en celebridades visibles dentro de la cultura popular. Estas figuras adquieren una visibilidad mayor cuando comienzan a participar en programas de televisión, campañas publicitarias y producciones musicales, generando en el público un proceso de identificación progresiva, en el cual aquellas mujeres cuya vida previamente se percibía como lejana y ajena a lo cotidiano comienzan a humanizarse. Este desplazamiento simbólico despierta un interés desmedido por su vida personal, sus hábitos y sus prácticas corporales, configurando una lógica aspiracional en la que la cercanía percibida habilita la posibilidad de emulación: si ellas, en su aparente normalidad, encarnan un ideal estético tan deseado, entonces ese ideal se vuelve inimaginablemente alcanzable. Así, emerge un deseo íntimo de aproximación, de conocer, de imitar, de incorporar, que se traduce en la voluntad de reproducir sus rutinas, su alimentación y su forma de vestir, en un intento por capturar, aunque sea parcialmente, aquello que ellas encarnan. Este fenómeno contribuye a intensificar la internalización de los ideales corporales, en tanto las audiencias ya no solo consumen imágenes, sino también estilos de vida (25, 29, 30).

Paralelamente, surge una estética alternativa representada por figuras como Kate Moss, cuya imagen introduce una ruptura con el ideal glamoroso previo. Su contextura extremadamente delgada, juvenil y su rostro con facciones relativamente nuevas e inusuales para lo que se buscaba en una modelo de la época inaugura una nueva sensibilidad estética asociada a lo “natural”, lo “crudo” y lo “anti-fashion”. Kate Moss se consolida como la principal exponente y figura paradigmática del denominado “heroin chic”, encarnando y difundiendo este ideal estético dentro de la industria de la moda. Sin embargo, esta naturalidad que en el caso de Kate respondía a una corporalidad propia de una contextura delgada, sumado al hecho de que al inicio de su carrera era una adolescente de 16 años con los rasgos faciales y el cuerpo propios de la edad, engendró un modelo corporal altamente restrictivo, que pronto sería objeto de críticas por su asociación con la fragilidad física, las adicciones y enfermedades (28, 30).

La intersección progresiva entre moda, entretenimiento y cultura de celebridades amplifica la difusión de estos ideales. La incorporación de figuras del espectáculo en campañas de moda, así como la mediatización de sus cuerpos y hábitos, contribuye a consolidar un modelo aspiracional que trasciende las pasarelas (24, 25). En este escenario, resulta ilustrativo el testimonio de Naomi Campbell, quien relata que, durante una estancia en Milán, despertó para encontrarse con un artículo de revista que detalla lo que había comido para el desayuno, a lo

cual su primera reacción fue preguntar: “Why would they care?”. Esta anécdota evidencia el momento en que la atención pasa de ser únicamente a la imagen corporal y se extiende a las prácticas y hábitos alimentarios para la obtención de ese ideal corporal. Desde la perspectiva antropológica, esto puede interpretarse como el inicio de una forma de vigilancia cultural sobre la alimentación, en la cual el interés se orienta hacia la reproducción de un ideal corporal específico. En este marco, la alimentación deja de entenderse únicamente como necesidad biológica y pasa a estar influida por normas sociales y expectativas culturales, donde las elecciones alimentarias se vinculan con la búsqueda de un cuerpo socialmente aceptado (30).

En el escenario de alta visibilidad mediática y consolidación de nuevos ideales corporales, desde un punto de vista ajeno a la moda, la autora Naomi Wolf propone el concepto de “*mito de la belleza*” para describir la presión social crónica sobre las mujeres en torno a la apariencia física. Según la autora, este fenómeno no es meramente estético, sino que responde a dinámicas políticas y económicas más amplias. En particular, sostiene que a medida que las mujeres avanzaban en términos de derechos y autonomía, los estándares de belleza se volvían más exigentes, operando como una forma de regulación social que desplaza la atención hacia el cuerpo y refuerza prácticas de autoexigencia y control individual (29).

Durante esta década, trastornos como la anorexia y la bulimia eran comúnmente abordados como problemáticas individuales, desvinculadas de los contextos socioculturales en los que se desarrollan. No obstante, su alta prevalencia entre mujeres jóvenes que buscan ajustarse a ideales corporales inalcanzables pone de evidencia el papel determinante de las presiones sociales en su incidencia y prevalencia (29).

A grandes rasgos, la década de 1990 representa un periodo de tiempo en el que la delgadez extrema se consolida como el principal referente estético, en estrecha relación con cambios culturales más amplios asociados a la globalización de los medios y el crecimiento de la cultura de celebridades, más el entrelazamiento de las diversas formas del arte: moda, cine, música. Este fenómeno marca un antes y después en la visibilidad de estos ideales, ya que se produce una expansión significativa de su alcance y una creciente integración de la cultura pop, acompañada de un mayor interés por la vida cotidiana de las celebridades, incluyendo sus hábitos alimentarios y de ejercicio, más allá de la simple apreciación de las celebridades y modelos como objetos de admiración (24, 25, 30).

1.4. Década del 2000

Durante esta época se observa un cambio significativo en lo que era el panorama mediático, marcado por la intensificación de la cultura de celebridades, la consolidación y expansión de nuevos formatos de entretenimiento, como por ejemplo los reality shows, que no solo amplificaban la exposición de los cuerpos y los estándares de belleza dominantes, sino que también ofrecían una representación más íntima de la vida cotidiana de sus protagonistas, lo que generó un fuerte impacto y captó la atención del público (24, 25).

En este período, el ideal corporal se asocia fuertemente con la extrema delgadez, conceptualizada como “size zero”, y se difunde a través de figuras públicas cuya vida cotidiana comienza a ser objeto de consumo masivo. La delgadez deja de ser solo un atributo estético y se convierte más en un requisito implícito de visibilidad y pertenencia dentro de la industria del entretenimiento (25).

Un aspecto relevante a recalcar es la edad de las mujeres influyentes en la cultura pop. Se puede notar una descendencia en la edad de las celebridades, ya sean cantantes, actrices o modelos, comparando con las décadas anteriores. Siendo mayoritariamente adolescentes o mujeres muy jóvenes, lo que las posiciona en una situación de vulnerabilidad frente a las exigencias de la industria. Esta condición facilita la imposición de normas estrictas y la reproducción de dinámicas de control sobre el cuerpo y la conducta alimentaria (24, 29).

Una observación relevante derivada de la docuserie *Reality Check: Inside America's Next Top Model* es la forma en que la producción del programa se beneficiaba de la juventud de sus participantes que años después dan su propio testimonio con ojos de mujeres adultas. En el caso suyo (pero que puede reflejar a grandes rasgos el caso de toda mujer joven o niña dentro de la industria) se trataba de mujeres de entre 18 y 22 años, es decir, en etapas tempranas de desarrollo personal y profesional, lo que implicaba una menor capacidad para establecer límites frente a las exigencias de este ámbito de trabajo y exposición. Esta condición no sólo facilitaba la imposición de dinámicas de control, sino que también la capitalización de la vulnerabilidad de las participantes como recurso para la generación de contenido televisivo (31).

Este fenómeno se vincula con lo planteado por la periodista Sophie Gilbert en su libro *Girl on Girl*, donde señala que entre las décadas de 1990 y 2000 se produjo una disminución significativa en la edad de las figuras femeninas prominentes en la cultura mediática. Según la autora, esta tendencia responde a intereses comerciales de la industria del entretenimiento, que privilegia la incorporación de mujeres cada vez más jóvenes debido a su mayor maleabilidad y menor capacidad para cuestionar y/o contradecir las condiciones impuestas. En este sentido, la juventud se convierte en un recurso estratégico que facilita la reproducción de dinámicas de poder dentro de un sistema que se presenta como aspiracional y deseable para el público, compuesto en gran medida por audiencias igualmente jóvenes y, por lo tanto, más susceptibles a la influencia y a la internalización de estos modelos (24, 25).

Por su parte, el auge de los reality shows introduce una lógica de espectacularización del sufrimiento y la competencia, en la cual los cuerpos son constantemente evaluados, modificados y expuestos. Este fenómeno se inscribe en un contexto más amplio de mercantilización de la imagen, donde la construcción de identidad se encuentra profundamente mediada por la visibilidad y la validación externa. Tal como se evidencia en la docuserie *Reality Check*, estos espacios no solo representaban ideales de belleza, sino que participaban activamente en su producción (25, 31).

A principios de esta década, uno de los líderes en cuanto a marcas de ropa juvenil fue Abercrombie & Fitch. Cuyo auge se basó fuertemente en usar los estándares de belleza y el

sentido de pertenencia como herramienta de marketing. La industria de la moda no se limita a ofrecer productos, sino que construye un sentimiento aspiracional, un deseo de pertenencia, y por consecuencia una necesidad de consumo. La marca mencionada explotó la técnica de aspiracionalidad, exclusión y mercantilización del cuerpo como ninguna otra hasta ese momento. Siendo asociada a una determinada clase social, estilo de vida, tipo de cuerpo y rasgos físicos característicos. Vendiendo no solo una prenda por sí sola, sino la promesa de pertenecer a un estatus social (32).

Figura 4: Fórmula de marketing de Abercrombie & Fitch



*Fuente: elaboración propia en base al documental
White Hot The Rise and Fall of Abercrombie & Fitch*

La noción de aspiracionalidad se encuentra intrínsecamente ligada a la exclusión. Para que un ideal funcione como tal, no puede ser plenamente alcanzable por todos; su valor reside precisamente en su carácter selectivo. De este modo, los estándares de belleza operan como mecanismos de diferenciación social, delimitando quiénes pertenecen y quiénes quedan por fuera. Este principio se evidencia en estrategias de marca que construyen identidades deseables a partir de atributos como la delgadez, la juventud, la blancura o la popularidad (24, 32).

A su vez, la cultura del consumo en este período se articula en torno a la promesa de transformación personal. La adquisición de determinados bienes —ropa, productos, estilos— se presenta como un medio para acceder a una identidad aspiracional. El consumo no responde únicamente a necesidades materiales, sino que se inscribe en un proceso simbólico de construcción de uno mismo, donde el cuerpo ocupa un lugar central (25, 32).

Los años 2000 profundizan la mercantilización del cuerpo, en un escenario donde la cultura de celebridades, los medios de comunicación y la industria de la moda convergen en la producción de ideales aspiracionales. Estos ideales no solo configuran estándares de belleza, sino que también estructuran formas de pertenencia, exclusión e identidad (29, 32).

1.5. Década del 2010

“Abercrombie & Fitch CEO Mike Jeffries: Stop telling teens they aren't beautiful; make clothes for teens of all sizes!”.

Inauguramos el inicio de los 2010 con la siguiente petición, realizada en mayo del 2013 por Benjamin O'keefe (33).

En esta década, adquirió mayor visibilidad el movimiento *body positivity*, el cual buscó cuestionar los estándares tradicionales de belleza promoviendo la aceptación y representación de cuerpos diversos. Este movimiento impulsó una mayor discusión pública acerca de la discriminación por peso, la autoestima y la diversidad corporal, favoreciendo una transformación gradual en los discursos presentes en la publicidad, la moda y los medios de comunicación (34).

No obstante, estos avances coexistieron con los estándares estéticos difíciles de alcanzar, generando una tensión constante entre los discursos de aceptación corporal y la persistencia de ideales de belleza comprometidos.

En cuanto a la industria de la moda, esta continuó ejerciendo una importante influencia sobre las representaciones sociales del cuerpo femenino. Los desfiles anuales de Victoria's Secret constituían uno de los eventos más esperados y eran ampliamente seguidos por adolescentes a través de la televisión e internet. Las denominadas *ángeles* de Victoria's Secret se consolidaron como otras referentes del ideal corporal femenino de la época, caracterizado por una figura delgada, tonificada y altamente estandarizada. Sin embargo, hacia finales de la década comenzaron a surgir cuestionamientos respecto de estos modelos de belleza, impulsados por movimientos sociales que promovían una representación más diversa de los cuerpos femeninos (35, 36).

Por otro lado, la década del 2010 representó un período de profundas transformaciones en la cultura popular y en las formas de socialización de los adolescentes. Gran parte de la industria del entretenimiento orientó sus producciones hacia el público adolescente, convirtiéndolo en uno de los principales consumidores de contenidos audiovisuales, musicales y digitales. Asimismo, el desarrollo y expansión de las diversas redes sociales modificó la manera en que los jóvenes interactúan con celebridades de la época, permitiéndoles participar activamente como espectadores virtuales, incorporar referentes culturales que contribuirían a la construcción de la identidad individual y colectiva y desarrollar relaciones parasociales caracterizadas por una percepción de cercanía emocional con figuras públicas. En esta década, la adolescencia dejó de ser un grupo etario únicamente en etapa de desarrollo y se consolidó como el principal target y a su vez creador de las tendencias de consumo, la moda, la belleza y los estilos de vida (25).

Uno de los principales exponentes de este fenómeno fue la programación de canales televisivos dirigidos específicamente al público adolescente, entre ellos Disney Channel (37).

Durante estos años, las series y películas de este canal alcanzaron una enorme popularidad a nivel internacional. Sus protagonistas trascendieron el papel de actores para convertirse en referentes culturales de toda una generación. Figuras como Selena Gomez, Miley Cyrus y Demi Lovato no solo fueron reconocidas por sus carreras artísticas, sino también por representar a la generación presente en cuanto a formas de expresarse, de vestir, estilos de vida y comportamientos que eran ampliamente imitados por millones de adolescentes (37, 38).

Durante la misma década, Taylor Swift consolidó su carrera como una de las artistas más influyentes del panorama musical internacional. Su imagen pública, sus letras centradas en experiencias propias de la adolescencia y la juventud, y la construcción de una relación cercana con sus seguidores contribuyeron a fortalecer un nuevo modelo de celebridad caracterizado por la interacción constante con el público a través de plataformas digitales. De forma similar, figuras como Kendall y Kylie Jenner adquirieron una relevancia notable dentro de la cultura popular al consolidarse como referentes de belleza y moda mediante el uso estratégico y constante de las redes sociales. Ambos fenómenos marcaron el surgimiento de una nueva generación de celebridades cuya influencia trascendía los medios tradicionales vistos anteriormente en décadas pasadas y se apoyaba en la construcción de una presencia permanente en plataformas como Instagram, Snapchat, Tumblr y Vine. La expansión de las redes sociales constituyó, probablemente, una de las transformaciones culturales más significativas de la década. Aunque Facebook continuó siendo una de las plataformas con mayor cantidad de usuarios registrados, entre los adolescentes comenzó a perder protagonismo frente al crecimiento de las tres redes sociales mencionadas anteriormente. Estas plataformas facilitaban la comunicación mediante fotografías y videos, favoreciendo una cultura basada en la imagen y en la exposición permanente de la vida cotidiana. Como consecuencia, la lejanía entre celebridades y consumidores se reduce exponencialmente y dichas personas se transforman en figuras cuya vida cotidiana y rutina diaria podía seguirse prácticamente en tiempo real. Este nuevo tipo de vínculo, caracterizado por una mayor sensación de cercanía, fortaleció los procesos de identificación, comparación social e imitación, incrementando la influencia que ejercían sobre las decisiones relacionadas con la apariencia física, la moda y el estilo de vida (40-42).

Siguiendo este mismo camino, internet dejó de ser únicamente una fuente de información para convertirse en un espacio de construcción de identidad. Plataformas como Tumblr y Pinterest permitieron la circulación masiva de imágenes, estilos estéticos e ideales de belleza, facilitando la creación de comunidades virtuales organizadas en torno a intereses compartidos. En estas plataformas se popularizaron tendencias como las estéticas *hipster*, *indie* y *grunge*, al mismo tiempo que comenzaron a difundirse contenidos relacionados con la idealización corporal.

En este entorno, y reforzando lo mencionado anteriormente sobre el target que eran las adolescentes, también adquirió gran relevancia Wattpad, una plataforma digital que permitió a millones de adolescentes acceder gratuitamente a novelas juveniles y compartir sus propias producciones literarias.

Como era de esperarse, la industria del entretenimiento llevó las sagas de novelas más populares a la pantalla grande consolidando un mercado cultural, una vez más, dirigido principalmente a adolescentes y adultos jóvenes. Estas producciones no solo alcanzaron un gran éxito comercial, sino que también contribuyeron a instalar modelos estéticos, formas de vestir y más representaciones de la feminidad que rápidamente fueron incorporadas por la cultura popular (40-43).

Para finalizar, lo que se busca resaltar es que la cultura popular de la década del 2010 representa un escenario en el cual los adolescentes ocupan un lugar central como consumidores y productores de cultura. Estuvo caracterizada por la convergencia entre entretenimiento, redes sociales y celebridades digitales, la permanente exposición a referentes mediáticos, la interacción cotidiana con figuras públicas y la circulación masiva de imágenes e ideales estéticos contribuyeron a moldear la construcción de la identidad durante la adolescencia, sentando las bases para nuevas formas de influencia cultural que repercutirían posteriormente sobre la percepción corporal y las conductas relacionadas con la alimentación. A su vez, este crecimiento dió muchas más opciones de referentes para las adolescentes en comparación a las décadas previas (25, 38, 39).

1.6 Década del 2020

La década de 2020, si bien al momento de la elaboración de la presente revisión todavía se encuentra en curso, la primera mitad está marcada por una consolidación de las redes sociales como principal escenario de producción y difusión de la cultura pop.

Teniendo en cuenta el antecedente en el que se encontraba el inicio de esta etapa, en donde el Covid 19 mantuvo bajo aislamiento social a la población mundial durante los primeros dos años aproximadamente, esto dió lugar a que las redes sociales se vuelvan mucho más una compañía al momento de sobrellevar esta situación de impacto mundial. Lo cual dió lugar a que las personas interactúen mucho más y se adentren mucho más en el consumo de contenido sobre alimentación, recetas, ejercicio, moda, etc (44, 45).

Plataformas como Tik Tok e Instagram adquirieron un papel predominante en la construcción de tendencias estéticas, de consumo y de estilos de vida, favoreciendo una difusión prácticamente inmediata de aquello que realizan o consumen las figuras públicas. Las celebridades dejaron de influir únicamente a través de los medios tradicionales para convertirse en creadoras permanentes de tendencias, cuya vida cotidiana es observada y replicada por millones de personas (46).

Una de las figuras más representativas de este fenómeno es Hailey Bieber, considerada por diversos medios y usuarios de redes sociales como una de las principales it girls de la década. El concepto de it girl hace referencia a una mujer cuya imagen, estilo y hábitos generan una fuerte influencia cultural, convirtiendo rápidamente en tendencia los productos, prendas, rutinas de belleza, elecciones alimentarias o cualquier otra práctica que adopte. La popularidad de Bieber ha contribuido a la difusión de estéticas caracterizadas por la apariencia "natural", el bienestar, el cuidado de la piel y una figura corporal delgada, reforzando un ideal femenino ampliamente replicado en redes sociales (47-49).

Entretanto, podemos encontrar en figuras como la cantante Billie Eilish una contrapostura frente a los estándares de belleza impuestos a las mujeres en la industria del entretenimiento. Desde el inicio de su carrera manifestó que elegía vestir prendas holgadas con el objetivo de

evitar la hipersexualización de su cuerpo y disminuir los comentarios sobre su apariencia física que vienen sujetos al hecho de ser mujer y artista. Sin embargo, años después expresó públicamente las dificultades que experimentó con la imagen corporal y la presión social ejercida sobre el aspecto físico de las mujeres, evidenciando que incluso quienes desafían los ideales estéticos continúan expuestas al escrutinio constante de su cuerpo (50-52).

Durante este tiempo también cobraron relevancia producciones cinematográficas que promovieron una reflexión social acerca de los mandatos de género y la presión estética femenina. La película *Barbie* (2023) propuso una crítica a los ideales tradicionales de feminidad, abordando las exigencias contradictorias que enfrentan las mujeres respecto a su apariencia, comportamiento y éxito personal (53-55).

Por otra parte, *The substance* (2024) llevó esta problemática al género del terror corporal, representando de manera metafórica la obsesión por la juventud, el miedo al envejecimiento y la presión social que asocia el valor de la mujer con la conservación de un cuerpo joven, tonificado y atractivo. Ambas producciones reflejan preocupaciones ampliamente presentes en la sociedad contemporánea y evidencian cómo la apariencia física continúa ocupando un lugar central en la construcción de la identidad femenina (56-58).

En contraste con el movimiento de aceptación corporal que había ganado visibilidad durante la década previa, hacia mediados de la década de 2020, comenzó a observarse un resurgimiento del ideal de la extrema delgadez. Este fenómeno puede verse asociado, entre otros factores, a la creciente popularidad de agonistas del receptor GLP-1, como la semaglutida, comercializada bajo nombres como Ozempic y Wegovy, inicialmente indicados para el tratamiento de la diabetes tipo 2 y posteriormente aprobados para el tratamiento de la obesidad y el descenso de peso en determinados pacientes. Su utilización por parte de celebridades e influencers, muchas veces bajo especulaciones en redes sociales sobre si su empleo es con fines exclusivamente estéticos, contribuyó a reinstalar la delgadez como un ideal corporal altamente valorado. Como consecuencia, comenzaron a observarse nuevamente cuerpos muy delgados en eventos públicos, campañas publicitarias y redes sociales, reavivando preocupaciones sobre el posible impacto de estos modelos estéticos en la percepción corporal y las conductas alimentarias, especialmente entre mujeres adolescentes (59-62).

CAPÍTULO 2: PATRONES INFLUYENTES DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA

2.1 Década de 1980

A lo largo años ochenta, las recomendaciones nutricionales publicadas en medios de comunicación dirigidos mayormente al público femenino evolucionaron desde un enfoque centrado principalmente en la pérdida de peso hacia un modelo de bienestar general, en el que la alimentación se integró a un estilo de vida completo, vinculado con las tendencias culturales predominantes de la época.

Empezando por el año 1980, donde el discurso alimentario se enfocó mucho en controlar el peso. Las publicaciones relacionadas con la alimentación enfatizaban en la reducción del consumo de grasas, la conexión entre alimentación y salud cardiovascular, y recomendaban la sustitución de ciertos alimentos cotidianos por opciones “light” o “low-fat”. En ese entonces, la alimentación se presentaba principalmente como una forma de lograr una figura delgada, pero también empezaban a surgir recomendaciones sobre el bienestar físico en general y la prevención de enfermedades (63–66).

Seguido por el año 1981, donde el énfasis dejó de centrarse exclusivamente en grupos específicos de alimentos para incorporar la modificación de hábitos cotidianos como parte del cuidado de la salud. Asimismo, se estableció una correlación entre la salud, la actividad física regular y el consumo adecuado de vitaminas y minerales. El mantenimiento del peso dejó de mostrarse como dependiente solo de restricciones alimentarias para asociarse con un estilo de vida disciplinado (67–71).

En 1982, el discurso alimentario adquirió un enfoque mucho más clínico y preventivo. Las publicaciones pertinentes abordaron los riesgos inherentes al consumo de fármacos para la pérdida de peso, promoviendo en contraposición, la toma de decisiones alimentarias más conscientes y reforzando la importancia del asesoramiento profesional frente a las estrategias rápidas de descenso de peso y los potenciales perjuicios de las mismas. La alimentación comenzó a ser expuesta y comprendida como una práctica que requería un nivel mayor de información y criterio (72–77).

Durante 1983, la nutrición comenzó a integrarse con otros determinantes de la salud. Diversos artículos expusieron la influencia del estrés sobre la conducta alimentaria, fomentaron la adopción de hábitos alimenticios tanto saludables como sostenibles, y adaptaron las recomendaciones nutricionales a las necesidades de mujeres físicamente activas. Al mismo tiempo, se enfatizó la importancia del fortalecimiento muscular y la actividad física como componentes de un estilo de vida saludable, ampliando así el concepto de bienestar más allá de la simple medición del peso corporal (78–84).

En 1984, el estilo de alimentación representado en los medios de comunicación continuó su evolución hacia una visión integral del bienestar físico. Las recomendaciones emitidas abarcaron aspectos tales como la nutrición personalizada, el asesoramiento dietético, la composición corporal, la actividad física y el equilibrio del organismo. En lo que respecta a las propuestas gastronómicas, se comenzó a evidenciar la posibilidad de conciliar la salud con el placer culinario, alejándose progresivamente de la imagen tradicional asociada a las dietas hipocalóricas y restrictivas (85–95).

Hacia 1985, en el mundo de la gastronomía se posicionó la denominada *Spa Cuisine*, con preparaciones livianas vinculadas al protagonismo del fitness como estilo de vida. La alimentación se convierte en una representación de carácter y sofisticación. Comer saludablemente pasa a simbolizar disciplina, autocuidado y pertenencia a un determinado

estatus social y rutina diaria vinculada con las tendencias de consumo difundidas por la cultura popular (96-106).

A partir de 1986, las recomendaciones alimentarias comenzaron a basarse con mayor frecuencia en evidencia científica. Los artículos abordaron el papel de nutrientes específicos, como por ejemplo los ácidos grasos presentes en el pescado, la relevancia de los hábitos diarios, el rendimiento físico y la interrelación entre la alimentación y el organismo. El patrón alimentario recomendado dejó de fundamentarse únicamente en criterios estéticos para incorporar cada vez más argumentos relacionados con la optimización de la salud (107–113).

En 1987, el concepto de alimentación se convierte en miembro de un mercado de bienestar en expansión. La cultura popular expone programas comerciales de descenso de peso, pone mucho más en tela de juicio las *dietas milagro* y promulga las modificaciones sostenidas de los hábitos alimentarios como estrategia para lograr resultados duraderos. De forma complementaria, la cocina saludable, el yoga, los spas y las nuevas propuestas de actividad física consolidaron un patrón alimentario asociado al estilo de vida basado en el consumo de experiencias, productos y servicios de bienestar integral (114–121).

Durante 1988, el discurso alimentario incorporó una dimensión mucho más psicológica y social. La alimentación fue relacionada con las emociones, las motivaciones personales y la búsqueda de un equilibrio entre el placer gastronómico y un estilo de vida saludable. Simultáneamente, las publicaciones mediáticas profundizaron en la exposición de estudios científicos sobre nutrientes y reforzaron la premisa de que una alimentación adecuada requería conocimientos cada vez más especializados, integrando nutrición, actividad física y vida social dentro de un mismo modelo de bienestar (122–128).

Finalmente, en 1989, el patrón alimentario promovido alcanzó un alto grado de sofisticación. Además de recomendar determinados hábitos alimentarios y de actividad física, las revistas y medios de comunicación alentaron a las lectoras a desarrollar una actitud crítica frente a la información brindada sobre salud, promoviendo la consulta de fuentes científicas confiables y el aprendizaje sobre la fisiología básica del cuerpo. Mientras tanto, la alimentación fue reconocida como una representación cultural vinculada a la gastronomía, los viajes y el placer, aunque sin abandonar el ideal estético de delgadez que continuaba caracterizando a la época (129–134).

Tabla 1: Evolución del patrón alimentario difundido por los medios de comunicación durante la década de 1980

Año	Temáticas principales	Mensaje predominante
1980	- Fitness - Alimentos low-fat - Control del peso corporal	<i>Adelgazar</i>
1981	- Modificación de hábitos - Vitaminas y nutrientes - Actividad física - Responsabilidad individual	<i>Controlar tus hábitos</i>

1982	- Asesoramiento profesional - Riesgos de dietas y/o fármacos - Alimentación consciente	<i>Buscar ayuda profesional</i>
1983	- Estrés y alimentación - Hábitos saludables - Actividad y fuerza	<i>Vivir saludablemente</i>
1984	- Nutrición personalizada - Bienestar integral - Placer culinario	<i>Optimizar tu estilo de vida</i>
1985	- Spa cuisine - Fitness como identidad - Alimentación como estatus	<i>Convertir la salud en parte de tu identidad</i>
1986	- Micronutrientes - Prevención de enfermedades - Evidencia científica	<i>Comprender cómo funciona tu cuerpo</i>
1987	- Comercialización del bienestar - Wellness y rutinas de ejercicio - Dietas sostenibles	<i>Consumir el bienestar como un estilo de vida</i>
1988	- Psicología de la alimentación - Salud mental - Equilibrio y placer	<i>Integrar el bienestar a todos los ámbitos de tu vida</i>
1989	- Alfabetización en salud - Gastronomía y cultura - Autonomía y pensamiento crítico	<i>Aprender a gestionar tu propia salud</i>
<i>Fuente: elaboración propia en base a datos recopilados de Vogue Archives (63-134).</i>		

2.2 Década de 1990

En el periodo de los noventa, se incorporan elementos tanto de moda como de ciencia, tecnología y medicina para ampliar los mecanismos que impulsan a las mujeres a alcanzar el ideal corporal. La alimentación se ve como parte de las estrategias para optimizar el cuerpo. La apariencia, el rendimiento, la composición corporal y el bienestar se vuelven parte de un mismo discurso promovido por la cultura popular.

En comparación con la década anterior, en el año 1990, las tendencias culturales sobre bienestar y salud redireccionaron su enfoque. El cuerpo se percibió como un proyecto de perfeccionamiento funcional, priorizando la mejora del desempeño y la funcionalidad, sin descuidar el objetivo de vincular la práctica con una apariencia física considerada estéticamente aceptable en ese periodo (135, 136).

Durante 1991, el respaldo científico adquirió un papel central en la credibilidad de las recomendaciones relacionadas con la alimentación. Las referencias a investigaciones médicas, estudios clínicos y avances científicos comenzaron a ocupar un lugar cada vez más importante dentro del discurso periodístico, promoviendo una imagen de la alimentación basada en

evidencia. Y por el lado de la gastronomía, esta fue presentada dando más hincapié a factores como la calidad de los ingredientes, la estacionalidad, la simplicidad culinaria y el respeto por las tradiciones gastronómicas, sin perder el elemento de sofisticación cultural y de construcción de un estilo de vida propio de lo conceptualizado en la época (137-139).

A partir del año 1992 se abre una etapa transitoria a la configuración de los patrones alimentarios que definirían el resto de la década. Se consolidó de manera más evidente la idealización de una silueta femenina progresivamente más esbelta. Aunque las referencias explícitas a dietas o estrategias para la pérdida de peso permanecían limitadas, en la industria de la moda dominaba la creación de prendas diseñadas para lucir cuerpos extremadamente delgados, estableciendo una correlación entre delgadez, elegancia y sofisticación. En vista de ello, la obsesión por la delgadez se instaló en la moda antes de trasladarse de forma explícita al ámbito de la alimentación, sentando las bases de la cultura de las dietas que marcaría los años siguientes (140, 141).

En 1993, las terapias hormonales y otras innovaciones biomédicas se reconocieron como herramientas para optimizar la salud femenina aplicando los recursos científicos como complemento de los hábitos cotidianos. En el mismo periodo, se incorporaron elementos contraculturales como el punk a la industria de la moda, resignificando estéticas rebeldes sin desplazar el foco del ideal corporal inclinado a figuras delgadas. El cuerpo femenino se encontró así, susceptible tanto a innovación médica como estética (142, 143).

Durante 1994, en la cultura popular se ve marcada la idea de que el cuerpo femenino es moldeable y perfeccionable a través de la estética, la tecnología y la ciencia. Este fenómeno se hizo evidente junto con el regreso de la *wasp waist* (cintura de avispa), una silueta estructurada y de proporciones rígidas que exigía la adaptación del cuerpo a los mandatos de la moda. En paralelo, la industria de la belleza adoptó un discurso científico al promover productos enriquecidos con vitaminas y antioxidantes, legitimando el cuidado tanto nutricional interno como cosmético externo bajo el respaldo de la investigación biomédica. Al mismo tiempo, las pasarelas abandonan la estética desaliñada del *grunge* del año anterior, para volver al glamour, reforzando más la hegemonía de la delgadez (144-148).

En 1995, se amplía más el concepto de salud, incorporando dimensiones vinculadas al bienestar emocional, el manejo del estrés y el equilibrio entre el cuerpo y la mente. La popularización del yoga ilustra este cambio al presentar una práctica asociada con la espiritualidad como una alternativa al ejercicio centrado en la apariencia física, destacando sus beneficios sobre la flexibilidad, la respiración y la calidad de vida. En sintonía con esto, el yoga comienza a incorporarse al mercado del fitness mediante clases en gimnasios, videos comerciales, planes alimentarios acordes a esta práctica y el respaldo de celebridades, evidenciando cómo el bienestar también se transformaba en un producto de consumo. Si bien este año la salud deja de asociarse únicamente con el descenso de peso e incluye la parte emocional y mental, esta se mantiene dentro del marco de un estilo de vida promovido por la cultura del consumismo (149-151).

En 1996, la revista Vogue destaca al responder explícitamente a las críticas dirigidas hacia la industria de la moda por la promoción de cuerpos extremadamente delgados. A diferencia de los años anteriores, en los que el ideal corporal era presentado sin mayores cuestionamientos, la revista dedicó un extenso artículo a argumentar que los trastornos de la conducta alimentaria constituían fenómenos multifactoriales y que las imágenes de modelos no podían considerarse su causa directa. Además de eso, reconoció que las modelos eran seleccionadas precisamente por representar una belleza y una esbeltez excepcional, diferenciándolas implícitamente del cuerpo de la mayoría de las mujeres. Mientras tanto, el ámbito del fitness continuó ampliándose mediante la popularización de diferentes deportes y estilos de vida activos, y el deporte femenino adquirió una mayor visibilidad con el crecimiento de las competencias profesionales. En este momento, la delgadez seguía ocupando un lugar central dentro de la moda, aunque ahora acompañada por un discurso de legitimación frente a un cuestionamiento social cada vez más visible (152-154).

En el año 1997, se vio que el cuidado corporal requería una intervención constante mediante recursos cada vez más especializados. El interés por suplementos nutricionales y sus funciones destinadas a incrementar masa muscular o contribuir a la tonificación del cuerpo, junto con el desarrollo de nuevas modalidades y nuevos equipos de entrenamiento, reflejó una creciente confianza en la tecnología y la innovación como herramientas para modificar la composición corporal. Asimismo, el debate social en torno a las supermodelos continuó intensificándose, aunque la industria de la moda mantuvo su postura de defenderlas como representaciones excepcionales de belleza más que como modelos a seguir. Se puede decir que la búsqueda del ideal corporal dejó de depender únicamente de los hábitos cotidianos para apoyarse en un mercado en expansión de productos, tecnologías y estrategias orientadas al perfeccionamiento físico (155-159).

Durante 1998 se afianzó mucho más ampliamente la idea de la apariencia física como un elemento modificable y del cuerpo femenino como un constante proyecto de intervención. Las cirugías estéticas se popularizaron, normalizando estas prácticas y mostrándolas como una forma de acelerar el resultado que se buscaba obtener mediante las dietas hipocalóricas y el gasto energético, pero sin obviar la importancia de abordarlas con la debida información y cautela. Los *makeovers* (cambios de imagen) ganaron fuerza cultural, vinculando cambios de apariencia con nuevas identidades y transformaciones sociales o profesionales. Las campañas publicitarias empezaron a optar por mostrar figuras célebres en lugar de modelos tradicionales, con la intención de proyectar autenticidad (160-162).

Hacia 1999, en el cierre de la década, el ideal de delgadez adquirió una complejidad renovada al incorporar cuestionamientos sobre los criterios tradicionales de salud. El debate público comenzó a señalar las limitaciones del índice de masa corporal y del peso aislado como herramientas de evaluación del estado físico, priorizando en su lugar, la masa muscular y los hábitos alimenticios diarios. Sin embargo, este aparente cambio de paradigma no detuvo la expansión del perfeccionamiento físico como producto comercial. Por el contrario, el mercado

creció a través de fármacos para adelgazar, tratamientos anticelulíticos, suplementos dietarios, regímenes alimenticios, entrenamientos exclusivos y otros servicios de bienestar altamente sofisticados. A la par, el estándar de belleza se volvió tan minucioso que prácticamente cualquier rasgo corporal pasó a ser objeto de intervención estética. Así, la década concluyó marcando la siguiente dicotomía: mientras los nuevos discursos proponían una comprensión más integral de la salud, la industria consolidaba una cultura de corrección y moldeado físico constante (163-170).

Tabla 2: Evolución del patrón alimentario difundido por los medios de comunicación durante la década de 1990

Año	Temáticas principales	Mensaje predominante
1990	- Fitness - Rendimiento físico - Funcionalidad corporal	<i>El cuerpo debe ser funcional y eficiente</i>
1991	- Ciencia - Alimentación - Gastronomía	<i>La ciencia legitima la alimentación saludable</i>
1992	- Delgadez - Moda - Imagen corporal	<i>La delgadez condiciona la belleza</i>
1993	- Terapias hormonales - Medicina estética	<i>La medicina se incorpora al perfeccionamiento corporal</i>
1994	- Cosmética científica - Silueta wasp waist	<i>La belleza puede moldearse mediante la ciencia y la moda</i>
1995	- Equilibrio cuerpo-mente - Yoga - Consumismo	<i>El bienestar se vende como un estilo de vida</i>
1996	- Trastornos alimentarios - Industria de la moda - Deporte	<i>La industria de la moda se defiende públicamente</i>
1997	- Suplementos - Entrenamiento - Innovación	<i>El mercado del perfeccionamiento corporal</i>
1998	- Cirugía estética - Makeovers	<i>El proyecto modificable que es el cuerpo femenino</i>
1999	- Composición corporal - Fármacos - Estética - Bienestar	<i>La salud se redefine y el ideal de belleza se mantiene</i>

Fuente: elaboración propia en base a datos recopilados de Vogue Archives (135-170).

2.3 Década del 2000

Con la llegada del nuevo milenio, adquirieron mayor relevancia los denominados alimentos funcionales, es decir, aquellos asociados a beneficios específicos para el organismo, como la mejora del rendimiento físico, la capacidad cognitiva y la protección antioxidante. Este enfoque estuvo acompañado por el reciente interés en la evidencia científica aplicada a la alimentación, tendencia que ya comenzaba a desarrollarse durante los años anteriores. Por su parte, el ideal estético femenino se tornó cada vez más exigente, centrando la atención en una cintura progresivamente más delgada y en la eliminación de rasgos corporales socialmente percibidos como imperfecciones mediante el ejercicio, los tratamientos estéticos y los procedimientos quirúrgicos (171-174).

Hacia 2001, continuó el auge de los alimentos funcionales, que además fueron incorporados al mercado como artículos comerciales de gran atractivo visual. De la mano con esto, comenzaron a ganar protagonismo propuestas de comidas elaboradas con ingredientes orgánicos, libres de hormonas, con la menor cantidad posible de componente químicos y, además, producidos de manera sostenible, reflejando la demanda en aumento de alternativas saludables adaptadas al ritmo de vida moderno. Así mismo, se expandió la oferta de bebidas enriquecidas con vitaminas, electrolitos y otros componentes funcionales, promocionadas como herramientas para favorecer la hidratación. Estos cambios evidencian la creciente comercialización de la alimentación saludable, cuyos beneficios nutricionales se posicionaron como un valor agregado de productos diseñados para responder a las necesidades de los consumidores de la época (175, 176).

En el año 2002, el ámbito alimentario experimentó una mayor incorporación de dimensiones culturales, estéticas y sensoriales. La alimentación emergió como una expresión de la identidad y el estilo de vida, lo que resultó en una mayor relevancia otorgada a la gastronomía de alta calidad, las preparaciones artesanales y tradicionales provenientes de diversas culturas. Paralelamente, el ideal estético femenino se fue asociando no solo con la apariencia física, sino también con atributos como el estilo, la individualidad y el glamour, ampliando así el conjunto de influencias culturales sobre la percepción del cuerpo, tanto en el ámbito de la alimentación como en la presentación superficial (177-180).

Durante el año 2003, cobraron protagonismo los patrones alimentarios adaptados a objetivos específicos y complementados con programas de ejercicio y seguimiento profesional. A su vez, comenzó a observarse un mayor cuestionamiento hacia los insumos orales destinados a la pérdida de peso, enfatizando la importancia de evaluar su eficacia y seguridad a partir de la evidencia científica. Estos cambios reflejaron una profesionalización del cuidado del cuerpo, en la que la alimentación se integró a un abordaje multidisciplinario (181-184).

Aproximándonos a la mitad de la década, en el 2004, los patrones alimentarios retomaron la orientación dirigida al control de peso mediante cambios de hábitos sostenibles en el tiempo. Además de esto, se empezó a hablar y priorizar temas nutricionales como el concepto de la saciedad, el índice glucémico, el consumo y la función de la fibra, la calidad de los alimentos,

además de las restricciones alimentarias que eran la prioridad en los regímenes alimenticios previamente vistos. Por otro lado, el interés en las variedades de prácticas alimentarias como el vegetarianismo, puso en manifiesto una renovada valoración de la alimentación y las dietas como herramienta para promover la salud y favorecer el control de peso. Asimismo, las recomendaciones alimentarias comenzaron a fundamentarse en una comprensión más amplia de los hábitos de vida, incorporando aspectos como el tamaño de las porciones, la calidad de los ingredientes, el entorno alimentario y las características de los distintos patrones dietarios, más allá del simple conteo de calorías (185-195).

Durante el año 2005 cobró mayor importancia la educación nutricional, promoviendo una mejor comprensión y una interpretación crítica de las recomendaciones nutricionales, desplazando parcialmente el énfasis puesto únicamente en las restricciones calóricas. A su vez, la alimentación continuó conservando una dimensión social, reflejada en la revalorización de espacios de encuentro como el *brunch*, donde el acto de compartir adquirió tanta importancia como el de comer. Estas tendencias evidenciaron una transición hacia un concepto de bienestar más integral, en el que la alimentación comenzó a entenderse como componente tanto de la calidad de vida como de la experiencia cotidiana (196-202).

Durante el año 2006 comenzó a observarse una mayor personalización de las estrategias estéticas dirigidas al cuerpo femenino. Sin abandonar el ideal predominante de la delgadez, las recomendaciones dejaron de centrarse exclusivamente en alcanzar una única silueta para incorporar propuestas adaptadas a distintas morfologías corporales, utilizando la vestimenta como un recurso para resaltar, equilibrar o disimular determinadas características físicas. Paralelamente, la representación de la alimentación en los medios de comunicación y la cultura popular como el cine y televisión permitió evidenciar cómo la alimentación, el consumo y los elementos gastronómicos también podían adquirir un significado simbólico, formando parte de la construcción de identidad, estatus, prestigio y distinción social. Estos discursos visibilizaron una acentuada individualización de la imagen personal, en la que el cuerpo continuó siendo un medio de representación cultural y social (203-204).

En el año 2007, se evidenció una comprensión más profunda del cuerpo, la salud y la alimentación como fenómenos intrínsecamente vinculados al contexto sociocultural. La representación del cuerpo se percibió como un reflejo de las consecuencias de acontecimientos históricos, políticos y sociales, demostrando la influencia del entorno en la percepción y representación de la corporalidad. Simultáneamente, el concepto de salud incorporó con mayor énfasis dimensiones relacionadas con el bienestar psicológico y emocional, reconociendo que factores como el estrés, los conflictos sociales y la salud mental inciden significativamente en la calidad de vida y los hábitos alimenticios. La alimentación adquirió mayor relevancia como expresión de identidad cultural, destacándose el valor de las tradiciones gastronómicas, la diversidad culinaria y el intercambio cultural como elementos esenciales para comprender las prácticas alimentarias. Estos discursos reflejaron una comprensión cada vez

más sólida del cuerpo, la salud y la alimentación como construcciones socioculturales, moldeadas por el contexto histórico y capaces de expresar identidad y pertenencia (205-207).

En el año 2008 se asentó una diversificación de las estrategias orientadas a la construcción de la imagen corporal. Comenzaron a adquirir protagonismo tecnologías estéticas destinadas a la reducción de medidas corporales, presentadas como herramientas complementarias al ejercicio físico y a la alimentación para alcanzar resultados rápidos, aunque reconociendo la necesidad de mantener hábitos saludables para conservar sus efectos. Entretanto, el ideal femenino continuó ocupando un lugar central dentro de la cultura popular y la industria de la moda, donde la delgadez era vinculada al prestigio, estableciendo los cuerpos de figuras públicas como referentes asociados al reconocimiento y al capital simbólico. Por su parte, la moda pasó a desempeñar un papel cada vez más activo en la construcción visual de la silueta femenina, utilizando el diseño de las prendas para aproximar la apariencia al ideal estético predominante. Estos discursos evidenciaron una ampliación de los recursos utilizados para construir la imagen corporal, integrando la alimentación, la tecnología y la moda como herramientas complementarias en la búsqueda del cuerpo ideal (208–210).

Durante el año 2009, comenzaron a consolidarse enfoques cada vez más especializados del cuidado corporal. La globalización de las costumbres alimentarias logró que las tradiciones culinarias de diferentes regiones traspasaran fronteras, definiendo su propia identidad ante el mundo. Por ejemplo, la cultura alimentaria francesa se definió como una proyección asociada a la sofisticación y al mantenimiento de un cuerpo delgado y elegante. Mientras tanto, el ideal de belleza trasladó su atención hacia la corrección de detalles cada vez más minuciosos de la apariencia física, impulsando tratamientos dermatológicos, odontológicos y cosméticos destinados a perfeccionar aspectos puntuales de la imagen. A su vez, la representación de la belleza comenzó a valorar con mayor frecuencia la individualidad, la personalidad y ciertas características naturales como elementos distintivos dentro de una industria que continuaba ejerciendo una fuerte presión sobre la imagen femenina. Estas posturas reflejaron una concepción del cuerpo como un espacio de construcción de identidad, en el que la alimentación, la apariencia y los hábitos de vida funcionaban de manera conjunta para expresar una determinada imagen corporal (211–219).

Tabla 3: Evolución del patrón alimentario difundido por los medios de comunicación durante la década del 2000

Año	Temáticas principales	Mensaje predominante
2000	- Alimentos funcionales - Perfeccionamiento corporal - Cintura delgada	<i>Alimentación al servicio del cuerpo ideal</i>
2001	- Alimentos funcionales, orgánicos y enriquecidos	<i>Alimentación saludable como producto de consumo</i>
2002	- Experiencias culinarias	<i>Alimentación como experiencia y estilo</i>

	- Ideal de belleza y mandato estilístico	<i>de vida</i>
2003	- Regímenes alimentarios estructurados - Seguimiento profesional	<i>Abordaje multidisciplinario de la alimentación</i>
2004	- Control de peso - Calidad de la alimentación - Ampliación de conceptos nutricionales	<i>Comprensión más amplia de los patrones alimentarios</i>
2005	- Educación nutricional - Alimentación como experiencia cotidiana - Nuevas recomendaciones nutricionales	<i>Alimentación dentro de la vida social</i>
2006	- Tipos de cuerpos - Tipos de alimentación - Distinción social	<i>Estatus social del cuerpo y la alimentación</i>
2007	- Cultura alimentaria - Representación de la corporalidad	<i>Contexto sociocultural del cuerpo y la alimentación</i>
2008	- Tecnología estética - Imagen corporal - Transformación corporal	<i>Diversificación de las estrategias de modificación corporal</i>
2009	- Cultura alimentaria - Perfeccionamiento estético personalizado - Individualidad	<i>Individualización del ideal de belleza</i>
<i>Fuente: elaboración propia en base a datos recopilados de Vogue Archives (171-219).</i>		

2.4 Década del 2010

En el año 2010, más allá de visibilizar el costo social y emocional de las dietas restrictivas, se empezó a argumentar su impacto directo en la salud fisiológica, especialmente en la inflamación y el sistema inmune. Esto impulsó un modelo basado en reducir azúcares refinados y productos ultraprocesados, priorizando en su lugar vegetales, pescados, frutos secos y cereales integrales. Por su parte, la actividad física adquirió un sentido terapéutico y funcional. Ya no se asociaba únicamente al modelado corporal, sino también a la conservación de la autonomía, el manejo de enfermedades crónicas y la mejora de la calidad de vida a largo plazo. Así, comenzó a integrarse con la alimentación, el descanso y el control del estrés dentro de una lógica de autocuidado integral. En el plano estético, la cultura popular comenzó a revalorizar las siluetas femeninas más curvilíneas, que ganaron presencia en espacios anteriormente dominados por la extrema delgadez. Así, hacia inicios de esta década se consolidó un patrón alimentario vinculado a la optimización de la salud, pero todavía estrechamente condicionado

por la imposición de una apariencia física específica. Sin embargo, este cambio no implicó una verdadera flexibilización de las exigencias corporales, sino la sustitución de un ideal por otro (220-223).

En 2011, la alimentación terminó de integrarse en un modelo de bienestar holístico que incluía el descanso, la gestión emocional y el ocio. En este contexto, la comida adquirió un fuerte valor social, funcionando como un símbolo de sofisticación y estatus. Al mismo tiempo, el ideal de belleza se expandió y ya no dependía únicamente de la forma física, sino de una estética integral que abarcaba la moda, el entorno y el diseño. De este modo, tanto la dieta como el cuerpo se convirtieron en dimensiones de un proyecto personal orientado a proyectar una identidad específica (224-226).

Durante 2012, el discurso alimentario se profundizó al incorporar una creciente preocupación por los métodos de producción. La elección de productos orgánicos comenzó a justificarse más allá del valor nutricional, presentándose como una herramienta para prevenir enfermedades y reducir la exposición a pesticidas, hormonas y aditivos. Asimismo, la conciencia sobre el impacto ambiental añadió una dimensión ética a las decisiones alimentarias, vinculando la salud individual con el cuidado del entorno. En sintonía con este enfoque, el ideal corporal continuó distanciándose de la extrema delgadez para favorecer una imagen de vitalidad y fortaleza. Esta evolución demostró que los modelos estándares de belleza se encuentran en constante transformación, consolidando así un patrón donde la salud, la sostenibilidad y una corporalidad sana convergieron en un mismo ideal de bienestar (227-229).

En 2013, el bienestar adoptó la lógica de la eficiencia y la cuantificación tecnológica. Para adaptarse al ritmo de vida, el ejercicio mutó hacia entrenamientos cortos de alta intensidad. Paralelamente, el uso de dispositivos y aplicaciones para registrar pasos y calorías convirtió el cuidado del cuerpo en una experiencia medible y competitiva. De la mano con esta digitalización, la alimentación adquirió una dimensión profundamente social a través de un fenómeno masivo: compartir fotos de comida en redes sociales. Esta práctica se volvió tan omnipresente en la cultura digital que incluso comenzó a ser aprovechada para causas colectivas, como campañas publicitarias. Así, el cuidado personal se consolidó como un proyecto eficiente, hiperconectado y volcado hacia la mirada pública (230-233).

Durante 2014, el bienestar se transformó en una búsqueda altamente personalizada y profesionalizada. La actividad física se volcó hacia métodos de entrenamiento específicos dirigidos por especialistas, diseñados para esculpir cuerpos tonificados y funcionales. En paralelo, el consumo de suplementos adoptó un enfoque más crítico y científico, al tiempo que la estética integraba con normalidad procedimientos médicos antienvjecimiento y alimentos valorados por sus propiedades cosméticas. Desde el plano popular, el ascenso de celebridades con una influencia masiva consolidó una nueva era de exposición constante del cuerpo en redes sociales, donde el bienestar pasó a ser el eje de una marca personal cuidadosamente elaborada. Así, el cuidado corporal en 2014 entrelaza la especialización científica con la visibilidad digital (234-238).

Durante 2015, el bienestar adoptó un enfoque técnico para optimizar los resultados al máximo. El fitness dejó de buscar una tonificación general y se concentró en el entrenamiento de fuerza para trabajar grupos musculares específicos del ideal estético femenino. La meta era modificar la silueta y mejorar el rendimiento mediante la constancia, la planificación y la evidencia científica, dejando de lado las soluciones rápidas. Por otra parte, la nutrición se orientó hacia el metabolismo, usando la comida para modificar el uso de la energía en el organismo. La dieta cetogénica o *keto* lideró esta tendencia al proponer una estricta limitación de los carbohidratos con el presunto fin de optimizar el peso y el bienestar general, aunque pronto se reconocieron los límites sociales que imponía un régimen tan restrictivo en el día a día. De este modo, el año 2015 consolidó un modelo de cuidado corporal basado en intervenciones especializadas y adaptadas al funcionamiento del organismo, donde el objetivo, además de conseguir la apariencia deseada, era manipular deliberadamente el cuerpo mediante la combinación de entrenamiento personalizado y alimentación estratégica (239, 240).

Durante 2016, el discurso alimentario se centró en el grado de procesamiento de los alimentos, promoviendo la comida casera e ingredientes naturales frente a los productos industriales cargados de azúcares y aditivos. La alimentación saludable ya no se medía sólo por sus nutrientes, sino por su origen, lo que impulsó a los consumidores a ser más críticos, aprender a leer etiquetas y elegir de forma consciente. Por otra parte, el ejercicio continuó ligándose a la disciplina y el crecimiento individual, instalando la premisa de que el estado físico depende de la constancia diaria más que de condiciones innatas. Así, la práctica deportiva cobró relevancia como un recurso capaz de potenciar tanto el cuerpo como la fortaleza emocional. A nivel sociocultural, figuras femeninas influyentes redefinieron el ideal estético a través de las redes sociales. La cercanía, la autenticidad y el carisma empezaron a valorarse a la par del aspecto físico, proyectando un ideal de bienestar centrado en la transparencia, la naturalidad y el esparcimiento. Así, este año promovió una conducta alimentaria orientada hacia la consciencia, donde el bienestar no consistía en alterar el organismo por rendimiento, sino en incorporar la transparencia, la simplicidad y la capacidad de sostener hábitos saludables a largo plazo (241-243).

El año 2017 sentó un nuevo punto de partida frente a los moldes únicos de belleza, promoviendo un cuidado personal diverso e individualizado. La visibilidad de diferentes cuerpos, etnias y culturas resquebrajó los estándares tradicionales, instalando una perspectiva estética más inclusiva que priorizaba la singularidad y la identidad de cada persona. Por otra parte, el ejercicio físico se apartó de la obsesión por moldear el cuerpo, orientándose hacia el placer y la desconexión a través de actividades como el senderismo y la meditación. La actividad física comenzó a respaldarse científicamente, valorando sus aportes en la salud cardiovascular, la postura y la coordinación, desplazando la idea de que entrenar era solo quemar calorías (244-248).

El año 2018 marcó el auge de la nutrición enfocada en regular los procesos fisiológicos del estado de ánimo. Así, compuestos bioactivos, especias y alimentos específicos empezaron a

valorarse por su capacidad para influir sobre procesos biológicos, conectando directamente la alimentación con el bienestar emocional. Paralelamente, el ejercicio trascendió la modificación corporal y comenzó a utilizarse como una forma de fortalecer la confianza, la autonomía y canalizar emociones como la frustración, el enojo y el estrés, superando los límites de la estética para convertirse en una herramienta de gestión emocional. En el ámbito público y mediático, el cuestionamiento a las condiciones laborales y a la exposición de modelos adolescentes dentro de la industria de la moda puso de manifiesto la preocupación por los determinantes sociales del bienestar, reconociendo la necesidad de proteger la salud física y mental tanto de quienes trabajaban en el sector como de su público adolescente, identificados como la población más vulnerable (249-252).

Durante el año 2019, el bienestar continuó incorporando valores como la autenticidad, inclusión, comodidad y representación. Este paradigma implicó que el cuerpo dejara de concebirse como un objeto adaptable a estándares estéticos rígidos para transformarse en un medio de expresión de la identidad personal, priorizando el confort y la funcionalidad por encima de la modificación de la apariencia. Esta búsqueda de autenticidad transformó la actividad física, que terminó de distanciarse de los imperativos estéticos para vincularse al desarrollo de la fortaleza, la confianza y la libertad personal. Disciplinas como la danza asumieron un rol crítico al visibilizar las presiones de los cánones tradicionales, impulsando una representación más diversa y saludable del cuerpo en movimiento. Asimismo, el ecosistema digital y las figuras de la cultura popular actuaron como amplificadores de este cambio, favoreciendo la difusión de modelos de belleza más inclusivos. De este modo, las redes sociales se convirtieron en plataformas donde la diversidad, la representación y la autoexpresión legítima adquirieron un papel central en el debate público. En este contexto, las industrias de la moda, la belleza y el autocuidado se vieron obligadas a alinearse con las demandas reales de la sociedad. Este giro evidenció que las elecciones asociadas al bienestar ya no respondían a la imposición estética, sino a una búsqueda activa de identidad, pertenencia comunitaria y cultural (253-260).

Tabla 4: Evolución del patrón alimentario difundido por los medios de comunicación durante la década del 2010

Año	Codificación inicial	Categorías conceptuales
2010	- Revalorización del cuerpo <i>curvy</i> - Alimentación y actividad física para la calidad de vida	<i>Bienestar por sobre el régimen</i>
2011	- Bienestar holístico - Estética integral	<i>Estética y bienestar como proyecto personal</i>
2012	- Calidad y origen de los alimentos - Producción alimentaria y sostenibilidad - Corporalidad saludable	<i>Nutrir el interior para esculpir el exterior</i>

2013	- Fitness eficiente - Cuerpo cuantificado - Alimentación digital y masiva	<i>Si no se mide y no se comparte, no cuenta</i>
2014	- Especialización del fitness - Ciencia aplicada a la estética - Capitalismo estético digital	<i>Cuerpo como marca y salud como ciencia</i>
2015	- Dieta cetogenica - Hipertrofia muscular - Optimización de resultados	<i>Reconfigurar el cuerpo para lograr objetivos</i>
2016	- Real fooding - Fortaleza corporal y emocional - Influencia digital con cercanía	<i>Bienestar real como nuevo estereotipo estético</i>
2017	- Inclusión y singularidad - Validación científica del bienestar	<i>Individualización de la belleza y el bienestar</i>
2018	- Nutrición funcional y estado de ánimo - Ejercicio como gestión emocional - Vulnerabilidad juvenil	<i>Nutrición, emoción y protección</i>
2019	- Movimiento como representación de libertad - Cuerpo como representación de identidad	<i>Identidad, diversidad y libertad</i>
<i>Fuente: elaboración propia en base a datos recopilados de Vogue Archives (220-260).</i>		

2.5 Década del 2020

Hacia el año 2020, la incertidumbre y el aislamiento social derivados de la pandemia de COVID-19 transformaron profundamente el discurso del bienestar, desplazando la optimización individual hacia el cuidado colectivo y la resiliencia. Este escenario forzó un cuestionamiento a los modelos de consumo acelerado y producción constante, promoviendo estilos de vida conscientes enfocados en reevaluar las prioridades personales y valorar lo verdaderamente esencial. Bajo esta lógica, la alimentación y el consumo se integraron a una ética de responsabilidad compartida, favoreciendo prácticas como la compra reflexiva, la reducción del desperdicio y la búsqueda de producciones más sostenibles. Paralelamente, la salud consolidó su enfoque integral al incorporar de lleno la salud mental y el bienestar emocional, al tiempo que la crisis sanitaria visibilizó las desigualdades sociales como determinantes fundamentales del acceso al bienestar. Así, las elecciones cotidianas adquirieron una dimensión ética y política, despertando una mayor conciencia sobre el impacto ambiental y las condiciones laborales. Finalmente, forzado por el confinamiento y la pérdida de los espacios públicos, el cuidado del cuerpo desplazó momentáneamente la prioridad sobre la apariencia física para vincularse con la vulnerabilidad sanitaria y la contención emocional, consolidando una

concepción del bienestar centrada en el equilibrio crítico entre la salud física, mental y social (261-265).

Durante el 2021, el discurso del bienestar profundizó su distancia del enfoque exclusivo en la alimentación y la actividad física, volcándose hacia la construcción de la identidad, la representación y el sentido de pertenencia. En este escenario, la diversidad dejó de ser una tendencia emergente para consolidarse como un valor estructural, promoviendo una visión de la salud que reconoce la pluralidad de experiencias, culturas y formas de habitar el cuerpo. Paralelamente, la representación del cuerpo adquirió una dimensión profundamente cultural y política a través de la reivindicación de identidades históricamente invisibilizadas. Inspirado en expresiones artísticas y comunitarias donde el cuerpo afrodescendiente y las identidades diversas se convirtieron en sujetos de su propia historia, el bienestar se vinculó estrechamente con la memoria colectiva, la visibilidad y la resistencia. Así, la autoestima y el cuidado corporal dejaron de responder a ideales estéticos homogéneos para construirse desde el reconocimiento y el derecho a ser visto, consolidando valores dominantes como la fluidez de género y la positividad corporal. Así, el 2021 asentó un desplazamiento discursivo fundamental: el bienestar se alejó casi por completo de las pautas tradicionales sobre dietas, alimentos o rutinas de ejercicio. Las prácticas asociadas al cuerpo dejaron de interpretarse como simples decisiones individuales de optimización biológica para entenderse como procesos culturales de pertenencia, inclusión y memoria colectiva. Así, el cuidado corporal demostró que su significado no depende de la perfección estética, sino de los contextos simbólicos que determinan qué cuerpos son visibilizados, cuáles son legitimados y cómo las personas construyen su identidad a través de esa representación (266, 267).

En el año 2022, el discurso del bienestar experimentó un giro fundamental al desplazar la pregunta sobre cómo debe verse el cuerpo hacia un cuestionamiento profundo sobre quién decide y tiene el derecho de definirlo, posicionando la autonomía corporal como eje central. Este quiebre se manifestó en dos dimensiones interconectadas. En primer lugar, se fortaleció un enfoque rigurosamente basado en la evidencia científica que comenzó a derribar mitos históricos sobre el envejecimiento y el control del peso, cuestionando la supuesta inevitabilidad del enlentecimiento metabólico para proponer una alimentación personalizada y un entrenamiento enfocado en la preservación de la masa muscular como estrategias de salud. En segundo lugar, el cuerpo se afianzó como un espacio de resistencia, experimentación y libre expresión identitaria. Símbolos históricos de opresión y control sobre el cuerpo femenino, como el corsé, fueron resignificados a través del juego estético y la diversidad, transformando la vestimenta y la belleza en herramientas de empoderamiento generacional. Finalmente, el bienestar incorporó una dimensión de memoria crítica al revisar antiguos ideales de belleza masiva, tomando como ejemplo la figura icónica de Marilyn Monroe. Esta revisión evidenció los costos psicológicos, la violencia y la deshumanización que arrastran los estándares estéticos homogéneos tanto para sus representantes como para su público. De este modo, el 2022 clausuró la era de la adaptación del cuerpo a normas externas para inaugurar una concepción

del cuidado basada en la soberanía personal, la validación científica y el derecho a habitar el cuerpo bajo los propios términos (268-271).

En el año 2023, el discurso del bienestar experimentó una crisis de autenticidad provocada por el impacto de los avances tecnológicos y médicos en la gestión del cuerpo. Por un lado, la expansión de la inteligencia artificial generativa y los filtros avanzados en redes sociales difuminaron los límites entre lo real y lo artificial, distorsionando la percepción de la imagen corporal. El hito más trascendental del año fue la irrupción cultural de los inhibidores de GLP-1, medicamentos desarrollados originalmente para el tratamiento de la diabetes tipo 2. Su redireccionamiento masivo hacia la pérdida de peso en personas sin estas patologías impulsó el resurgimiento global de un ideal de belleza basado en la delgadez extrema. Este fenómeno evidenció cómo los resultados biológicos de un fármaco clínico terminaron siendo reappropriados por la cultura popular para reactivar antiguos mandatos estéticos bajo una nueva validación médica. De este modo, el 2023 demostró que el cuidado corporal y la conducta alimentaria son prácticas en constante disputa frente a las nuevas tecnologías visuales y farmacológicas que, a través de una estandarización silenciosa y normalizada, operan como mecanismos de control sobre el cuerpo sin aparente imposición y camufladas como decisiones individuales (272-276).

Hacia el 2024, el discurso del bienestar consolidó un paradigma basado en la personalización biológica y en la deconstrucción histórica de los ideales corporales. Por un lado, la conducta alimentaria abandonó definitivamente las pautas universales para centrarse en la microbiota intestinal como eje de la salud integral, transformando el cuidado en un proceso altamente individualizado. Sin embargo, este enfoque convivió con una mirada crítica sobre la evidencia científica disponible, reconociendo la complejidad de la biología de cada persona frente a las soluciones simplistas. Paralelamente, el plano estético comenzó a cuestionar la búsqueda obsesiva de perfección impulsada por la velocidad de las redes sociales, favoreciendo la aceptación de lo natural frente a la saturación de tendencias. Esta postura coincidió con una revisión histórica dentro de la moda, que reconoció que los cánones estéticos son construcciones culturales cambiantes y no modelos universales. De este modo, el 2024 cerró afirmando que el cuidado corporal y la conducta alimentaria se han desplazado de las normas generales hacia un modelo de individualización biológica y reflexión crítica (277-279).

En 2025, el discurso del bienestar consolidó una concepción integral de la salud, entendiendo que los vínculos sociales, la alimentación, el cuidado corporal y la dimensión emocional constituyen dimensiones profundamente interconectadas. En este escenario, la evidencia científica comenzó a reconocer la comunidad y el sentido de pertenencia como factores determinantes para la longevidad y la calidad de vida, impulsando el surgimiento de espacios concebidos para integrar la actividad física, la nutrición y la socialización en una misma experiencia de bienestar. De manera simultánea, la alimentación recuperó su valor cultural, histórico y sensorial a través de la revalorización de los alimentos de estación, las tradiciones culinarias y el ritual de compartir la mesa, desplazando el foco de la métrica de los nutrientes hacia el significado social del plato. En cuanto al cuidado corporal, el discurso continuó

distanciándose de los modelos estéticos universales para respaldar la autonomía sobre el propio cuerpo, legitimando la diversidad de las experiencias femeninas y priorizando el confort, la funcionalidad física y el bienestar individual por encima de estándares homogéneos. Este recorrido culminó con una postura reflexiva sobre el envejecimiento, que comenzó a cuestionar la búsqueda obsesiva por retrasar el paso del tiempo para promover una relación más consciente y conciliadora con los cambios biológicos del ciclo vital. De este modo, durante el 2025 se consolidó un patrón de conducta alimentaria afianzando una noción de cuidado corporal articulado entre la salud física, la identidad, la cultura y la pertenencia comunitaria (280-283).

Durante el año 2026, aún en curso, el discurso del bienestar ha alcanzado su punto de mayor densidad crítica y madurez institucional, evidenciando cómo una innovación biomédica es capaz de reconfigurar simultáneamente el entorno alimentario, los estándares estéticos, la optimización personal y las políticas de salud pública global. En el ámbito de la nutrición, el período se caracterizó por una doble tensión entre la masificación de suplementos y herramientas de optimización individual, y la reorganización del mercado gastronómico comercial, cuyas cadenas y restaurantes comenzaron a rediseñar sus cartas bajo criterios biomédicos, promoviendo porciones reducidas y un eje en la proteína adaptado a los fármacos GLP-1. Sin embargo, este afán por las soluciones tecnológicas ha sido confrontado por un discurso científico que insiste en priorizar la evidencia y los hábitos fundamentales, como la alimentación equilibrada, el descanso y la actividad física, por encima de la medicalización del bienestar. Esta transformación dialoga directamente con el retorno del ideal de extrema delgadez en la moda, donde informes de la industria documentan que más del 90% de los modelos en las pasarelas de 2026 han vuelto a concentrarse dentro de los talles más pequeños de la escala textil. Este retroceso obedece no solo a la estandarización de muestras en la producción textil, sino a una instrumentalización cultural de los fármacos GLP-1 por parte de la industria y de figuras mediáticas, reeditando estéticas y asociando nuevamente la delgadez al éxito laboral y a la deseabilidad. Como analizan profesionales de la salud y la cultura en medios de comunicación, la cultura contemporánea expone una profunda contradicción basada en un discurso que promueve la salud mientras continúa otorgando un valor moral y de clase a la delgadez, asociándola al autocontrol y la disciplina, mientras juzga al cuerpo no normativo como un signo de descuido. Este escenario ha encendido alarmas sanitarias por el rebrote de trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes y por la normalización de la pérdida de masa muscular y la falta de energía en nombre del mandato estético. La magnitud de este fenómeno motivó a la Organización Mundial de la Salud (OMS) a emitir sus primeras recomendaciones oficiales. Si bien el organismo reconoció la utilidad clínica de la semaglutida en situaciones específicas, enfatizó que su uso debe integrarse siempre con el acompañamiento profesional y la debida intervención sobre los hábitos alimenticios, advirtiendo sobre las brechas de acceso socioeconómico. En este marco, profesionales como la médica Lucía Gainza señalan que la imposición de la delgadez extrema funciona como un mecanismo

sutil de control social, en tanto que una persona hambrienta y ocupada en la corrección permanente de su imagen ve limitada su energía, su tiempo y su autonomía. De este modo, la relectura de prendas como el corsé demuestra que las formas de dominación sobre el cuerpo femenino se han sofisticado. En lo que va del 2026, la cronología clausura evidenciando que las innovaciones biomédicas no solo modifican las prácticas de salud, sino que reconfiguran las relaciones de poder inscritas en la anatomía, transformando tanto al plato como a la conducta alimentaria en un territorio de disputa urgente entre los mandatos del mercado y la verdadera emancipación humana (284-291).

Tabla 5: Evolución del patrón alimentario difundido por los medios de comunicación durante la década del 2020

Año	Temáticas principales	Mensaje predominante
2020	- Aislamiento social - Cocina casera y autosuficiencia - Bienestar emocional - Consumo consciente	<i>El autocuidado en tiempos de emergencia sanitaria mundial</i>
2021	- Positividad corporal - Memoria colectiva - Alimentación intuitiva	<i>Nutrir el cuerpo y la mente</i>
2022	- Alimentación personalizada - Salud metabólica - Tecnología aplicada al bienestar - Revisión de los estándares estéticos homogéneos	<i>Revalorización de la fuerza por sobre el peso corporal</i>
2023	- Inhibidores de GLP-1 - Resurgimiento de la delgadez	<i>Nuevas intervenciones para modificar el peso corporal</i>
2024	- Microbiota - Revisión histórica de cánones estéticos - Individualización del cuerpo	<i>Individualización de las recomendaciones alimentarias</i>
2025	- Longevidad y calidad de vida - Valor cultural de la alimentación - Autonomía corporal	<i>La alimentación para vivir más y mejor</i>
2026	- Inhibidores de GLP-1 - Cuidado de la masa muscular - Suplementación - Control social del cuerpo	<i>Persistencia del ideal de delgadez en la era del enfoque de salud integral</i>

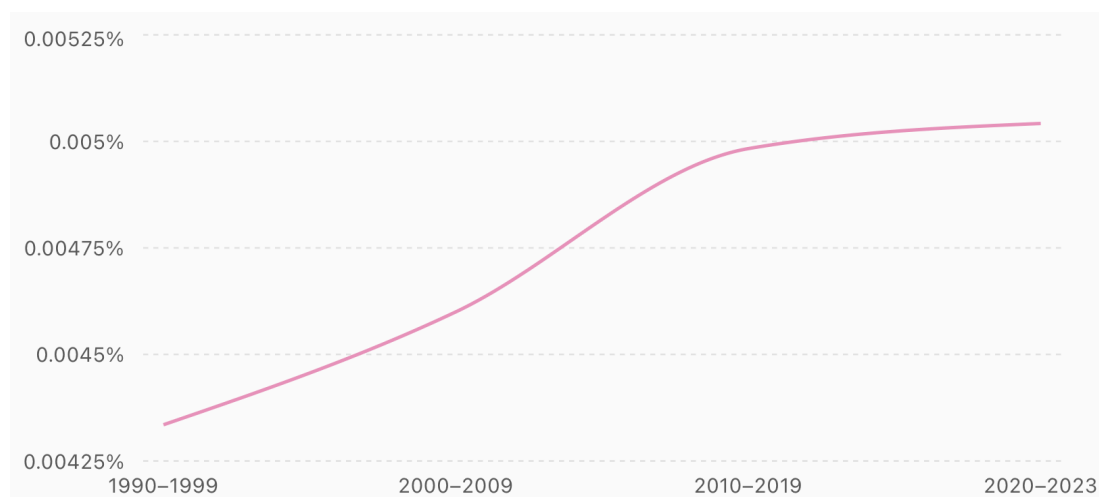
Fuente: elaboración propia en base a datos recopilados de Vogue Archives (261-291).

CAPÍTULO 3: ESTADÍSTICAS DE TRASTORNOS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA

3.1 Prevalencia de trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes por épocas

Con el objetivo de contextualizar la evolución de los trastornos de la conducta alimentaria en la población adolescente, se analizaron datos provenientes del Global Burden of Disease Study (GBD), correspondientes a la prevalencia de trastornos alimentarios en mujeres de 10 a 19 años a nivel global durante el período 1990–2023 (292).

Figura 5: Evolución de la prevalencia de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes de 10-19 años desde 1990 hasta 2023



Fuente: elaboración propia en base a datos estadísticos del GBD

Si bien el período histórico abordado en el presente trabajo se inicia en la década de 1980, los datos epidemiológicos disponibles comienzan en 1990, por lo que el análisis cuantitativo se presenta a partir de dicha fecha (292).

Los resultados muestran una tendencia ascendente sostenida de la prevalencia de trastornos alimentarios a lo largo del período estudiado. Sin embargo, estos datos deben interpretarse considerando las limitaciones metodológicas y contextuales que afectan su registro y estimación (293, 294).

La interpretación de las tendencias epidemiológicas debe considerar los trastornos alimentarios han estado históricamente subdiagnosticados, y que una proporción importante de adolescentes con sintomatología compatible con trastornos alimentarios no busca asistencia profesional ni accede a tratamiento especializado, debido a barreras relacionadas con el estigma, la escasa identificación de los síntomas y dificultades en el acceso a la atención

especializada. Por lo tanto, los datos registrados podrían representar únicamente una parte de la magnitud real del fenómeno (295).

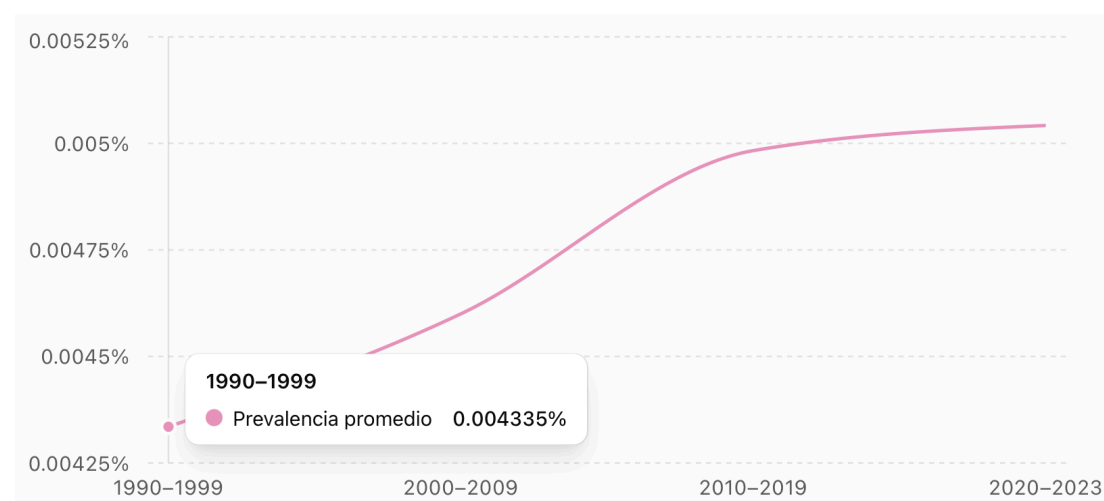
A esto se le suma que, durante las últimas décadas, se produjo una mayor visibilidad social de los trastornos alimentarios, una ampliación de los criterios diagnósticos y cambios en los mecanismos de detección clínica. La comparación histórica es compleja porque los criterios diagnósticos fueron cambiando repetidamente (DSM-III, DSM-IV, DSM-5 e ICD), lo que modifica la cantidad de casos que pueden ser identificados como trastornos alimentarios. Por lo tanto, parte del aumento observado podría reflejar tanto cambios reales en la prevalencia como una mayor identificación y registro de los casos. La ampliación y reformulación de categorías diagnósticas pudo contribuir a una mayor detección de casos a lo largo del tiempo (296, 297).

Por consiguiente, el incremento observado en los registros epidemiológicos probablemente responde tanto a una mejora en la detección y reconocimiento clínico de los trastornos alimentarios como a un aumento real de su prevalencia, asociado a transformaciones socioculturales que han modificado la relación de las adolescentes con el cuerpo, la alimentación y la imagen corporal (293, 294).

Habiendo visto estas consideraciones metodológicas, es posible avanzar en el análisis de la evolución de la prevalencia de trastornos alimentarios en relación con los cambios socioculturales y mediáticos desarrollados en las décadas estudiadas.

3.2 Década de 1990

Figura 6: Evolución de la prevalencia de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes de 10-19 años desde 1990 hasta 1999

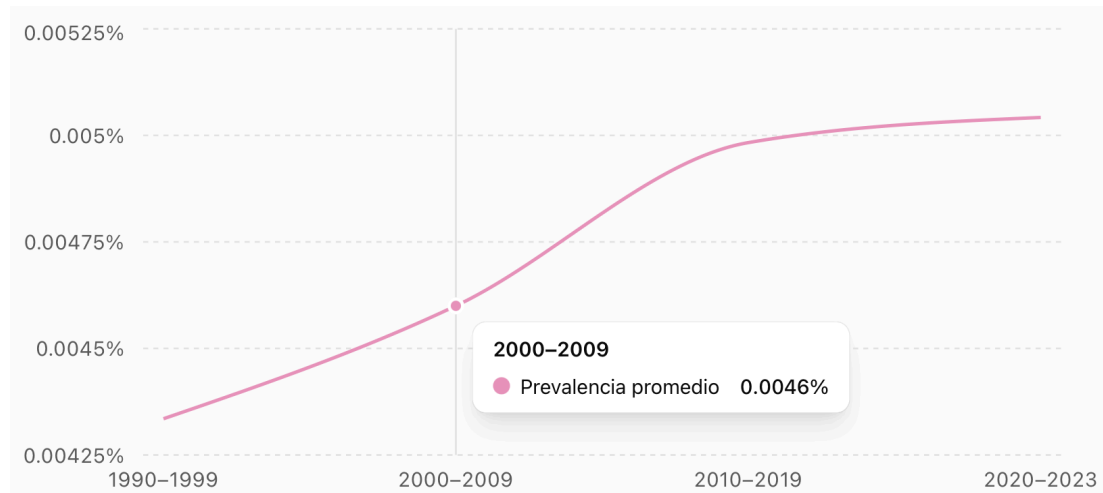


Fuente: elaboración propia en base a datos estadísticos del GBD

La década de 1990 presenta un incremento interno de 4,4% en la prevalencia de trastornos alimenticios en la población de referencia (292).

3.3 Década del 2000

Figura 7: Evolución de la prevalencia de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes de 10-19 años desde 2000 hasta 2009

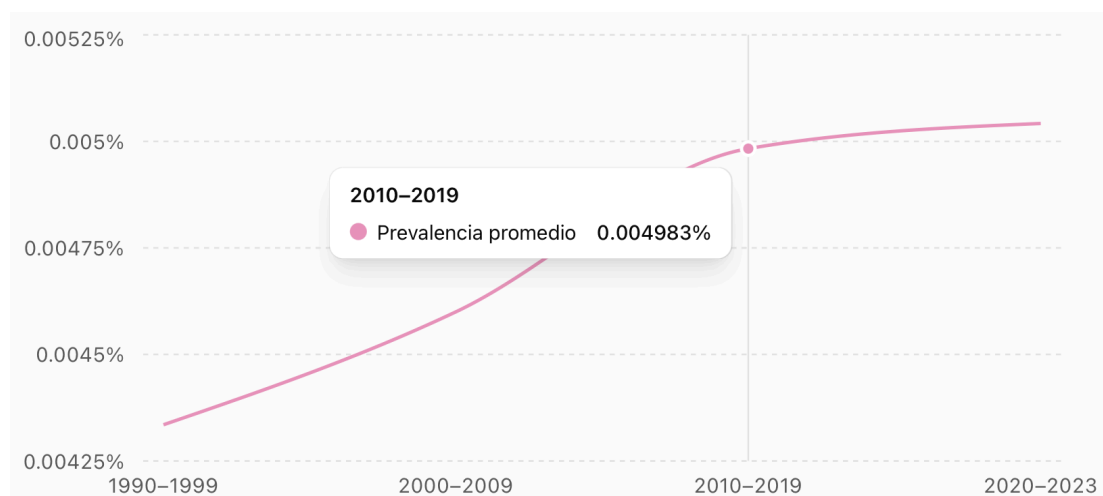


Fuente: elaboración propia en base a datos estadísticos del GBD

La década de 2000 presenta un incremento interno de 9,1% en la prevalencia de trastornos alimenticios en la población de referencia, siendo el porcentaje más alto de incremento interno de las cuatro décadas revisadas. A su vez, presenta un 6,1% de incremento con respecto a la década anterior (292).

3.4 Década del 2010

Figura 8: Evolución de la prevalencia de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes de 10-19 años desde 2010 hasta 2019

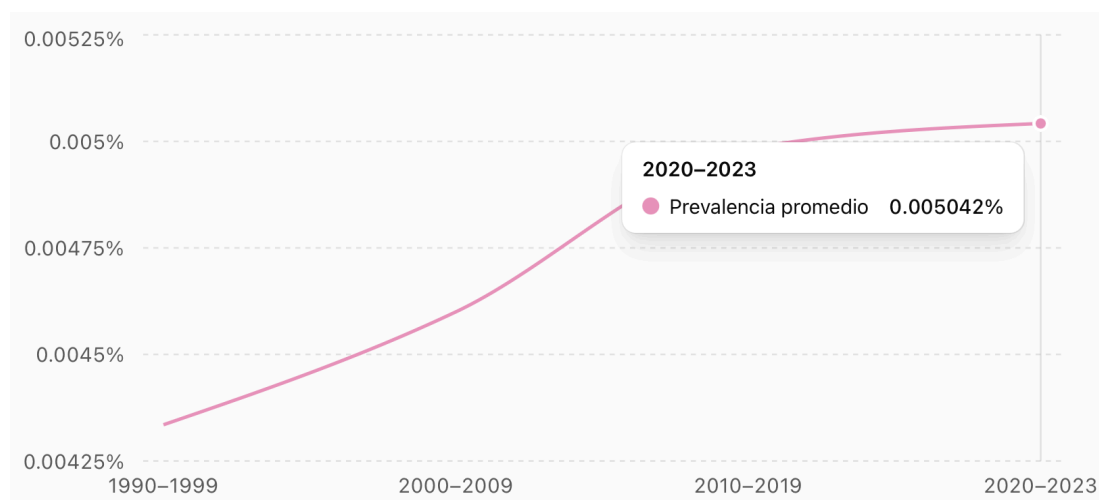


Fuente: elaboración propia en base a datos estadísticos del GBD

La década de 2010 presenta un incremento interno de 3,5% en la prevalencia de trastornos alimenticios en la población de referencia, siendo mucho más bajo en comparación a la década del 2000. Sin embargo, presenta un incremento de 8,3% respecto a la década anterior (292).

3.5 Año 2020 a 2023

Figura 9: Evolución de la prevalencia de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes de 10-19 años desde 2020 hasta 2023



Fuente: elaboración propia en base a datos estadísticos del GBD

Por último, la prevalencia de trastornos alimenticios en la población elegida tuvo un incremento interno de 1,2% desde el año 2020 a 2023. Cabe recalcar que los datos del GBD llegan únicamente hasta el 2023. Por ende la década del 2020, que igualmente sigue en curso al momento de la revisión estadística, sólo aborda los primeros tres años de este periodo. Debe tenerse este dato en cuenta, además del hecho de que esos años fueron cuando el confinamiento por el virus del Covid 19 aún estaba impuesto (45, 292).

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la presente revisión bibliográfica evidencian que la cultura pop ha ejercido una influencia constante sobre la construcción de la conducta alimentaria y la percepción de la imagen corporal de las mujeres adolescentes a lo largo del periodo estudiado. Si bien los ideales estéticos, los discursos predominantes y los medios de difusión se transformaron a lo largo de las décadas, el análisis de la evidencia permitió identificar la persistente asociación entre la apariencia física y el valor personal como elemento común.

Se pudo observar que los modelos corporales promovidos por la cultura pop no permanecieron estáticos, sino que fueron evolucionando en un proceso de influencia recíproca con los cambios sociales, tecnológicos y culturales propios de cada período histórico. La cultura pop no solo reflejó las transformaciones de la sociedad, sino que también participó activamente en la construcción y difusión de nuevos ideales corporales y formas de comprender la alimentación y la imagen corporal. Durante las décadas analizadas, el ideal corporal fue adoptando diferentes características, desde la extrema delgadez asociada al fenómeno *heroin chic* en la década de 1990 hasta los actuales discursos vinculados al bienestar, el *fitness* y el autocuidado, evidenciando que los ideales corporales se redefinen continuamente de acuerdo con el contexto histórico y cultural.

Asimismo, los resultados muestran que los medios de comunicación desempeñaron un papel central en la difusión y legitimación de estos ideales. Inicialmente, dicha influencia estuvo representada por revistas, cine y televisión; posteriormente, con el avance del internet y las redes sociales, la exposición a estos modelos se volvió más inmediata, interactiva y permanente, incrementando las oportunidades de internalización de los estándares estéticos predominantes y la comparación social.

El conjunto de recursos analizados permiten interpretar que la conducta alimentaria trasciende la satisfacción de las necesidades fisiológicas y se configura como un fenómeno influenciado por factores sociales, culturales y simbólicos. La alimentación, el cuerpo y la imagen corporal aparecen vinculados a procesos de identidad, pertenencia, aceptación social y construcción de la feminidad, lo que evidencia la importancia de abordar estos fenómenos desde una perspectiva psicosocial y antropológica (298).

Si bien Bojórquez desarrolla estos planteamientos en el contexto específico de los trastornos de la conducta alimentaria, los resultados de la presente revisión permiten expandir dicha perspectiva al considerar que los procesos culturales descritos por la autora no actúan únicamente en el terreno de la patología, sino que participan activamente en la construcción cotidiana de la conducta alimentaria y en la vivencia del cuerpo de la población elegida. El propósito de abordarlo bajo esta mirada antropológica no es cuestionar si un momento cultural es intrínsecamente bueno o malo, sino indagar qué significa, cómo surge, cómo se transforma y qué función cumple en un período histórico determinado. De este modo, la propuesta de la autora sirve para entender la cultura popular como un fenómeno dinámico que evoluciona junto

con la sociedad, participando activamente en la manera en que las personas construyen su identidad, expresan sus afectos, se relacionan con la comida y entienden su propio cuerpo. Los hallazgos demuestran que la cultura popular opera como un espacio donde se definen las normas y expectativas sobre la feminidad. Así, cada cambio en los ideales estéticos refleja las tensiones de su propia época, moldeando cómo estos se aplican en la vida de las mujeres.

Asimismo, Bojórquez plantea que los trastornos de la conducta alimentaria reflejan las tensiones de la propia sociedad, utilizando al cuerpo como el canal principal para expresarlas. Esta perspectiva permite ampliar la interpretación de los hallazgos obtenidos, reiterando que la cultura popular no solo difunde modelos estéticos, sino que moldea los significados culturales que las mujeres le otorgan a su cuerpo, a la alimentación y a la feminidad (298).

Desde esta mirada, los ideales y discursos promovidos por la cultura pop no permanecen únicamente en el plano simbólico, sino que son progresivamente internalizados por las personas e incorporados a la forma en que comprenden su propio cuerpo, construyen su identidad y desarrollan sus prácticas alimentarias. El cuerpo puede comprenderse como un espacio en el que se exteriorizan, de manera consciente o inconsciente, muchos de los significados culturales que cada sociedad atribuye a la belleza, la salud, la feminidad y la alimentación. En otras palabras, los significados construidos socialmente no permanecen únicamente en el entorno cultural, sino que son internalizados por las personas y posteriormente exteriorizados a través de la forma en que viven su cuerpo, su alimentación y su identidad.

Los hallazgos de esta revisión también se alinean con lo expuesto por Simón, Solano y Jiménez, quienes destacan cómo el entorno sociocultural moldea la relación que las personas establecen con la alimentación y la imagen corporal. La evolución tecnológica transformó los canales de transmisión, el paso de la prensa gráfica y la televisión al entorno digital de las redes sociales no solo volvió la información más inmediata e interactiva, sino que modificó la forma en que las adolescentes interpretan y resignifican estos discursos. Sin embargo, el incremento epidemiológico de los trastornos de la conducta alimentaria debe analizarse con cautela. Como se explicó en el tercer capítulo de esta revisión, este aumento responde a múltiples factores, como el perfeccionamiento de los criterios diagnósticos, una mayor visibilización y el acceso a la consulta profesional, por lo que no puede atribuirse de manera simplista únicamente al impacto mediático (299).

De esta manera, la investigación demuestra que la conducta alimentaria es un fenómeno complejo y multifactorial atravesado por dimensiones biológicas, psicológicas, sociales y antropológicas. La cultura popular no opera como una fuerza destructiva ni como causa directa de patologías, sino como uno de los tantos espacios donde circulan y se negocian los significados sobre el cuerpo y la comida, los cuales son incorporados de forma diversa por cada individuo en la construcción de su identidad.

El aporte central de este trabajo radica en ofrecer una mirada histórica e integradora a lo largo de casi cincuenta años, haciendo evidente que la influencia cultural no desaparece, sino que se

reconfigura según la tecnología de cada época. Los ideales de belleza no son mandatos estáticos, sino construcciones sociales dinámicas que responden a los valores, la búsqueda de pertenencia y la construcción de la feminidad de cada momento histórico.

Comprender la alimentación desde este enfoque interdisciplinario representa una invitación para el profesional de la nutrición. Acompañar la conducta alimentaria de una persona implica trascender lo puramente biológico para reconocer su historia, su contexto sociocultural y la red de significados con la que ha aprendido a habitar su propio cuerpo.

CONCLUSIÓN

A lo largo de esta revisión fue posible comprender que los estándares de belleza no son entidades fijas ni universales, sino construcciones culturales que evolucionan junto con la sociedad que las produce. Cada generación deja tras de sí un legado de estética característica, un ideal de belleza reconocible, una forma distintiva de vestir, de habitar el cuerpo y, en consecuencia, maneras particulares de relacionarse con la alimentación.

Sin embargo, reducir este fenómeno a una simple influencia de la cultura sobre las adolescentes sería desconocer la complejidad de esta relación bidireccional. La cultura popular, la industria de la moda, los medios de comunicación y la industria alimentaria proponen modelos e ideales, pero estos solo logran perpetuarse cuando son aceptados, reproducidos y hasta resignificados por quienes los consumen. Existe, entonces, una mutua dependencia de la sociedad que moldea a las personas al mismo tiempo que de las personas que sostienen, transforman y redefinen la cultura de la que forman parte.

Desde una mirada antropológica, esta dinámica encuentra sentido en la característica profundamente humana de encarnar un ser social. Desde el comienzo de la vida buscamos pertenecer, ser reconocidos y encontrar en la mirada del otro una confirmación de quiénes somos. Durante la adolescencia, cuando la identidad todavía está en construcción y el autoconcepto permanece especialmente vulnerable, esa necesidad adquiere una intensidad aún mayor. En ese escenario, el cuerpo deja de ser únicamente biología y la alimentación trasciende su función fisiológica para convertirse también en un lenguaje social, una forma de expresión y, muchas veces, una herramienta mediante la cual intentamos acercarnos a aquello que una cultura considera deseable.

Por ello, sostengo que cada década posee su propia representante, su propio ideal de belleza, su propia moda y, por ende, su propio patrón alimentario. Ninguno de ellos surge de manera espontánea ni permanece inalterable; todos son el resultado de una construcción colectiva que cambia conforme cambian las personas y las sociedades. La belleza, al igual que la cultura, nunca permanece inmóvil.

El recorrido por todos estos años deja claro que los ideales de belleza sobreviven porque existe una relación inseparable entre la cultura y quienes la habitan. Las adolescentes no son únicamente espectadoras de estos modelos, sino también sus intérpretes, sus reproductoras y,

eventualmente, quienes los cuestionan y transforman. La sociedad construye sus ideales, pero estos no podrían existir sin individuos que les otorguen significado.

Mientras exista la necesidad humana de pertenecer, de sentirse reconocido y de encontrar un lugar dentro de un grupo, existirán también modelos que representen aquello que una sociedad considera bello. Y mientras esos modelos continúen funcionando como símbolos de aceptación, inevitablemente seguirán influyendo en la forma en que las personas miran su cuerpo, construyen su identidad y eligen relacionarse con la alimentación. Comprender esa interacción es, quizás, una de las maneras más humanas de comprender la conducta alimentaria.

BIBLIOGRAFÍA

1. Nogueira MJ, Sapriza G, López RM. Autopercepción de imagen corporal en adolescentes de Montevideo y su relación con el estado nutricional. *Rev Urug Cienc Salud* [Internet]. 2022 [Consultado en marzo 2025]; 17. Disponible en: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2301-03712022000101503&lang=es
2. Villarino M, Cenarro C, Gargallo M, Marrodán MD, Peña R, Santolaya S, et al. Variaciones en la percepción de la imagen corporal en adolescentes españoles entre 2003 y 2017. *Nutr Hosp* [Internet]. 2022 [Consultado en marzo 2025]; 45. Disponible en: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272022000200011&lang=es
3. Feldman, Robert Stephen. *Discovering the Lifespan*. Tercera edición, Edición Global. University of Massachusetts, Amherst: Pearson Education Limited; 2015.
4. Feldman, Robert Stephen. Adolescence. En: Linda Behrens, Senior Managing Editor. *Discovering the Lifespan*. Tercera edición, Edición Global. University of Massachusetts, Amherst: Pearson Education Limited; 2015. 276-327.
5. Bordignon, Nelso Antonio. El desarrollo psicosocial de Eric Erikson: el diagrama epigenético del adulto. *Rev Lasallista Investig* [Internet]. 2005 [Consultado en abril 2025]; 14:50–63. Disponible en: <https://repository.unilasallista.edu.co/bitstreams/49d07898-8e0e-40c2-b1fe-d11f517c8991/download>
6. Bishop CL. Psychosocial stages of development. In: Keith KD, editor. *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology* [Internet]. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons; 2013 [Consultado en abril 2025]. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/358914229>
7. Rollero C. Mass Media Beauty Standards, Body Surveillance, and Relationship Satisfaction within Romantic Couples. *Int J Environ Res Public Health*. 2022 [Consultado en marzo 2025]; 19(7):3833. Disponible en: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8997740/>
8. Castro A, Bucher-Maluschke J, Almeida AC, Porto FR. Imagen corporal, consumo y percepción del cuerpo en el escenario de las relaciones contemporáneas. *Interface (Botucatu)* [Internet]. 2021 [Consultado en marzo 2025]; 4. Disponible en: <https://scielosp.org/article/icse/2021.v25/e210155/>
9. Madruga SW, Silva DAS, Neutzling MB, Araújo CLP. Fatores de risco para transtornos alimentares em adolescentes de uma coorte de nascimentos no Sul do Brasil. *Rev Bras*

- Epidemiol [Internet]. 2014 [Consultado en marzo 2025]; 146-157. Disponible en: <https://scielosp.org/article/rbepid/2014.v17suppl1/146-157/>
10. Fortes LS, Ferreira MEC, Oliveira SMF, Cyrino ES. Corporal image dissatisfaction and its relationship with nutritional status, physical activity and maturational stage in adolescents. Rev Saude Pública [Internet]. 2014 [Consultado en marzo 2025]; 438–444. Disponible en: <https://scielosp.org/article/rsp/2014.v48n3/438-444/>
 11. Sánchez-Campillo J, Díaz Martín JJ, García Alonso S, Ruiz Pérez A, Valero Gaspar T, Gil Á. Autopercepción de la imagen corporal en niños y adolescentes. Estudio en una población escolarizada. Nutr Hosp [Internet]. 2013 [Consultado abril en 2025]; 27-35. Disponible en: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112013000100004&lang=es
 12. Coelho DB, Lopes CL, Peixoto GM, Almeida MB, Santos MV, Jiménez A, et al. Dissatisfaction with body image in physical education students: association with physical fitness and BMI. Rev Bras Cineantropom Desempenho Hum [Internet]. 2016 [Consultado en marzo 2025]; 11. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/rbcdh/a/ryfBLGfwZxczf7sfD9cK9Gm/?lang=en>
 13. Figueroa-Pedraza D, Luna-del Castillo JD, Tercedor-Sánchez J, Durán-Ruiz FJ. Trastornos alimentarios en adolescentes mexicanos y su relación con la imagen corporal. Med UNAM [Internet]. 2022 [Consultado en marzo 2025]; 25-38. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232022000100025&lang=es
 14. Fiske, John. Understanding Popular Culture. Segunda edición. Londres, Nueva York y Canadá: Routledge Classics; 2010.
 15. Maymone MB, Laughter M, Anderson JB, Secemsky EA, Vashi NA. Unattainable Standards of Beauty: Temporal Trends of Victoria's Secret Models from 1995 to 2018. Aesthet Surg J [Internet]. 2020 [Consultado en mayo 2025]; 29-40. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31872253/>
 16. Blasczyk-Schiep S, Sokoła K, Fila-Witecka K, Kazén M. Are all models susceptible to dysfunctional cognitions about eating and body image? The moderating role of personality styles. Eat Weight Disord. 2016 [Consultado en abril 2025]; 21(2):211-20. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26525971/>
 17. Dimitrov D, Kroumpouzos G. Beauty perception: A historical and contemporary review. Clin Dermatol [Internet]. 2023 [Consultado en abril 2025]; 33-40. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36878443/>
 18. Gruber E, Kalkbrenner MT, Hitter TL. A complex conceptualization of beauty in Latinx women: A mixed methods study. Body Image [Internet]. 2022 [Consultado en mayo 2025]; 432-442. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35533521/>

19. Becker AE, Burwell RA, Herzog DB, Hamburg P, Gilman SE. Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. *British Journal of Psychiatry* [Internet]. 2012 [Consultado en mayo 2025]; 6:509–514. Disponible en: <https://www.cambridge.org/core/journals/the-british-journal-of-psychiatry/article/eating-behaviours-and-attitudes-following-prolonged-exposure-to-television-among-ethnic-fijian-adolescent-girls/44470008998A2B5155CE9C9691243D76#>
20. Franco S, Durán Castellón MC, Díaz Cuervo M, Uriza-Serna LA. Patrones alimentarios, estilos de vida y obesidad en adolescentes de Morelos, México. *Med UNAM* [Internet]. 2013 [Consultado en abril 2025]; 33-41. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232011000100004&lang=es
21. Fairburn CG, Cooper Z, Doll HA, O'Connor ME, Bohn K, Hawker DM, et al. Transdiagnostic cognitive-behavioral therapy for patients with eating disorders: a two-site trial with 60-week follow-up. *Am J Psychiatry* [Internet]. 2013 [Consultado en marzo 2025]; 16(9). Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21987334/>
22. Kabir A, Miah S, Islam A. Factors influencing eating behavior and dietary intake among resident students in a public university in Bangladesh: A qualitative study. *PLoS One*. [Internet] 2018 [Consultado en marzo 2025]; 13(6):e0198801. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29920535/>
23. Glaser BG, Strauss AL. *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine; 1967.
24. Zeisler A. *Feminism and pop culture*. Berkeley (CA): Seal Press; 2008.
25. Gilbert S. *Girl on girl: how pop culture turned a generation of women against themselves*. New York: Penguin Press; 2025.
26. Becker AE, Burwell RA, Gilman SE, Herzog DB, Hamburg P. Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. *Br J Psychiatry*. 2002;180(6):509-14. doi:10.1192/bjp.180.6.509.
27. Wilson L, director. *Pretty Baby: Brooke Shields* [documental]. New York: ABC News Studios; 2023. Distributed by Hulu.
28. RBA Coleccionables. *Calvin Klein*. Barcelona: RBA Coleccionables; 2026.
29. Wolf N. *The beauty myth: how images of beauty are used against women*. New York: HarperPerennial; 2002.
30. *In Vogue: The 90s* [docuserie]. New York: Vogue Studios; ABC News Studios; 2024. Distributed by Hulu.
31. *Reality Check: Inside America's Next Top Model* [docuserie]. Los Gatos (CA): Netflix; 2023.
32. Klayman A, director. *White Hot: The Rise & Fall of Abercrombie & Fitch* [documental]. Los Gatos (CA): Netflix; 2022.

33. O'Keefe B. Abercrombie & Fitch CEO Mike Jeffries: Stop telling teens they aren't beautiful; make clothes for teens of all sizes! [Internet]. Change.org; 2013 May 7 [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://www.change.org/p/abercrombie-fitch-ceo-mike-jeffries-stop-telling-teens-they-are-n-t-beautiful-make-clothes-for-teens-of-all-sizes/>
34. Cohen R, Irwin L, Newton-John T, Slater A. #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*. 2019;29:47-57. doi:10.1016/j.bodyim.2019.02.007. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
35. Bocconi Students for Fashion. The rise, the fall, and the comeback of the Victoria's Secret Fashion Show [Internet]. 2023 May 7 [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://www.bocconistudentsforfashion.com/the-rise-fall-and-comeback-of-the-victorias-secret-fashion-show/>
36. Rodgers RF, Wertheim EH, Paxton SJ. The role of social media in body image concerns among adolescents: A review. *Body Image*. 2020;35:277-84. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144520304009?via%3Dihub>
37. The Walt Disney Company. 2015 annual report [Internet]. Burbank (CA): The Walt Disney Company; 2015 [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://investors.thewaltdisneycompany.com/financials/annual-reports/default.aspx>
38. Turner G. Understanding celebrity. Segunda edición. London: SAGE Publications; 2014.
39. Marshall PD. Celebrity and power: fame in contemporary culture. Segunda edición. Minneapolis (MN): University of Minnesota Press; 2014.
40. Horton D, Wohl RR. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*. 1956;19(3):215-29. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00332747.1956.11023049>
41. Perloff RM. Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*. 2014;71(11-12):363-77. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-014-0384-6>
42. Tiggemann M, Slater A. NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord*. 2013;46(6):630-3. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/eat.22141>
43. Bold MR. The return of the social author: Negotiating authority and influence on Wattpad. *Convergence*. 2018;24(2):117-36. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1354856516654459>

44. Szeto S, Au AKY, Cheng SKL. Support from social media during the COVID-19 pandemic: a systematic review. *Behav Sci (Basel)*. 2024;14(9):759. [Consultado en febrero 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/bs14090759>
45. Kumar A. The effect of the COVID-19 pandemic on how social media influences eating disorder symptoms and exercise behaviors [master's thesis] [Internet]. Jacksonville (FL): University of North Florida; 2022. [Consultado en marzo 2026]. Disponible en: <https://digitalcommons.unf.edu/etd/1144/>
46. Yeung AWK, Ng E, Abbaspourrad A. TikTok and Instagram as platforms for health, nutrition and lifestyle information: opportunities and challenges. *Nutrients*. 2023;15(6):1386. [Consultado en marzo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/nu15061386>
47. Hudders L, De Jans S, De Veirman M. The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *Int J Advert*. 2021;40(3):327-75. [Consultado en marzo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925>
48. Vogue. Elements of Style: Hailey Bieber [Internet]. London: Vogue; 2024 [Consultado en marzo 2026]. Disponible en: <https://www.vogue.com/article/elements-of-style-hailey-bieber>
49. Harper's Bazaar Australia. 12 best beauty trends in 2023 [Internet]. Sydney: Harper's Bazaar Australia; 2023 [Consultado en marzo 2026]. Disponible en: <https://harpersbazaar.com.au/2023-best-beauty-trends/>
50. Calvin Klein. Billie Eilish: I Speak My Truth in #MYCALVINS [Internet]. New York: Calvin Klein; 2019 [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://www.calvinklein.com/en/i-speak-my-truth-in-mycalvins>
51. Vogue. Billie Eilish: "My thing is that I can do whatever I want" [Internet]. London: British Vogue; 2021 [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/billie-eilish-british-vogue-interview>
52. Variety. Billie Eilish Was Made for This: "Being a Woman Is Just Such a War" [Internet]. Los Angeles: Variety; 2023 [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://variety.com/2023/music/features/billie-eilish-body-shamers-sexualized-barbie-os-car-buzz-1235787860/>
53. Byrnes A, Loreck J, May N. "She's everything": feminism and the Barbie movie. *Feminist Media Studies*. 2025;25(3):760-766. [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2381254>
54. Bobaru N. Reimagining Barbie: a feminist analysis of iconography and consumerism in the age of gender reevaluation. *Gender Studies*. 2024;23(1):59-80. [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.2478/genst-2024-0005>

55. Yakalı D. Is she a feminist icon now? Barbie (2023) movie and a critique of postfeminism. *Studies in Media and Communication*. 2024;12(1):198-205. [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.11114/smc.v12i1.6478>
56. Kalmár G. Provocative substance: challenges posed by The Substance to feminist film criticism. *Acta Univ Sapientiae Film Media Stud*. 2025;27:7. [Consultado en abril 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s44428-025-00010-y>
57. Krupa H. The monstrous feminine re-imagined: The Substance. *sinecine*. 2025;16(1):58-90. [Consultado en mayo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.32001/sinecine.1617469>
58. Uyug Sengun D, Aydın TM, Ozdamar Ertekin Z. Aging and the screen: toxic commodification of the female body in The Substance (2024). *Mark Glob Dev Rev*. 2025;10(2):Article 3. [Consultado en mayo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.23860/MGDR-2025-10-02-03>
59. Wilding JPH, Batterham RL, Calanna S, Davies M, Van Gaal LF, Lingvay I, et al. Once-weekly semaglutide in adults with overweight or obesity. *N Engl J Med*. 2021;384(11):989-1002. [Consultado en mayo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1056/NEJMoa2032183>
60. Rubino DM, Greenway FL, Khalid U, O'Neil PM, Rosenstock J, Sørrig R, et al. Effect of weekly subcutaneous semaglutide vs daily liraglutide on body weight in adults with overweight or obesity. *JAMA*. 2022;327(2):138-150. [Consultado en mayo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1001/jama.2021.23619>
61. Harrison C. How Ozempic became a cultural phenomenon. *Nature*. 2023;623(7985):22-24. [Consultado en mayo 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1038/d41586-023-03552-5>
62. Cwynar-Horta J. The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream*. 2016;8(2):36-56. [Consultado en mayo 2026]. Disponible en: <https://journals.sfu.ca/stream/index.php/stream/article/view/203>
63. Vogue's view on beauty books. *Vogue*. 1980 Sep:252.
64. Is your heart in shape? *Vogue*. 1980 Sep:389.
65. Weber M. Health: How fat can keep you trim. *Vogue*. 1980 Sep:392.
66. Tips for surviving the holiday season...beautifully. *Vogue*. 1980 Dec:162.
67. Habit-breaking. *Vogue*. 1981 Sep:347.
68. Rainer P. The young and the gifted: six directors make a splash during Hollywood's low ebb. *Vogue*. 1981 Sep:383-384,390.
69. Kalachnikoff N. Specialties of the house: Washington DC caterer's recipes. *Vogue*. 1981 Sep:397,399.
70. Gottlieb A. Surprising—exciting—"new" total-fitness regimen: karate! *Vogue*. 1981 Sep:458,460.
71. Vitamin C and iron/Getting in shape... *Vogue*. 1981 Sep:564.

72. Bright side of ERA/Feminine food for thought... Vogue. 1982 Sep:16,122,134.
73. Stern BL. The art of caring: Why women need—and are—such good friends. Vogue. 1982 Sep:274.
74. Stern B. Marilyn Monroe: The last sitting. Vogue. 1982 Sep:385-405.
75. Are diet pills safe? Vogue. 1982 Sep:407-10.
76. Eating out smart/What's new in mouths... Vogue. 1982 Sep:572.
77. Gift from the sea/Twenty-four-hour contacts... Vogue. 1982 Sep:579.
78. Lord S, Schefer D. Conversation with Sophia Loren/Computer fitness... Vogue. 1983 Sep:193-218.
79. Strength. Vogue. 1983 Sep:232.
80. Devices. Vogue. 1983 Sep:373-470.
81. Gottfried A. Healthy habits. Vogue. 1983 Sep:454-60.
82. O'Toole P. Sex and your salary. Vogue. 1983 Sep:462-7.
83. Active woman's diet tips/Acne and iodine... Vogue. 1983 Sep:505-506.
84. Fletcher AM. Stress eating. Vogue. 1983 Sep:513.
85. Shape-up now: new ways. Vogue. 1984 Sep:228.
86. Stern JS. Your diet: Weight update. Vogue. 1984 Sep:319.
87. Fitness: Q & A. Vogue. 1984 Sep:404.
88. Stern J, Stern M. Food for comfort: for today's jaded gourmet—a remembrance of puddings past. Vogue. 1984 Sep:406,410,414.
89. Gottlieb A. Are women strong enough? Vogue. 1984 Sep:469-74,480.
90. Findlay C. Your diet: In/Out foods. Vogue. 1984 Sep:488.
91. Weber M. Health. Vogue. 1984 Sep:542.
92. Diet counseling. Vogue. 1984 Sep:780,783.
93. Aceti DM. Are you breathing? Vogue. 1984 Sep:784-5.
94. Vogue's Health Style: Q & A. Vogue. 1984 Sep:786.
95. Lang Stern B. Your well-being. Vogue. 1984 Sep:788.
96. Robinson A, Schefer D. What's News in Beauty and Fitness? Just About Everything. Vogue. 1985 Sep:54-55.
97. Spa Food. Vogue. 1985 Sep:195-205.
98. Ogle J. Dancing. Vogue. 1985 Sep:253-255.
99. Alleman R. Exerciser at Sea. Vogue. 1985 Sep:270-273.
100. What's News. Vogue. 1985 Sep:303-305.
101. Kafka B. Preserving the Scents of a Summer Herb Garden/Truly Light Enticements: Streamlined Salad Dressings. Vogue. 1985 Sep:361-363.
102. The New York Collections: Fall '85—The Season Takes Shape. Vogue. 1985 Sep:448-452.
103. Johnson H. Violence Against Women—Is Porn to Blame? Vogue. 1985 Sep:460-465.

104. What Is Fitness? Vogue. 1985 Sep:482-483.
105. Stern JS. Your Diet: Book Reviews. Vogue. 1985 Sep:486-487.
106. Q & A: Achy Legs/Not So "Sexy" Foods... Vogue. 1985 Sep:493-494.
107. Our Bodies Are Shaped More Through Habits Than Exercise. Vogue. 1986 Sep:197-199.
108. Kaplan J. Stamina Secrets. Vogue. 1986 Sep:293-296.
109. Kafka B. Classically Pure Italian Cuisine/Low-cal Caterers... Vogue. 1986 Sep:385-388.
110. Smith L. Some Like Her Hot. Vogue. 1986 Sep:473-476.
111. Michelle Pfeiffer: She Only Looks Normal. Vogue. 1986 Sep:475-477.
112. Staying Calm in a Crisis/Fish: The Newest "Health" Food?... Vogue. 1986 Sep:489-490.
113. Stern JS. Your Diet: The Fish Factor. Vogue. 1986 Sep:491-492.
114. Robinson A, Scheffer D. Beauty Style. Vogue. 1987 Sep:78-79.
115. Shape-up Now. Vogue. 1987 Sep:160-161.
116. Sims SM. Shape-up: Legs. Vogue. 1987 Sep:240-244.
117. Buck JJ. The Great Escape. Vogue. 1987 Sep:262-264.
118. Borger I. Fitness Now. Vogue. 1987 Sep:302-312.
119. Kafka B. Food in Vogue. Vogue. 1987 Sep:488-490.
120. Stern JS. Your Diet: Selling Weight Loss. Vogue. 1987 Sep:550-551.
121. Q & A. Vogue. 1987 Sep:553-554.
122. Borns B. Food Lovers' Fitness. Vogue. 1988 Sep:320-326.
123. Tavis C. Heavy Mental—Thinking Yourself Thin/Normal Hypochondria. Vogue. 1988 Sep:490-492.
124. Lang SS. Fitness: Exercise Allergy. Vogue. 1988 Sep:510-512.
125. Miller L. Fitness: New Aerobics. Vogue. 1988 Sep:512-514.
126. Stern JS. Diet: "New" Nutrient Essentials. Vogue. 1988 Sep:516-518.
127. Wolfe L. Twenty Something. Vogue. 1988 Sep:682-688.
128. Rayner WC, Rayner C. Great Picnics—Out West. Vogue. 1988 Sep:746-748.
129. Hill Starzinger P. Gordon Henderson / Michael Leva. Vogue. 1989 Sep:192-206.
130. Scandura J. Fitness. Vogue. 1989 Sep:402-408.
131. Fitness Notes. Vogue. 1989 Sep:435.
132. Klass P. Health. Vogue. 1989 Sep:554-560.
133. Food Notes. Vogue. 1989 Sep:610.
134. The Short Form. Vogue. 1989 Sep:684-688.
135. Buck JJ. American Style. Vogue. 1990 Sep:311-324.
136. Kaufman P. Flexibility. Vogue. 1990 Sep:366-382.
137. Health and Fitness Notes. Vogue. 1991 Sep:406.
138. Lord S. Vogue Beauty. Vogue. 1991 Sep:440.

139. Steingarten J. Food. Vogue. 1991 Sep:586-594.
140. Diamond J. Geena: The Goddess Next Door. Vogue. 1992 Sep:538-544.
141. New for Night: A Thin Line. Vogue. 1992 Sep:582-583.
142. Siroto J. Punk Rocks Again. Vogue. 1993 Sep:248-266.
143. Ince S. The New Hormone Therapies: Rx for Superwoman? Vogue. 1993 Sep:380-402.
144. Waist Case. Vogue. 1994 Sep:244-254.
145. Bushnell C. Rubber Wear. Vogue. 1994 Sep:254-260.
146. Hot Pinks. Vogue. 1994 Sep:426-428.
147. Astley A. The Gold Standard/Vitamin Enriched... Vogue. 1994 Sep:456.
148. Sante L. The Glamorization of Violence. Vogue. 1994 Sep:532-618.
149. Gande C. Zippity-doo-da. Vogue. 1995 Sep:254-270.
150. Johnson R. Yoga Finds Its Center. Vogue. 1995 Sep:426-430.
151. Norwich W. The New Reed. Vogue. 1995 Sep:560.
152. Urquhart R. Anyone for Tennis? Vogue. 1996 Sep:460-468.
153. Shih M. On the Ball. Vogue. 1996 Sep:468.
154. Johnson R. The Body Myth. Vogue. 1996 Sep:653-658.
155. Ryan K. Get Shorty. Vogue. 1997 Sep:209-214.
156. Spencer M. Tracing a Trend: Female Bonding. Vogue. 1997 Sep:260-262.
157. Rudnick P. Model for the Multiplex. Vogue. 1997 Sep:444-453.
158. Shih M. Outer Space/Light on Your Feet. Vogue. 1997 Sep:518.
159. Rosenfeld I. Found a Peanut/Trendy Little Pill. Vogue. 1997 Sep:527.
160. Bumiller E. Model Citizens. Vogue. 1998 Sep:302-308.
161. Weintraub A. By the Book. Vogue. 1998 Sep:492-498.
162. Rudnick P. Unnatural Acts. Vogue. 1998 Sep:498-510.
163. Dangerous Curves. Vogue. 1999 Sep:65.
164. Chen J. Health & Fitness: Burton Snowboard's New DJ Bag. Vogue. 1999 Sep:472-475.
165. Garnett D. Health & Fitness: Vital Fluids. Vogue. 1999 Sep:476.
166. Stabiner K. A Thin Line. Vogue. 1999 Sep:510-512.
167. Stabiner K. Girth Control. Vogue. 1999 Sep:514.
168. Garnett D. Slim Pickings. Vogue. 1999 Sep:526-530.
169. Astley A. Beauty Addict. Vogue. 1999 Sep:530-533.
170. Hobbs L. Daughter Dearest. Vogue. 1999 Sep:626-628.
171. Stabiner K. Food for Thought. Vogue. 2000 Mar:394-396.
172. Hayt E. Surreality Check. Vogue. 2000 Jul:200-201.
173. Godfrey-June J. Waist Land. Vogue. 2000 Aug:246-249.
174. Steingarten J. Eating for the Gold. Vogue. 2000 Sep:468-477.

175. Chen J. Health: Fast and Green. *Vogue*. 2001 Sep:476.
176. Chen J. Health: Vital Fluids. *Vogue*. 2001 Sep:484.
177. Van Meter J. Body Beautiful. *Vogue*. 2002 Apr:251-261.
178. Steingarten J. Food Notes. *Vogue*. 2002 May:186-192.
179. Steingarten J. Snack Down. *Vogue*. 2002 Aug:166-172.
180. Glamour, Defined. *Vogue*. 2002 Sep:603-614.
181. Marx P. The Firm. *Vogue*. 2003 Jan:106-107.
182. Lee L. Ornish. *Vogue*. 2003 Apr:364-372.
183. Palmer C. A Burning Desire. *Vogue*. 2003 Aug:192-194.
184. Singer S. Return to Me. *Vogue*. 2003 Sep:586-593.
185. Chen J. Can She Turn Back... *Vogue*. 2004 Jan.
186. Posnick P. Coco Nuts. *Vogue*. 2004 Jan.
187. Steingarten J. Cooking Large. *Vogue*. 2004 Feb.
188. Sullivan R. Epic Proportions. *Vogue*. 2004 Apr.
189. Hall J. In Search of Smaller Curves: A Woman in Full. *Vogue*. 2004 Apr.
190. Wadyka S. Jagged Little Pill. *Vogue*. 2004 Sep.
191. Singer S. Model & Supermodel. *Vogue*. 2004 Sep.
192. Levy A. Shopping for Surgery. *Vogue*. 2004 Jun.
193. Steingarten J. The Brahman Miracle Diet. *Vogue*. 2004 Apr.
194. Dickey D. The Final Countdown. *Vogue*. 2004 Apr.
195. Reed J. The Price of Perfection. *Vogue*. 2004 Mar.
196. Wadyka S. A Better Body. *Vogue*. 2005 Jan.
197. Steingarten J. Let's Do Brunch. *Vogue*. 2005 Feb.
198. Talley AL. Counting Calories: "Graceful Loser". *Vogue*. 2005 Apr.
199. Díaz C. Fitness Fan: Getting Physical. *Vogue*. 2005 Apr.
200. Singer S. Off the Treadmill—The Pleasure Principle: Becoming a Yogini. *Vogue*. 2005 Apr.
201. Korelitz JH. Coming of Age. *Vogue*. 2005 Aug.
202. Steingarten J. The Whole Truth. *Vogue*. 2005 Nov.
203. Singer S, editor. What's Your Shape? *Vogue*. 2006 Sep:405-420.
204. Weber C. The Height of Fashion. *Vogue*. 2006 Sep:648-652.
205. Kazanjian D. Art: Body and Mind. *Vogue*. 2007 Sep:634-636.
206. Conant E. Campus Safety: Class Conflicts. *Vogue*. 2007 Sep:684-687.
207. Steingarten J. China Fun. *Vogue*. 2007 Sep:653-658.
208. Rust M. Body Special: Inch by Inch. *Vogue*. 2008 Sep:626-629.
209. Thomson H. It Girl: Lou Doillon. *Vogue*. 2008 Sep:448.
210. The Masters: Sculpted Suiting—The Row. *Vogue*. 2008 Sep:530.
211. Weil E. The Body Elastic. *Vogue*. 2009 Mar:357-358.
212. Girls Talk. *Vogue*. 2009 May:102-108.

213. Mower S. Skinny Genes. *Vogue*. 2009 May:196-203.
214. Bowles H. Inspiring Beauty. *Vogue*. 2009 May:201-205.
215. Drake C. Get in Shape. *Vogue*. 2009 Jun:88.
216. Singer S. Hot Fuzz. *Vogue*. 2009 Jun:144-149.
217. Jacobs L. Seeing Spots. *Vogue*. 2009 Jul:32-33.
218. Agins T. Chasing Perfect. *Vogue*. 2009 Nov:156-160.
219. Fraser K. Growing Pains. *Vogue*. 2009 Dec:174-176.
220. Yaeger L. Learning Curves. *Vogue*. 2010 Sep:480-486.
221. Sullivan R. Health: Breaking Ground. *Vogue*. 2010 Sep:554-564.
222. Weil E. Health: The Big Swell. *Vogue*. 2010 Sep:564-570.
223. Yaeger L. Va-Va-Boom. *Vogue*. 2010 Sep:676-679.
224. Didion J. Beyond Childhood: In Sable and Dark Glasses. *Vogue*. 2011 Oct:168-172.
225. Holt E. What a Girl Wants: Sasha Fierce. *Vogue*. 2011 Dec:192-197.
226. Bowles H. The Cult of Beauty. *Vogue*. 2011 Dec:236-246.
227. Bowles H. Agents Provocateurs. *Vogue*. 2012 Sep:518-541.
228. Yaeger L. The Models. *Vogue*. 2012 Sep:742-752.
229. Dunn J. Health: Natural Selection. *Vogue*. 2012 Dec:258.
230. Bernard K. Social Responsibility: Food for Thought. *Vogue*. 2013 Sep:118.
231. Malle C. Fitness: Band of Insiders. *Vogue*. 2013 Sep:696-698.
232. Weiland E. Health: Fit in Seven Minutes? *Vogue*. 2013 Sep:698-704.
233. Guadagnino K. Health: Blade Runner. *Vogue*. 2013 Sep:710.
234. Marlowe R. Fitness: Cults of Personality. *Vogue*. 2014 Sep:686.
235. Hass N. Skin: Pretty Hurts. *Vogue*. 2014 Sep:692-696.
236. Welch L. Hazardous Herbs. *Vogue*. 2014 Oct:254-258.
237. Malle C. It Girls: Bella & Gigi Hadid. *Vogue*. 2014 Dec:160-162.
238. Elwick-Bates E. Let's Dance. *Vogue*. 2014 Dec:247-260.
239. DeSanctis M. Fitness: The Bottom Line. *Vogue*. 2015 Sep:656-664.
240. Weil E. Health: Let Them Eat Fat. *Vogue*. 2015 Sep:666-668.
241. Dream Girls. *Vogue*. 2016 May:124.
242. Guiducci M. All Eyes On: Selena Gomez. *Vogue*. 2016 Sep:468-472.
243. DeSanctis M. Health: The Unprocessed Life. *Vogue*. 2016 Sep:608-610.
244. Singer M. The Great Beauty Shake-Up. *Vogue*. 2017 Mar:438-452.
245. Buntin J. Fitness: Outside Interests. *Vogue*. 2017 Jun:68.
246. Heller N. First Blush. *Vogue*. 2017 Jun:156-164.
247. Global Beauty: International Relations. *Vogue*. 2017 Oct:206-218.
248. Batuman E. Fitness: On the Rebound. *Vogue*. 2017 Nov:154-156.
249. Molvar K. Beauty: Active Duty. *Vogue*. 2018 Apr:136.
250. Elwick-Bates E. Wellness: Spice World. *Vogue*. 2018 Apr:144-146.
251. Singer M. Age Appropriate. *Vogue*. 2018 Sep:582-594.

252. Singer M. Fitness: Violent Femmes. Vogue. 2018 Dec:116-118.
253. Bust and Boom. Vogue. 2019 Aug:58-64.
254. Mower S. The PRESENT is FEMALE. Vogue. 2019 Aug:77-99.
255. Malle C. Unicorns Are Real. Vogue. 2019 Aug:119-127.
256. She Could Be Heroes. Vogue. 2019 Sep:292-293.
257. Yaeger L. Fighting Shape. Vogue. 2019 Nov:54-56.
258. Aguirre A. A New World. Vogue. 2019 Nov:132-147.
259. Body of Work. Vogue. 2019 Dec:132-135.
260. YOUTH DO. Vogue. 2019 Dec:142-144.
261. Leitch L. Creating the Future. Vogue. 2020 Jun-Jul:38-45.
262. Elwick-Bates E. Goodbye to All That. Vogue. 2020 Aug:22-24.
263. The State of Hope. Vogue. 2020 Sep:112-114.
264. Singer M. Can Fashion Be Political? Vogue. 2020 Oct:87-94.
265. Granger J. Brave New World. Vogue. 2020 Nov:32-37.
266. Okwodu J. Looking at Us. Vogue. 2021 Sep:152-157.
267. Kazanjian D. The Body Shop. Vogue. 2021 Sep:162-164.
268. Dunham L. Mirror, Mirror. Vogue. 2022 Oct:54-58.
269. Dunn J. Arch Madness. Vogue. 2022 Oct:64-66.
270. Satenstein L. Unlaced. Vogue. 2022 Nov:60-62.
271. Synnott A. Gains and Losses. Vogue. 2022 Nov:76-79.
272. Kazanjian D. Shape Shifter. Vogue. 2023 May:94-96.
273. Yaeger L. Woman to Woman. Vogue. Summer 2023:48-50.
274. Aguirre A. Hello, Barbie! Vogue. Summer 2023:72-87.
275. Wintour A. Now and Then. Vogue. 2023 Sep:122-123.
276. Singer M. What's Real? Vogue. 2023 Sep:154-158.
277. Adler T. Trust Your Gut. Vogue. 2024 Sep:192-194.
278. Dunham L. Glowing Up Fast. Vogue. 2024 Sep:320-346.
279. Bowles H. On With the Shows. Vogue. 2024 Oct:118-133.
280. Adler L. The darling buds of March. Vogue. 2025 Mar:236-240.
281. Codinha A. Members only. Vogue. 2025 Apr:48-50.
282. Nolan M. Top down. Vogue. 2025 Dec:33-54.
283. Dunham L. Push and pull. Vogue. 2025 Dec:62-64.
284. Kahn M. The big pill. Vogue. 2026 Apr:38-44.
285. Anbouba M. Learning curve. Vogue. 2026 May:98-102.
286. Satran R. How Have GLP-1s Affected the Modeling Industry? Vogue. 2026 Apr 28
[Consultado en agosto 2026]. Disponible en:
<https://www.vogue.com/article/glp-1s-the-modeling-industry>
287. Lores A. Lucía Gainza, médica: “La delgadez es una forma de control porque una mujer hambrienta y preocupada por los cánones de belleza es una mujer más

- manipulable". Vogue España. 2026 Apr 18 [Consultado en agosto 2026]. Disponible en: <https://www.vogue.es/articulos/delgadez-control-mujeres-ozempic>
288. Noble A. Smaller Portions, Protein Everything: How GLP-1s Are Changing Restaurant Menus. Vogue. 2026 Apr 2 [Consultado en agosto 2026]. Disponible en: <https://www.vogue.com/article/ozempic-food-menus>
 289. Friedman V. Are Models Getting Even Skinnier? The New York Times. 2026 Feb 2 [Consultado en agosto 2026]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2026/02/02/fashion/skinny-models-ozempic-glp1.html>
 290. Tovar V. What Ryan Murphy's "The Beauty" Reveals About The Ozempic Era. Forbes. 2026 Jan 23 [Consultado en agosto 2026]. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/virgietovar/2026/01/23/what-ryan-murphys-the-beauty-reveals-about-the-ozempic-era/>
 291. Alcalde S. ¿Tu propósito para el 2026 es adelgazar? La OMS se pronuncia por fin sobre Ozempic. National Geographic España. 2026 Jan 10 [Consultado en agosto 2026]. Disponible en: https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/tu-proposito-para-2026-es-adelgazar-es-to-es-que-sabemos-y-que-no-sobre-ozempic_27132
 292. Institute for Health Metrics and Evaluation. Global Burden of Disease Study (GBD) Results Tool [Internet]. Seattle (WA): Institute for Health Metrics and Evaluation; [Consultado en junio 2026]. Disponible en: <https://vizhub.healthdata.org/gbd-results/>
 293. Galmiche M, Déchelotte P, Lambert G, Tavalacci MP. Prevalence of eating disorders over the 2000–2018 period: a systematic literature review. Am J Clin Nutr. 2019;109(5):1402-1413. [Consultado en junio 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1093/ajcn/nqy342>
 294. Findlay S, Arora A, Schubert E, et al. Help-seeking attitudes and behaviours among youth with eating disorders: a scoping review. J Eat Disord. 2022;10:11. [Consultado en junio 2026]. Disponible en: <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00543-8>
 295. Hart LM, Granillo MT, Jorm AF, Paxton SJ. Barriers to treatment in eating disorders. In: Wade T, editor. Encyclopedia of Feeding and Eating Disorders [Internet]. Singapore: Springer; 2023. [Consultado en junio 2026]. Disponible en: https://doi.org/10.1007/978-3-030-97416-9_55-1
 296. Hart LM, Granillo MT, Jorm AF, Paxton SJ. A narrative review of early intervention for eating disorders: barriers and facilitators. Eat Disord. 2024;32(1):1-22. [Consultado en junio 2026]. Disponible en: <https://www.dovepress.com/article/download/88763>
 297. Beat. Best practice in ensuring early intervention for eating disorders [Internet]. Norwich: Beat Eating Disorders; 2022. [Consultado en junio 2026]. Disponible en: https://beat.contentfiles.net/media/documents/Early_Intervention_for_Eating_Disorders_Report_Sept_2022_IACz2zR.pdf

298. 1. Bojórquez Chapela I. La relación entre cultura y trastornos de la conducta alimentaria: cuatro enfoques conceptuales. *Psicol Iberoam*. 2005 [Consultado en agosto 2026]; 13(2):18-25. Disponible en: <https://psicologiaiberoamericana.iberomx/index.php/psicologia/article/view/379/1542>
299. 2. Simón Melchor A, Solano Castán J, Jiménez Sesma ML. Análisis de la influencia de la cultura en el desarrollo de los trastornos de la conducta alimentaria. *Rev Electrón PortalesMedicos.com*. 2020 [Consultado en agosto 2026]. Disponible en: <https://www.revista-portalesmedicos.com/revista-medica/analisis-de-la-influencia-de-la-cultura-en-el-desarrollo-de-los-trastornos-de-la-conducta-alimentaria>