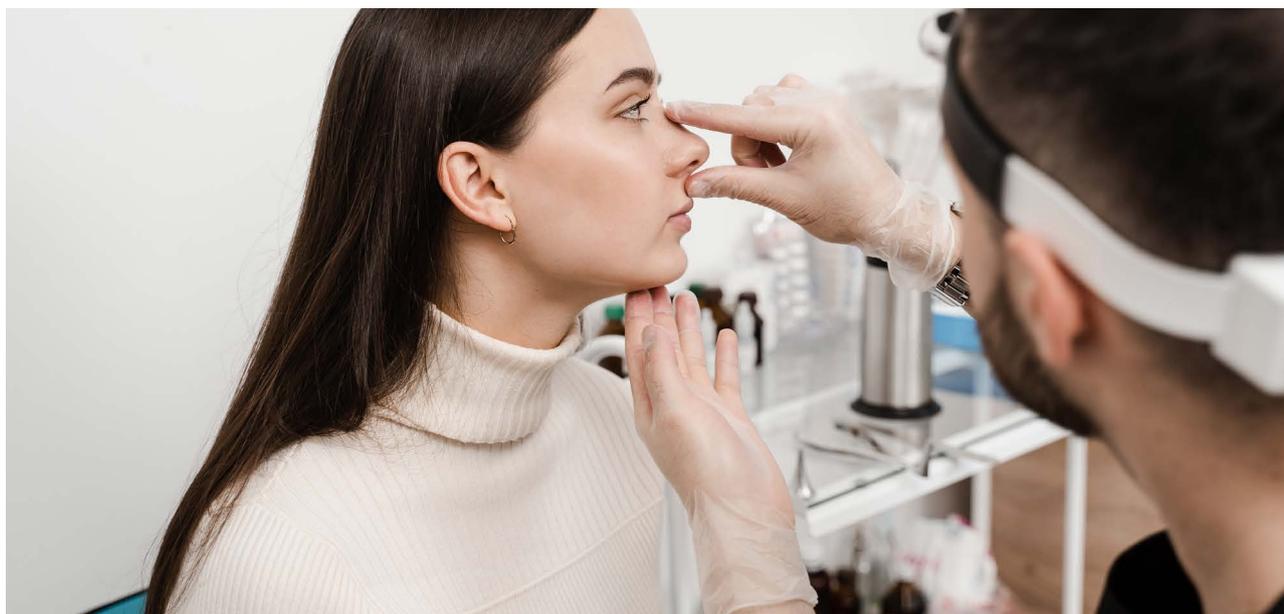




## Proyecto



### Imagen corporal y medios de comunicación: un estudio cualitativo en mujeres que se han realizado rinoplastia

#### Resumen

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la vida de los jóvenes y tienen un impacto significativo en sus decisiones, incluidas aquellas relacionadas con la cirugía estética, como la rinoplastia. Al respecto, este estudio se propone analizar la relación de los medios de comunicación en la toma de decisiones de las jóvenes que se someten a este tipo de intervención quirúrgica, así como también explorar otras motivaciones que las llevan a realizarse este procedimiento. Se utiliza un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo y un diseño fenomenológico. La información es recolectada mediante entrevistas a profundidad semiestructuradas que cuentan con la participación de cuatro jóvenes que se sometieron a una rinoplastia. Se emplea la estrategia de análisis de contenido, por el que se reconoce que, a pesar de que los medios de comunicación no son un factor vital para la toma de decisiones, existen otros factores relacionados con la autoestima, la imagen corporal y el círculo social cercano que sí resultan altamente determinantes. Del mismo modo, se identifica que la existencia de antecedentes de cirugías estéticas en la familia facilita considerablemente la decisión y sirve de punto de referencia para el contacto con los profesionales de la salud, como también los consejos y cuidados para el proceso postoperatorio.

**Palabras clave:** medios de comunicación, imagen corporal, rinoplastias, autoestima



## Introducción

Últimamente las cirugías estéticas han ganado gran popularidad en la población femenina y han ejercido mucha influencia mediante las redes sociales (Landín *et al.*, 2022). De acuerdo con Campos (2012), en países de América Latina que presentan mayores procedimientos quirúrgicos, según el *ranking*, México ocupa el segundo lugar a nivel mundial en número de procedimientos realizados, seguido por Argentina y Colombia.

Estos procedimientos quirúrgicos incluyen tanto la rinoplastia como otras intervenciones no tan invasivas. La cirugía plástica ha aumentado cada vez más su popularidad en las últimas décadas en América Latina, lo que no solo refleja la búsqueda de autoestima y belleza, sino también demuestra la influencia de diversos factores. En el ámbito social actual, las intervenciones estéticas, como en este caso la rinoplastia, son cada vez más comunes, y se deben a una serie de factores como la influencia de los medios de comunicación en la imagen corporal, la disponibilidad de la cirugía estética, así como también la presión social para encajar en los estándares de belleza impuestos por la sociedad (Walker *et al.*, 2019).

Según señala López *et al.* (2023), existen diferentes factores que motivan la decisión de someterse a una cirugía estética, desde diversos puntos contextuales hasta motivaciones psicosociales o personales, y la salud física y psicológica. Asimismo, la decisión de realizarse una cirugía estética puede producirse por las redes sociales, que han tomado un rol significativo en la vida cotidiana y promocionan los estándares de belleza que pueden influir en la percepción que tienen las mujeres acerca de su cuerpo.

Según Gesto (2023), en mujeres jóvenes y adolescentes, las redes sociales influyen en la construcción de la autoestima, el autoconcepto y la imagen corporal. Esta influencia puede generar una serie de conductas de riesgo con respecto a la apariencia física, como tomar decisiones perjudiciales para la salud, o puede causar alguna patología referente a la salud mental. El estudio de López *et al.* (2023) revelan que la motivación de muchas mujeres para realizarse una cirugía estética no solo involucra el factor de la sexualidad, sino también la búsqueda de autoestima, ya que se desea poseer un mejor cuerpo para tener mayor seguridad y confianza. No obstante, esto no es un determinante para llevar a cabo una intervención quirúrgica, pues se orienta más a las necesidades de autorrealización, que se centra en el deseo de amor propio y de aceptación en entornos sentimentales, familiares y sociales.

A nivel cultural, Campos (2012) refiere que la belleza se asocia con ciertas características específicas como, por ejemplo, la nariz pequeña y recta. Esto puede influir en la percepción de la imagen corporal sumada al hecho de que los medios de comunicación promocionan una belleza aparentemente perfecta, lo que aumentaría la presión sobre las personas para someterse a un cambio de apariencia mediante una rinoplastia. Este mismo autor señala que el incremento de las cirugías estéticas tiene la intención de seguir el mismo patrón establecido por las industrias del entretenimiento, como Hollywood, que muestra un tipo de belleza femenina distinguido por la delgadez estilizada, una apariencia natural y rasgos finos. Incluso las actrices suelen servir como modelo de inspiración o estándar a la que muchas mujeres aspiran. En todo caso, el tipo de belleza impuesto en cada país varía según la ubicación geográfica, por ejemplo, en el caso de Colombia se valora altamente los senos realzados, la cintura delgada, las facciones finas y las nalgas redondeadas.

En el contexto Latinoamericano, de acuerdo con Castro *et al.* (2020), la escolaridad es un factor que influye en la decisión de someterse a una rinoplastia, dado que las personas que cuentan con mayor nivel educativo tienen más probabilidades de someterse a una rinoplastia que las personas con menor nivel educativo. Esto por el aspecto económico, ya que las cirugías estéticas pueden ser costosas, lo que dificulta que las personas de bajos recursos económicos accedan a una cirugía estética. Asimismo, el nivel educativo involucra no solo mayor capacidad económica, sino también mayor disponibilidad de información y aceptación de la cirugía estética, si se considera que tienen más acceso a la información sobre la rinoplastia y sus beneficios. Además, las personas con mayor nivel educativo suelen ser



más accesibles a las cirugías estéticas como un medio para mejorar su apariencia física. El estudio también encontró que las personas con mayor nivel educativo tienden a estar más satisfechas con los resultados de su cirugía.

A pesar de que existe investigación cualitativa que abarca las variables de los medios de comunicación y la imagen corporal (Gonçalves y Martínez, 2014), el tema comprende también la participación en actividades físicas y la diferencia entre géneros. En los estudios revisados, se identificaron diferencias significativas en los discursos acerca del cuerpo en función del género, por ejemplo, las adolescentes muestran una mayor preocupación e insatisfacción con su imagen corporal. También, se observó una diversidad considerable de factores mediadores en la construcción de la imagen corporal en la sociedad actual. No obstante, existe un vacío en el conocimiento debido a que la muestra no especifica solo una perspectiva femenina y comprende un rango de edad de entre 14 y 18 años. Asimismo, aunque se reconoce el incremento de la cirugía plástica, especialmente entre las mujeres, y se atribuye a la constante exposición a imágenes de perfección promovidas por los medios de comunicación, no se la considera como una variable y tampoco se la enfoca en un cambio del aspecto facial.

En la misma línea, el estudio de Grande (2019), que se realizó en Girona, España, donde se entrevistó a estudiantes preadolescentes y adolescentes, tuvo como objetivo que los individuos desarrollen un mayor conocimiento y un pensamiento crítico más sólido con respecto a las repercusiones negativas que pueden derivar de ciertas imágenes promovidas por los medios, las cuales exaltan una idealización extrema e irreal de la belleza. El autor señala que la sociedad enfrenta una fuerte presión relacionada con los estándares de belleza, sin plena conciencia de su impacto negativo en las mujeres y futuras generaciones. Los medios de comunicación, en lugar de reflejar las preferencias del público, a menudo imponen sus propias ideas de belleza, lo que lleva a que las niñas adopten roles de modelos adultas y las adolescentes se sientan insatisfechas con sus cuerpos.

En Latinoamérica, se llevó a cabo un estudio en Caracas, Venezuela (Vargas *et al.*, 2023), para el que se empleó una entrevista en profundidad como herramienta, según un enfoque cualitativo y descriptivo para permitir la expresión libre de las experiencias relacionadas con la decisión de someterse a cirugía estética. La muestra incluyó a 7 mujeres con un promedio de edad de 31 años que habían tenido una cirugía estética en los últimos tres años. Los datos recopilados fueron analizados mediante una codificación abierta. Los autores indicaron que las cirugías estéticas están ganando popularidad y son cada vez más accesibles en diversos contextos. Este aumento en la disponibilidad ha generado diferentes razones motivacionales que influyen en la decisión de someterse a una cirugía estética. Por lo tanto, este estudio se enfocó en investigar cuáles son las motivaciones que llevan a las mujeres a optar por procedimientos estéticos. Los resultados del estudio evidencian una alta incidencia, especialmente en las categorías de necesidades de estima y autorrealización en la pirámide de Maslow.

En consecuencia, el presente estudio se enfoca en una muestra de mujeres jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años que viven en Lima Metropolitana. Esto a diferencia de investigaciones previas que no incorporan esta muestra específica, ya que el análisis realizado abarca aspectos relacionados con la imagen corporal, la influencia de los medios de comunicación y, de manera particular, la cirugía estética, con un enfoque específico en la rinoplastia.

A partir de la revisión de la literatura, surge la pregunta ¿Cómo experimentan las mujeres que han optado por una rinoplastia la presión del entorno y de los medios de comunicación en relación con los estándares de belleza y la imagen corporal? Responder a esta pregunta es importante porque nos permite comprender cómo los medios de comunicación impactan en la percepción de la imagen corporal de las mujeres que han optado por una rinoplastia. Esto es relevante desde una perspectiva sociocultural y de salud mental, ya que puede ayudarnos a identificar cómo las representaciones mediáticas de la belleza influyen en las decisiones de cirugía estética y en la autoestima de las mujeres. Además, esta investigación puede proporcionar información valiosa para abordar las posibles presiones



y expectativas poco realistas que las mujeres enfrentan en relación con su apariencia, lo que podría tener implicaciones significativas en la promoción de la salud mental y el bienestar de las personas.

Asimismo, la respuesta a esta pregunta puede ayudar a los profesionales de la salud y a los medios de comunicación a ser más conscientes de su influencia en la percepción de la belleza y la imagen corporal. Esto podría llevar a un enfoque más ético y responsable en la representación de la belleza en los medios y en la industria de la cirugía estética. Al comprender mejor cómo las mujeres que han pasado por una rinoplastia experimentan estas presiones mediáticas, podemos desarrollar estrategias de apoyo y empoderamiento que promuevan una autoimagen saludable y una toma de decisiones informada en lo que respecta a la cirugía estética. En última instancia, responder a esta pregunta puede contribuir a una sociedad más consciente y reflexiva sobre los estándares de belleza y su impacto en la vida de las mujeres.

## Marco teórico

### Imagen corporal

El concepto de imagen corporal fue introducido recién en 1935 por el psiquiatra Paul Schilder. En su monografía *La imagen y apariencia del cuerpo humano*, Schilder define por primera vez este constructo como aquella imagen de nuestro propio cuerpo que nos formamos en nuestra mente, en otras palabras, la forma en que el cuerpo se nos aparece a nosotros mismos (Schilder, 1935). Antes del aporte de Schilder, no se consideraba a la psicología ni sus variables como parte de la definición de imagen corporal. Es gracias al autor que hoy en día el concepto se analiza desde una perspectiva multidisciplinaria. Schilder argumentó que la imagen corporal debía ser estudiada desde puntos de vista neurológicos, socioculturales y psicológicos (Burke *et al.*, 2012).

Una definición más actual es la de Slade (1988), que aclara que la imagen corporal es la imagen que uno tiene en su mente del tamaño y forma de su cuerpo, además de sus sentimientos con respecto a estas características y las partes constituyentes de este. Esta nueva definición es de gran relevancia, dado que refleja la actual comprensión acerca de la imagen corporal, ya que incorpora tanto aspectos perceptivos como también evaluativos (Roosen, 2014). Respecto al componente perceptual, este hace referencia al tamaño, la forma, el peso, las características físicas, el rendimiento y el movimiento del cuerpo; mientras que el componente evaluativo se refiere a cómo uno se siente acerca de estos atributos y cómo esos sentimientos influyen en el comportamiento (Roosen, 2014). El término entendido en la actualidad define la imagen corporal como un trabajo arduo de aceptación y descubrimiento que fortalece a la persona al ampliar el entendimiento sobre el tema para ayudar a otros a mirarse al espejo, ver lo que realmente es, aceptarse, cuidarse y quererse más allá de lo que socialmente se espera que sea (Barrera, 2020).

### Insatisfacción con la imagen corporal

La insatisfacción con la imagen corporal refiere la actitud negativa hacia el propio cuerpo, la cual surge debido a una discrepancia percibida entre la imagen corporal real y la imagen corporal ideal, esta última compuesta por aquellos ideales internalizados sobre la apariencia física de uno (Heider *et al.*, 2018). La insatisfacción corporal también puede ser definida como aquellos pensamientos y sentimientos negativos que surgen sobre el propio cuerpo. Este concepto es considerado como la medida global más importante respecto al estrés que puede experimentar un individuo en relación con el cuerpo (Quittkat *et al.*, 2019). Estos últimos autores reportan que la insatisfacción corporal es un predictor del desarrollo de un trastorno alimentario que ocurre en individuos con diferentes trastornos mentales, como el trastorno por atracón o el trastorno de ansiedad social, así como también en personas sanas. De igual manera, la insatisfacción corporal puede conducir a conductas riesgosas para la salud, como los trastornos alimenticios, el ejercicio excesivo, la toma de pastillas para adelgazar y el uso de esteroides. Adicionalmente, esta también se ha visto asociada a una inadecuada salud mental, que incluye el mal humor, la baja autoestima, los trastornos de la conducta alimentaria y la dismorfia corporal (Barnes *et al.*, 2020).



Asimismo, se ha encontrado que tanto mujeres como hombres, específicamente estudiantes universitarios que tienen la creencia de que los demás los rechazan por su apariencia física, tienen altos niveles de insatisfacción con la imagen corporal, lo que los lleva a aceptar con mayor facilidad las cirugías estéticas (Yazdandoost *et al.*, 2016). De igual manera, diversos estudios han encontrado que la insatisfacción corporal es uno de los factores clave que intervienen en la decisión de modificar quirúrgicamente el propio cuerpo (Nerini *et al.*, 2019; Sarwer y Crerand, 2004; Walker *et al.*, 2019).

### **Relación entre imagen corporal y autoestima**

Para Villalobos (2019), la autoestima se entiende como la valoración positiva o negativa que uno hace sobre sí mismo, una predisposición de sentirse apto para la vida y para satisfacer las propias necesidades, al ser competente para resolver los problemas que surgen. También, define que existen dos aspectos fundamentales: en primer lugar, el sentimiento de eficacia personal es la confianza que se tiene por las aptitudes y las capacidades de uno mismo para afrontar los retos de la vida. En segundo lugar, el sentido de mérito personal o autoidentidad, que se entiende como la seguridad en el valor propio, una actitud afirmativa hacia el derecho de vivir y de ser feliz, por el que uno se siente cómodo para expresar apropiadamente sus pensamientos, sus deseos y sus necesidades.

Asimismo, la autoestima engloba la autoimagen física de una persona, la visión de sus capacidades y logros, los valores y el éxito percibido al vivirlos, así como también las formas en que otros ven y responden a esa persona. Las evidencias sugieren que un autoconcepto positivo tiene el potencial de facilitar el desarrollo de una evaluación positiva del propio cuerpo y puede llegar a servir de escudo protector contra acontecimientos que dañen la imagen corporal (O'Dea, 2012). La misma autora sugiere también que en culturas occidentales la imagen corporal, incluidas las percepciones de la apariencia física general, es potencialmente el componente más importante de la autoestima global de un adolescente. Asimismo, se ha observado que esta relación puede ser más intensa durante la adolescencia que durante otras edades.

Del mismo modo, para Iguaran Torrenegra (2023), es en la etapa de adultez joven, de entre los 18 y 40 años aproximadamente, en la que se buscan diferentes maneras de relacionarse con los demás y es mediante las redes sociales que los jóvenes muestran al mundo aspectos de su imagen, lo que a su vez influencia el desarrollo de su autoestima corporal. Esta última es la autoevaluación que hacen sobre su imagen corporal y su propia apariencia.

### **Autoestima y cirugías estéticas**

Las cirugías estéticas se comprenden como aquella rama de la cirugía que se realiza en sujetos sanos, con el fin de corregir imperfecciones que son más o menos visibles, o bien que le causen al paciente algún tipo de compromiso psicológico o inseguridad (Arriagada, 2016). Con base en un estudio realizado por Herrera y Gil (2016), se sugiere que los pacientes que se han realizado alguna cirugía estética muestran niveles más altos de bienestar psicológico. Sin embargo, no alcanza una significación estadística, por lo que este bienestar puede aumentar, pero por un corto periodo de tiempo. De igual manera, en otro estudio, de carácter cualitativo, realizado por Amézquita y Martínez (2020), se identificó que las mujeres evaluadas se sometieron a estas intervenciones con el fin de poder sentir una mayor seguridad, autoestima y aprobación frente a la sociedad.

En un estudio realizado por Tarazona *et al.* (2023), se evidenció que la cirugía estética tiene un impacto psicológico en los pacientes. Todos los participantes confirmaron mejoras en su percepción y confianza en sí mismos después de la cirugía. Este efecto se observa antes y después del procedimiento, lo que afecta la autoestima y el autoconcepto. Aunque se ve positivamente como una herramienta para elevar la autoestima, se reconoce la importancia de abordar expectativas y riesgos, como la dismorfia corporal y la adicción a estas intervenciones. Los cirujanos plásticos también reconocen este impacto y resaltan la necesidad de equipos multidisciplinarios que consideren tanto la salud física como la mental en estos procedimientos.



## Medios de comunicación y estándares de belleza

El concepto de medios de comunicación tiene un origen epistemológico muy amplio y vasto, por lo que, con el objetivo de adecuarlo a este informe, se los comprenderá como aquellos canales de interacción global mediante los cuales el ser humano es capaz de recibir y enviar información de todo tipo, tanto digitales como físicos. Para este informe se enfatizará en medios como las redes sociales, los anuncios publicitarios, la televisión, entre otros, porque estos promueven directa e indirectamente patrones de belleza que ejercen un efecto extremadamente fuerte en las mujeres, principalmente (Bazán y Miño, 2015). Dichos patrones de belleza que se difunden mediante los medios de comunicación se convierten en cánones que adquieren un gran poder e influencia, a los que se les denominan estándares de belleza. Estos generan discriminación sobre quienes no cumplen con las características de belleza que se les atribuye, por ejemplo, nariz respingada, delgadez extrema, ojos claros, sonrisa perfecta, entre otros (Poo *et al.*, 2023). En ese sentido, Laughter *et al.* (2023) reafirman que las redes sociales pueden conducir a tener ideales de imagen corporal poco realistas y generar una preocupación significativa por la apariencia. Los mismos autores sostienen que la exposición a las redes sociales puede empeorar la insatisfacción con la imagen corporal y la adicción a las redes sociales, y, en el caso de personas que padecen trastorno dismórfico corporal, la preocupación por la imagen corporal los lleva a realizarse procedimientos de cirugía plástica y cosmética mínimamente invasivos.

Dentro de los principales medios de comunicación, Vandenbosch *et al.* (2022) identifican que redes sociales como Instagram, Facebook y Snapchat son las más populares e influyentes dentro de la promoción y creación de estas imágenes corporales, entre las que Instagram es con la que se identifica la mayoría. Walker *et al.* (2019) hallaron que ver imágenes a través de redes sociales de mujeres que se han sometido a mejoras cosméticas afectaba el deseo de las mujeres jóvenes de someterse a una cirugía estética. Los mismos autores comentan que esto se evidencia sobre todo si es el tiempo que se pasa en redes sociales es significativo. Además, las mujeres jóvenes seguían muchas cuentas de mujeres cosméticamente mejoradas, además de tener una baja satisfacción corporal. De igual forma, Eldaly y Mashaly (2022) encontraron que la gran mayoría de contenido relacionado con la cirugía plástica en Twitter e Instagram no es publicada por cirujanos certificados. Además, la mayor parte de videos de YouTube que mostraban procedimientos quirúrgicos estéticos eran de baja calidad, engañosos y sesgados. También, se encontró que el uso de redes sociales había aumentado la aceptación de los procedimientos cosméticos, y que tomar y publicar *selfies* aumentó significativamente la ansiedad social y el deseo de someterse a una cirugía estética. Asimismo, se encontró que las redes sociales están generando expectativas poco realistas entre los pacientes.

## Objetivos

- Explorar las motivaciones detrás de los procedimientos quirúrgicos estéticos de rinoplastia que se ha realizado un grupo de mujeres jóvenes.
- Conocer la imagen corporal de sí mismas de un grupo de mujeres jóvenes que se ha realizado una rinoplastia.

## Diseño metodológico

### Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo cualitativo, ya que se usa para describir detalladamente las características, los comportamientos, las motivaciones, los componentes y los acontecimientos de las personas, a partir de fundamentos teóricos y epistemológicos, con el objetivo de procesar la información obtenida del fenómeno social para realizar y plantear un análisis temático de manera sistemática y detallada (Mieles *et al.*, 2012). En este caso, se aplica a las personas que se han realizado una rinoplastia, con el fin de explorar más acerca de sus procedimientos estéticos, vivencias o motivaciones vinculados a la imagen corporal y los medios de comunicación orientadas a la belleza.



Además, esta investigación es de alcance exploratorio, porque examina un fenómeno novedoso o con escasas investigaciones previas con la finalidad de identificar nuevos conceptos o teorías que generarían preguntas nuevas. Estos estudios se caracterizan por ser flexibles en comparación con otros métodos de estudio, como el descriptivo o el correlacional (Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres, 2023).

El diseño de investigación es de tipo fenomenológico, pues, de acuerdo con Salgado (2007), se propone capturar la esencia y los significados de las experiencias o vivencias para identificar y comprender mejor el caso de las mujeres que se han realizado una rinoplastia y para identificar si los estándares de belleza generados por las redes sociales y los medios de comunicación que han influido en su realización.

## Participantes

Los criterios de inclusión que se tomaron en cuenta fueron los siguientes: mujeres que residan en Lima, de entre 18 y 25 años de edad, que se hayan sometido a una rinoplastia en los últimos 5 años. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia para delimitar a la población objetiva, ya que se buscó específicamente a mujeres que coincidan con los criterios de inclusión, basados también en otros como la cercanía con la persona entrevistada, la disponibilidad y la accesibilidad. Se consideraron 4 participantes por la capacidad operativa de los investigadores, ya que se contempla el número de casos que se puedan manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos disponibles (Guerrero Bejarano, 2016).

## Tabla 1

### Datos de los participantes

Seudónimo	Edad	Nivel socioeconómico	Edad cuando se realizó el procedimiento
DW	19	Medio alto	18
NG	22	Medio alto	20
MC	21	Medio alto	19
MA	19	Alto	19

## Técnicas de recolección de información

Se usó como técnica de recolección de datos la entrevista a profundidad, dado que permite conocer la percepción que tiene un grupo de mujeres jóvenes sobre las cirugías plásticas y las redes sociales. La entrevista se define como una técnica cualitativa, en la que se reúnen un entrevistador(es) y un entrevistado(s) cara a cara para obtener información por medio de preguntas relacionadas con uno o varios temas previamente estructurados (Espinoza, 2020). Además, la entrevista permite el acceso a aspectos cognitivos y a la percepción de las personas sobre una determinada problemática o realidad (Piza *et al.*, 2019).

Se utilizó la entrevista semiestructurada, que se caracteriza por utilizar una guía de preguntas, en la que el entrevistador tiene la libertad de agregar interrogantes adicionales para precisar conceptos u obtener más información (Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres, 2023). Por eso, en la investigación se empleó una guía de preguntas con base en los objetivos previamente establecidos. Además, la creación de las preguntas partió de una exhaustiva revisión teórica, de la que surgieron tres áreas temáticas:



cirugías plásticas, redes sociales e imagen corporal. La guía de preguntas dio lugar a identificar los temas importantes y evitar dispersiones por parte del entrevistado (Robles, 2011). Esta es otra de las razones por lo que se optó por este tipo de entrevista.

Este instrumento fue revisado y aprobado por un juicio de expertos, conformado por una psicóloga y una cirujana plástica. Las expertas puntuaron las preguntas de acuerdo con qué tan aceptables las consideraban para las áreas planteadas. De igual manera, también brindaron comentarios y observaciones acerca de las preguntas que consideraban que podían mejorar. Todas las observaciones fueron tomadas en consideración, por lo que la guía fue reformulada.

### **Procedimiento de recolección de información**

La información fue recopilada mediante entrevistas a profundidad realizadas por cada uno de los investigadores durante el mes de octubre del 2023. Para esto, se les brindó a los participantes un consentimiento informado. Se contactó con ellos de manera directa por mensajes de WhatsApp. Una vez coordinada la fecha se estableció el lugar en donde se llevarían a cabo las entrevistas que tuvieron una duración de aproximadamente 50 minutos a 1 hora. Para asegurar la calidad de la investigación, se optaron por los métodos tanto de dependencia como de confirmabilidad, ya que, en el caso de la dependencia, los datos obtenidos de las distintas entrevistas fueron revisados por todos los investigadores involucrados en esta investigación, con el fin de asegurar la objetividad de los datos. En cuanto a la confirmabilidad, se priorizó la opinión y la experiencia de los participantes por encima de la de los investigadores, para evitar caer en sesgos o prejuicios, sin dejar de mantener registro sobre las decisiones metodológicas que se llevaron a cabo durante la investigación (Cadenas, 2016).

### **Estrategia de análisis de información**

Para el análisis de la información recogida, se utilizó una estrategia de análisis de contenido que, de acuerdo con Fernández-Núñez (2018), se basa en examinar y comprender el contenido recopilado de los recursos audiovisuales, que en este caso fueron las entrevistas a profundidad, para identificar patrones, temas, significados y relaciones dentro del material analizado. Mediante este análisis, se codificaron, categorizaron y clasificaron los datos más relevantes y recurrentes recogidos sobre las experiencias de las mujeres en su proceso de cirugía estética. Nos centramos en las experiencias que vivió nuestra muestra al realizarse estos procedimientos, sus emociones, percepciones, consecuencias, entre otros (Duque y Aristizábal, 2019).

A partir de esta estrategia, se opta por un razonamiento inductivo, dado que, a partir de datos específicos, se identifican patrones o temas recurrentes, para encontrar regularidades en las experiencias narradas y llegar a conclusiones generales sobre la problemática abordada.



## Resultados y discusión

**Tabla 2**

**Tabla de categorías y subcategorías**

Categoría	Subcategoría	Descripción
Imagen corporal distorsionada	Inseguridad como rasgo característico	Los individuos que componen el entorno de la persona, ya sean familiares o amigos, tienen una influencia directa sobre la toma de decisión de realizarse una intervención quirúrgica y cumplen un rol de referencia antes, durante y después del proceso.
	Medios de comunicación como fuente de comparación	
Entorno como soporte para la toma de decisiones	Apoyo familiar fundamental en el proceso	Los individuos que componen el entorno de la persona, ya sean familiares o amigos, tienen una influencia directa sobre la toma de decisión de realizarse una intervención quirúrgica y cumplen un rol de referencia antes, durante y después del proceso.
	Antecedentes de familiares y amigos	

### Categoría 1: Imagen corporal distorsionada

Se observa cómo los medios de comunicación son la principal fuente de difusión de los inalcanzables estándares de belleza, que generan una gran insatisfacción e inseguridad corporal. Todo esto puede conducir a tener una imagen corporal distorsionada.

#### Subcategoría 1.1: Inseguridad como rasgo característico

En el caso de las mujeres con rinoplastia, se identificó que, durante sus años formativos, eran constantemente comparadas con sus pares (compañeras de clase y amigas) y quedaban en desventaja en relación con sus rasgos faciales. Esta inseguridad las llevaba a evitar tomarse fotos, ver de manera desproporcionada los diferentes elementos de su rostro o utilizar el maquillaje como herramienta para corregir estas inseguridades. Ante la insatisfacción corporal y el deseo de encajar en los estándares de belleza establecidos socialmente, como tener una nariz pequeña y respingada, ser delgada, tener rasgos finos, entre otros, surge la motivación de realizarse una cirugía plástica. A pesar de intentar diversos métodos para ocultar su inseguridad, las entrevistadas manifestaban sentir una gran insatisfacción corporal, por lo que tomaron la decisión de realizarse una cirugía plástica. Esto último las hizo sentirse más seguras y ganar confianza, lo que se reflejó en sus relaciones sociales, dado que ahora comentan tener un mejor desenvolvimiento social.



*“O sea, antes yo no podía mirarme al espejo y encontrarme atractiva. Hiciera lo que hiciera, tipo, iba al gym, me maquillaba, como que trataba de arreglar mi físico de otras maneras que no fueran cirugía plástica, y genuinamente como que no podía decir ah, ya, soy bonita”. (21 años, procedimiento realizado a los 19)*

*“Bueno, creo que sí me ayudó bastante en mi autoestima. A partir de eso, como que sí empecé a sentirme un poco más segura de mí o de, no sé, tipo maquillarme, tomarme fotos. Antes, no sé, me ponían una cámara en la cara y no me gustaba. [...] Yo decía, pucha, no me grabes de perfil. O sea, super acomplejada. Y creo que a partir de eso como que bajó eso”. (21 años, procedimiento realizado a los 19).*

Durante la pubertad y adolescencia, ocurren una serie de cambios físicos y psicológicos que dan paso a las comparaciones con los pares. En el caso de las entrevistadas, la comparación es un componente que se mantuvo presente constantemente en sus años escolares e incluso se prolongó en la adultez. Investigaciones recientes evidencian que personas con dismorfia corporal, al estar en situaciones públicas o sociales, dedican gran parte de su tiempo a comparar su apariencia con la de otras personas del mismo sexo, tanto la apariencia general como las características que les preocupan (Laker y Waller, 2022). A partir de estas comparaciones, surge una insatisfacción con la imagen corporal que las hace sentir inseguras con su apariencia, lo que las motiva a realizarse un cambio significativo, como las cirugías estéticas. En la investigación realizada por Chowdhury *et al.* (2022), se evidenció un aumento significativo en la autoestima de pacientes que se habían realizado una rinoplastia estética. Hallazgos similares han surgido en la presente investigación: las entrevistadas mencionan haber ganado mayor confianza y seguridad, así como facilidad para relacionarse con los otros, algo que no se daba antes de la operación. Finalmente, a pesar de que las entrevistadas reconocen que se realizaron la operación en gran parte porque sus narices no encajaban en los estándares de belleza actuales, la definición que ellas tienen de belleza se basa más en aspectos de la personalidad, y consideran que la belleza va más allá de lo estético.

### **Subcategoría 1.2: Medios de comunicación como fuente de comparación**

Se identificó que los medios de comunicación cumplen un rol importante en la motivación para realizarse una rinoplastia. Las mujeres que se entrevistaron suelen compararse físicamente con las celebridades que siguen en las redes sociales, aunque reconocen que esas celebridades o *influencers* llevan otro estilo de vida y viven de su imagen. No obstante, existe mayor comparación con las personas de su mismo entorno, como amigas, familiares o estudiantes de su centro de estudio, con las que se suele comparar el cuerpo, el cabello, la nariz, el rostro, la piel, entre otros aspectos físicos. En la actualidad, las redes sociales y los medios de comunicación cumplen un rol importante en el día a día de los jóvenes, y es la vía en la que se muestra un mundo perfecto e idealizado, del que desean formar parte para ser aceptados por su entorno y cumplir ciertos estándares aprobados por la sociedad y lo aparentemente perfecto.

*“Sí, varias veces sí me ha afectado, sobre todo cuando era más adolescente. Ahí, creo que fue cuando más me afectaba, porque había chicas también de mi edad, que por las fotos que publicaban, se veían más como mujeres, y yo me sentía como todavía una niña en cuanto al físico. Entonces, ahí sí me comparaba más. Y así, sí me ha afectado, creo que es imposible que no te afecte, porque uno siempre quiere pertenecer, ¿no?”. (21 años, procedimiento realizado a los 19 años)*

*“Con personas normales creo que sí, tipo, me ha pasado varias veces que no sé voy a la u [universidad] y veo como que chicas superlindas... arregladas o con así... un físico... no sé, con la piel perfecta o cosas así. Y fácil, sí, en algún momento sí me he comparado porque claro esas personas ya no son influencias ni nada... si no, son estudiantes al igual que yo”. (23 años, procedimiento realizado a los 20 años)*



Sentirse parte de un grupo es de gran importancia para la autoconfianza y la autoestima de la juventud, y puede impactar de manera positiva o negativa, ya que la mayoría busca la aprobación social a través de su disposición a modificar o cambiar sus rasgos faciales o corporales (Lerner *et al.*, 2029). Asimismo, Romo y Hervías (2020) señalan que las redes sociales y los medios de entretenimiento son cada vez más importantes para las personas y, sobre todo, para los jóvenes, debido a que esta etapa se caracteriza por el desarrollo de la identidad y el establecimiento del autoconcepto y de la autoestima. Sin embargo, este periodo puede ser afectado por el consumo inapropiado de redes sociales, que provocan una insatisfacción con la imagen corporal. Las mujeres jóvenes son las más exigidas respecto al ideal de belleza socialmente aceptado, a causa de las fotografías exhibidas en plataformas que intentan mostrar un perfil aparentemente perfecto y positivo. Este contenido puede generar ciertas inseguridades en los consumidores, lo que conlleva a que probablemente adopten conductas que perjudican su salud para cambiar su apariencia física.

## **Categoría 2: Entorno como soporte para la toma de decisiones**

Las personas que componen el entorno de los participantes, ya sean familiares o amigos, tienen una influencia directa sobre la toma de decisión de realizarse una rinoplastia u otro procedimiento quirúrgico estético, y cumplen un rol de referencia antes, durante y después del proceso.

### **Subcategoría 2.1: Apoyo familiar fundamental en el proceso**

En las entrevistas sobre el apoyo de la familia a la rinoplastia estética, se revela una diversidad de experiencias entre las jóvenes participantes. Algunas enfrentaron la primera experiencia de operación en la familia, mientras que otras provenían de historias familiares de cirugía plástica. A pesar de la falta de experiencia previa, algunos padres mostraron aceptación y apoyo a la decisión de sus hijas. Aquellas con madres que ya se habían sometido a cirugía plástica experimentaron una dinámica diferente, que generó un ambiente propicio para la discusión abierta. Se destaca la importancia de la decisión personal y el apoyo emocional de la familia durante el proceso. La confianza y la comunicación abierta fueron clave, y la ausencia de prejuicios hacia las cirugías plásticas contribuyó a la aceptación general. En resumen, las experiencias resaltan la diversidad de respuestas familiares y subrayan la importancia de la comunicación abierta, la aceptación personal y el respaldo emocional durante todo el proceso de rinoplastia estética.

*“Y cuando le dije a mi mamá, ella no quería para nada. Me decía que no, que era peligroso y un montón de cosas, y de hecho tuvimos varias discusiones sobre eso porque ella no quería y yo me sentía supermal porque tenía la plata. Solo faltaba que ella me dijera que sí porque es una operación bien, aparte de riesgosa, la postoperación. Después la convencí y vino a cuidarme”. (21 años, procedimiento realizado a los 19)*

*“Mi mamá ya se lo había hecho, así que no fue una conversación difícil. Siempre me decía que, si quería operarme en algún momento, lo podía hacer. Mis papás son tranquilos, no les importa mucho, con tal que sea mi decisión y sepa por qué lo estoy haciendo”. (23 años, procedimiento realizado a los 20 años)*

La influencia positiva de las prácticas parentales, caracterizadas por un enfoque afectivo que atiende las necesidades de los hijos y fomenta su participación en el establecimiento de normas familiares, se refleja en la crianza de individuos independientes, sociables y con confianza en sí mismos. Esta dinámica parenteral contribuye a niveles elevados de ajuste, competencia psicosocial y autoestima (Murillo y Gracia, 2005). Según el autor, la conexión positiva entre la socialización familiar y la confianza en sí mismo puede influir en la disposición de las personas a optar por procedimientos estéticos para mejorar su apariencia física, en la que destaca la continua relevancia de la familia en las decisiones relacionadas con la imagen personal. Por eso, la familia juega un papel crucial al ofrecer apoyo emocional y aceptación en las decisiones sobre intervenciones quirúrgicas, como las cirugías estéticas.



## Subcategoría 2.2: Antecedentes de familiares y amigos

Se identificó que, dentro de los principales motivos de las jóvenes, el factor de antecedentes, dentro de la familia o amigos, fue uno de los determinantes, ya que brindaba seguridad e información a quienes tenían el interés de realizarse este procedimiento, servía de punto de contacto con los profesionales de la salud, y guiaba las referencias que les daba del médico que les realizó la intervención.

*“Mi proceso fue más fácil porque también mi mamá ya se lo había hecho, entonces como que no era una conversación de como ‘Oye, me quiero operar la nariz’, y es como algo palta. Entonces mi mamá como que siempre me decía: ‘Ah ya, si quieres operarte en algún momento, lo puedes hacer’. Como que es tu decisión totalmente”.*

*“La conversación empieza porque una tía se había operado. Y mi mamá como que la vio y, tipo, no se nota. O sea, se ve bonito, pero no es como que algo ¡wow! Como que a veces hay doctores que te lo hacen más como muy notorio, entonces como que las personas tienen miedo de que les quede como muy respingada. Entonces como que dijo que le salió bonito”.*

Existen múltiples factores que influyen a las jóvenes a tomar la decisión de someterse a este tipo de cirugías estéticas. Las redes sociales representan un factor importante y en algunos casos determinante para la toma de la decisión, ya sea por ver imágenes o publicaciones de estereotipos socialmente aceptados de cómo debería verse una nariz ideal, hasta ver publicaciones sobre antes y después de cirugías y perfiles de los propios cirujanos. Sin embargo, de acuerdo con Lodoño *et al.* (2019), la mayoría de las personas que se someten a estos procedimientos tienen como antecedente a un familiar que se ha sometido a cirugías estéticas, lo que brinda mayor seguridad y confianza a la persona que se somete a este procedimiento. Por lo tanto, a pesar de existir múltiples factores influyentes en la toma de decisión sobre este tipo de intervenciones, son la familia y los amigos cercanos los agentes más influyentes y determinantes en esta decisión para las mujeres que se van a someter a esta cirugía por primera vez.

Con respecto a las limitaciones de la investigación, durante la fase de recolección y análisis de la información obtenida, al delimitar nuestra muestra en mujeres de entre 18 y 25 años, se identificó el problema de delimitar una entrevista definitiva en un tiempo y lugar adecuado, puesto que, por la edad, la mayoría de nuestras participantes tiene múltiples ocupaciones, ya sea por la universidad o el trabajo. Por eso, una de las entrevistas fue realizada de manera virtual a través de Zoom, mientras que las demás sí fueron realizadas de manera presencial.

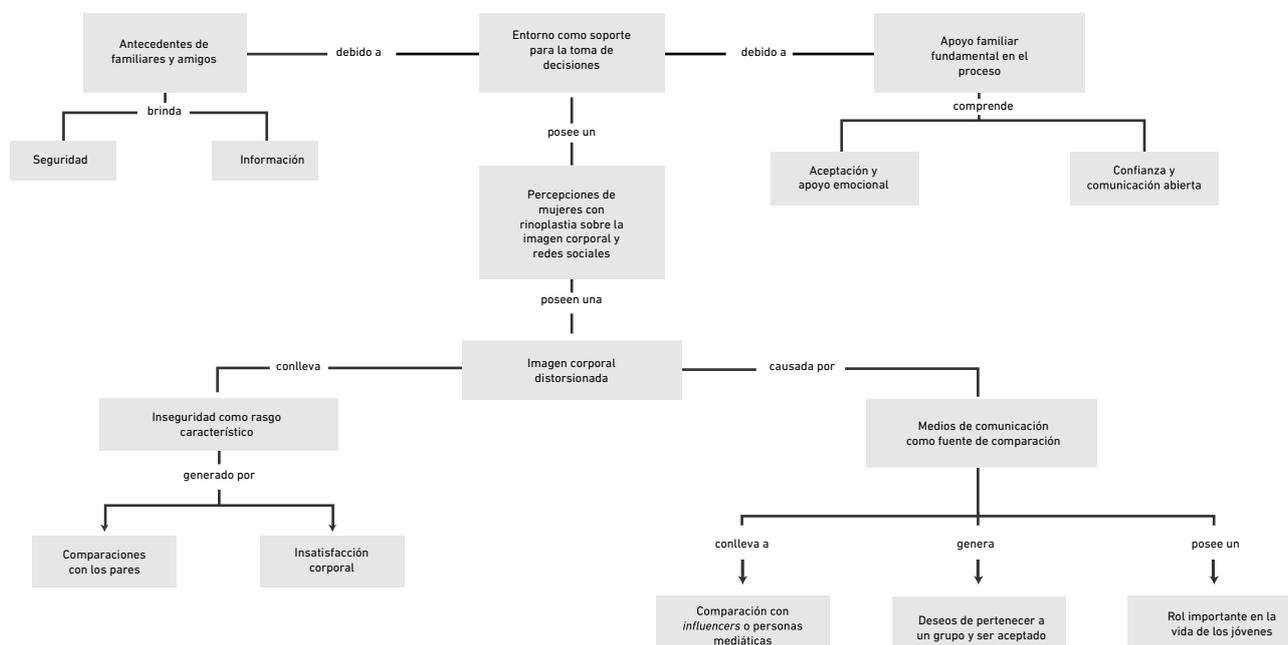
Adicionalmente, se recomienda para futuras investigaciones que se incremente el número de participantes, con el propósito de permitir una mayor diversidad de perspectivas que enriquezcan los datos y el conocimiento sobre el fenómeno estudiado. De igual forma, se aconseja que se incluyan participantes de diversos niveles económicos para profundizar y descubrir el rol que tiene el estado y nivel económico en las percepciones de las participantes. Asimismo, se debería considerar la realización de una comparación entre las perspectivas que tienen tanto mujeres en la adultez temprana como en la media. Esto con el fin de profundizar en el cambio del rol que juegan los medios de comunicación en la percepción de la belleza y de las cirugías estéticas.

A continuación, se presenta la Figura 1, que retrata las interrelaciones entre las categorías y las subcategorías que surgieron a partir del análisis de datos. Esta red evidencia las conexiones entre los diversos elementos claves que se proponen responder a la pregunta de investigación. Por lo tanto, se puede observar que la imagen corporal distorsionada y el entorno como soporte en la toma de decisiones son componentes propios de las percepciones que tienen las mujeres jóvenes con rinoplastias en relación con la imagen corporal y los medios de comunicación.



## Figura 1

### Red analítica



## Conclusiones

- Como conclusión, se puede destacar que la inseguridad y la insatisfacción con la imagen corporal son rasgos característicos de las mujeres jóvenes que han optado por someterse a una rinoplastia. Las percepciones distorsionadas de la imagen corporal surgen principalmente a raíz de las comparaciones con sus pares y figuras públicas, que generan pensamientos negativos hacia su propio cuerpo. Esta insatisfacción impulsa el deseo de recurrir a la cirugía plástica como medio para adquirir una mayor seguridad y confianza en sí mismas.
- Además, se identificó que pese a la existencia de múltiples factores sociales que pueden influir en la decisión de las mujeres de realizarse este tipo de intervenciones, ya sea por las redes sociales, los medios de comunicación, las comparaciones con los pares, entre otros, son principalmente las personas más cercanas las que tienen una mayor influencia en esta decisión. Así, se identificó que la familia juega un rol fundamental en estas jóvenes, como red de apoyo, en la que resulta vital el hecho de brindar seguridad y confianza a las jóvenes tanto antes como después de la cirugía. Del mismo modo, se mencionó que haber tenido a un familiar o un amigo cercano que se ha realizado una cirugía estética previamente fue determinante para la toma de la decisión, ya que estos son agentes, el punto de contacto más fiable de las jóvenes, así como una fuente de información y de referencias de primera mano, no solo sobre el proceso, sino también sobre la relación con los profesionales de la salud, los resultados y la etapa postoperatoria.



## Referencias

- Amézquita, A. V. y Martínez, M. A. (2020). *Factores psicosociales asociados a la práctica repetida de cirugías estéticas en cuatro mujeres de la ciudad de Medellín*. [Trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio Institucional UNIMINUTO. Bello-Antioquia. <https://hdl.handle.net/10656/14405>
- Anson, M., Veale, D. y Miles, S. (2015). Appearance comparison in individuals with body dysmorphic disorder and controls. *Body Image*, 15, 132–140. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.08.003>
- Arriagada, S. J. (2016). Buenas prácticas en cirugía estética: Algunas consideraciones desde la bioética. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 63(2), 7-24. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2016.01.014>
- Barnes, M., Abhyankar, P., Dimova, E. y Best, C. (2020). Associations between body dissatisfaction and self-reported anxiety and depression in otherwise healthy men: A systematic review and meta-analysis. *PLOS ONE*, 15(2), 1-15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229268>
- Burke, N. L., Schaefer, L. M. y Thompson, J. K. (2012). Body image. En V. S. Ramachandran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior*, volume 1 (2da ed., pp. 365–371). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375000-6.00066-5>
- Barrera, C. (2020). *Estado del arte: Concepto de imagen corporal y sus afecciones en la psicología clínica*. [Trabajo de grado para optar al título de psicología, Universidad de Antioquía]. Repositorio institucional de la Universidad de Antioquía. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/16614>
- Bazán, C. I. y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 15(1), 23-42. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5645337.pdf>
- Cadenas, D. M. R. (2016). El rigor en la investigación cualitativa: técnicas de análisis, credibilidad, transferibilidad y confirmabilidad. *Sinopsis Educativa. Revista Venezolana de Investigación*, 7(1), 17-26. [https://revistas-historico.upel.edu.ve/index.php/sinopsis\\_educativa/article/view/3539](https://revistas-historico.upel.edu.ve/index.php/sinopsis_educativa/article/view/3539)
- Campos, F. (2012). *La puesta en escena de los cuerpos sometidos a la cirugía estética: Observación en un gimnasio en la ciudad de Cali*. [Trabajo final de grado en sociología, Universidad del Valle]. Repositorio institucional de la Universidad del Valle. <https://hdl.handle.net/10893/26309>
- Castro, M., Granados, M. y Riascos, E. (2020). *Factores sociales influyentes en la realización de cirugías estéticas en las mujeres de Buenaventura entre 23 y 40 años, predominantemente afrodescendientes con un nivel educativo profesional*. [Trabajo de grado, Universidad del Valle]. Repositorio institucional de la Universidad del Valle. <https://hdl.handle.net/10893/17897>
- Chowdhury, S., Verma, S. y Debnath, T. (2022). Self-esteem in rhinoplasty patients: A comparative study. *Indian journal of otolaryngology and head and neck surgery: official publication of the Association of Otolaryngologists of India*, 74(2), 1571–1575. <https://doi.org/10.1007/s12070-021-02734-2>
- Duque, H. y Aristizábal, E. T. (2019). Análisis fenomenológico interpretativo: Una guía metodológica para su uso en la investigación cualitativa en psicología. *Pensando Psicología*, 15(25), 1-24. <https://doi.org/10.16925/2382-3984.2019.01.03>
- Eldaly, A.S. y Mashaly, S.M. (2022). The new dilemma of plastic surgery and social media: a systematic review. *European Journal of Plastic Surgery*, 45, 371–382. <https://doi-org.ezproxy.ulima.edu.pe/10.1007/s00238-021-01891-5>



- Espinoza, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Conrado*, 16(75), 103-110. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442020000400103yscript=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442020000400103yscript=sci_arttext)
- Fernández Núñez, L. (2018). *Análisis de datos cualitativos: Análisis de contenido vs. análisis narrativo* [Material de curso]. Universidad de Barcelona, Institut de Ciències de la L'Educació.
- Gesto, S. (2023). *Influencia de las redes sociales en el autoconcepto de los adolescentes*. [Trabajo final de grado, Universidad de la República, Facultad de Psicología, Montevideo]. Conocimiento Libre Repositorio Institucional (Colibri), Universidad de la República. <https://hdl.handle.net/20.500.12008/37666>
- Gonçalves, V. O. y Martínez, J. P. (2014). Imagen corporal y percepción de la influencia de los medios de comunicación: Diferencias de género en una muestra de adolescentes. *Revista Inter-Ação*, 39(3), 461-478. <https://doi.org/10.5216/ia.v39i3.27535>
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1-9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Grande, V. (2019). La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito. *Communication Papers. Media Literacy y Gender Studies*, 8(16), 21-32. <http://hdl.handle.net/10498/21599>
- Heider, N., Spruyt, A. y De Houwer, J. (2018). Body dissatisfaction revisited: On the importance of implicit beliefs about actual and ideal body image. *Psychologica Belgica*, 57(4), 158-173. <https://doi.org/10.5334/pb.362>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza-Torres, C. (2023). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (2da ed.)*. McGraw-Hill.
- Herrera, R. Á. N. y Gil, L. A. M. (2016). Impacto de la cirugía estética sobre el bienestar psicológico: la importancia de la apariencia personal en el funcionamiento psicosocial. *Cirugía Plástica*, 25(2), 114-122. <https://www.medigraphic.com/pdfs/cplast/cp-2015/cp152i.pdf>
- Iguaran Torrenegra, M. (2023). *Autoestima corporal, uso de las redes sociales y prácticas de sexting en jóvenes universitarios de pregrado de 18 a 24 años de la ciudad de Barranquilla*. [Trabajo final de pregrado, Universidad de la Costa]. Repositorio institucional de la Universidad de la Costa. <https://hdl.handle.net/11323/10167>
- Landín, L., Bohórquez, C., Gómez, A., Quesada, M., Cuadra, Á., Ramos Gonzáles, E., Revelo, E., Valladares, C., Aldana, C., Lainez, C., Picard-Ami, L., Masako Ferreira, L., Ñamendy, L., Núñez, G., Rodríguez, R., Mercedes, S., Fossati, G., Chow Lee, G... Vaquero Pérez, M. (2022). Formación especializada de residentes en cirugía plástica, reconstructiva y estética en los países de la Federación Ibero Latinoamericana de Cirugía Plástica (FILACP): consenso de tutores 2022. *Cirugía Plástica Ibero-Latinoamericana*, 48(3), 237-250. <https://doi.org/10.4321/s0376-78922022000300001>
- Laker, V. y Waller, G. (2022). Does comparison of self with others influence body image among adult women? An experimental study in naturalistic settings. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 27, 597-604. <https://doi.org/10.1007/s40519-021-01196-3>
- Laughter, M. R., Anderson, J. B., Maymone, M. B. C. y Kroumpouzou, G. (2023). Psychology of aesthetics: Beauty, social media, and body dysmorphic disorder. *Clinics in Dermatology*, 41(1), 28-32. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2023.03.002>



- Lerner, V. C. (2019). Los sentidos de pertenencia de los y las jóvenes que participan en el movimiento masortí en la ciudad autónoma de Buenos Aires. Percepciones sobre el movimiento y la "Comunidad". *Cultura y Religión*, 13(1), 64-84. <http://doi.org/10.4067/S0718-47272019000100064>
- Lodoño, M., Orejuela, J. y Gil, C. (2019) Programación de cirugías multi-objetivo considerando niveles de prioridad. *Espacios*, 41(3), 30-46. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n03/a20v41n03p30.pdf>
- López, L., Ladino, J. y Hernández, L. (2023). *Motivaciones en mujeres del Centro Estético Viva Spa Villavicencio para realizarse una cirugía plástica*. [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/52189>
- Mieles, M., Tonon, G. y Alvaro, S. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitarias Humanísticas*, (74), 195-225. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=79125420009>
- Murillo, M. L. y Gracia, E. (2005). Determinantes de la aceptación-rechazo parental. *Psicothema*, 17(1), 107-111. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72717117.pdf>
- Nerini, A., Matera, C., Di Gesto, C., Policardo, G. R. y Stefanile, C. (2019). Exploring the links between self-compassion, body dissatisfaction, and acceptance of cosmetic surgery in young italian women. *Frontiers in Psychology*, 10, Artículo 2698. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02698>
- O'Dea, J. A. (2012). Body image and self-esteem. En T. Cash (ed.), *Encyclopedia of body image and human appearance* (pp. 141-147). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00021-3>
- Piza, N., Amaiquema, F. y Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000500455script=sci\\_arttextylng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000500455script=sci_arttextylng=pt)
- Poo, A., Espinoza, S., Torres, N. y Vera, K. (2023). Representaciones de estándares de belleza en profesionales sanitarias que atienden mujeres chilenas diagnosticadas con trastornos de la conducta alimentaria. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 12(1), 25-38. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=110978>
- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U. y Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in Psychiatry*, (10) 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00864>
- Ramos-Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Roosen, K. M. y Mills, J. S. (2014). Body image, overview. En T. Theo (Ed.), *Encyclopedia of Critical Psychology* 179-185. Springer New York. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-5583-7>
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco*, 18(52), 9-49. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttextypid=S0185-16592011000300004ylng=esytlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttextypid=S0185-16592011000300004ylng=esytlng=es)
- Rodríguez-Gaceras, C., Gallegos, M. y Padilla, G. (2021). Autoestima en niños, niñas y adolescentes chilenos: Análisis con árboles de clasificación. *Reflexiones*, 100(1), 1-18. <http://doi.org/10.15517/rr.v100i1.43342>



- Romo, M y Hervías, F. (2020). *Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. Un proyecto de prevención* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Cádiz]. Rodín, repositorio institucional de la Universidad de Cádiz. <http://hdl.handle.net/10498/23419>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: Diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13(13), 71-78. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=es&lng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=es&lng=es).
- Sarwer, D. B. y Crerand, C. E. (2004). Body image and cosmetic medical treatments. *Body Image*, 1(1), 99–111. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00003-2)
- Schilder, P. (1935). *The image and appearance of the human body*. Kegan Paul.
- Slade, P. D. (1988). Body image in anorexia nervosa. *The British Journal of Psychiatry*, 153(Suppl 2), 20–22. <https://doi.org/10.1192/S0007125000298930>
- Tarazona, A. C., Ospina, I. y Murillo, L. (2023). *Impacto en la autoestima y el autoconcepto de las cirugías estéticas: una aproximación fenomenológica* [Tesis de fin de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Javeriano. <http://hdl.handle.net/10554/64581>
- Vandenbosch, L., Fardouly, J. y Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Vargas, L. D., Ladino, J. N. y Home, L. (2023) *Motivaciones en mujeres del Centro Estético Viva Spa Villavicencio para realizarse una cirugía plástica estética* [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/items/253f18dd-5aca-4b79-9e08-1b228904e8fd>
- Villalobos, H. P. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas en Psicología*, 41(3), 22-31.
- Walker, C. E., Krumhuber, E. G., Dayan, S. y Furnham, A. (2019). Effects of social media use on desire for cosmetic surgery among young women. *Current Psychology*, 40, 3355–3364. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00282-1>
- Yazdandoost, R., Hayatbini, N., Asgharnejad Farid, A. A., Gharaee, B. y Latifi, N. A. (2016). The body image dissatisfaction and psychological symptoms among invasive and minimally invasive aesthetic surgery patients. *World Journal of Plastic Surgery*, 5(2), 148–153. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5003950>