

Artículo de investigación

# Evidencias de validez de la Escala de Procesamiento Crítico de las Imágenes de Belleza en el contexto argentino

Gisela Matrángolo<sup>1,2</sup> Cecilia Yaccarini<sup>1,2</sup> Mercedes Olivera<sup>2,3</sup>  
Hugo Simkin<sup>2,4</sup>**Correspondencia**

matrangolo.gisela@maimonides.edu

**Filiaciones institucionales**<sup>1</sup>Facultad de Humanidades, Universidad Maimónides (Argentina)<sup>3</sup>Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad de Flores (UFLO, Argentina)<sup>2</sup>Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET, Argentina)<sup>4</sup>Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA, Argentina)**Resumen**

El rol de los medios de comunicación y las redes sociales en la construcción de imágenes idealizadas del cuerpo de la mujer representa una importante área de la investigación actual. Contar con medidas válidas y confiables que permitan profundizar en el conocimiento resulta de amplia relevancia. El objetivo de esta investigación fue aportar evidencias de validez y confiabilidad que respalden el uso de la Escala de Procesamiento Crítico de las Imágenes de Belleza en una muestra no probabilística incidental compuesta por estudiantes universitarios (N=203). Los resultados sugieren propiedades psicométricas aceptables y el análisis factorial confirmatorio permitió observar un buen ajuste al modelo trifactorial sugerido por sus autores. A partir de ello, se sugiere el uso de la escala para investigaciones en muestras mixtas, tanto de mujeres como de varones, esperando que estudios en poblaciones diferentes ofrezcan mayor apoyo empírico al constructo.

**Palabras clave**

validez | propiedades psicométricas | cánones de belleza | cuerpo femenino | medios de comunicación

**Cómo citar**

Matrángolo, G., Yaccarini, C., Olivera, M. y Simkin, H. (2021). Evidencias de validez de la Escala de Procesamiento Crítico de las Imágenes de Belleza en el contexto argentino. *Revista de Psicología*. [HTTPS://DX.DOI.ORG/10.24215/2422572XE133](https://dx.doi.org/10.24215/2422572XE133)

**Proceso editorial**

Recibido	1ra decisión
22 mar. 2021	14 jun. 2021
Aceptado	Publicado
21 oct. 2021	21 oct. 2021

**ISSN**

2422-572X

**Licencia**Licencia de Cultura Libre [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)  
(Compartir - Adaptar - Atribuir)**Entidad editora**

RevPsi es una publicación de la Facultad de Psicología (Universidad Nacional de La Plata, Argentina)

**ACCESO ABIERTO**  
**DIAMANTE**

## Evidência de validade da Escala de Processamento Crítico de Imagens de Beleza no contexto argentino

### Resumo

O papel das mdias e das redes sociais na construção de imagens idealizadas do corpo feminino representa uma importante área de pesquisa atual. Ter medidas válidas e confiáveis que nos permitam aprofundar nossos conhecimentos é altamente relevante. O objetivo desta pesquisa foi fornecer evidências de validade e confiabilidade que suportem a utilização da Escala de Processamento Crítico de Imagens de Beleza em uma amostra incidental não probabilística composta por universitários (N = 203). Os resultados sugerem propriedades psicométricas aceitáveis e a análise fatorial confirmatória nos permitiu observar um bom ajuste ao modelo trifatorial sugerido pelos autores. Com base nisso, sugere-se o uso da escala para pesquisas em amostras mistas, tanto de mulheres quanto de homens, na esperança de que estudos em diferentes populações ofereçam maior suporte empírico para o construto.

### Palavras-chave

validade | propriedades psicométricas | padrões de beleza | corpo feminino | meios de comunicao

## Evidence of validity of the Critical Processing of Beauty Scale in the Argentine context

### Abstract

The role of the media and social networks in the construction of idealized images of the female body represents an important area of current research. Having valid and reliable measures that allow for the deepening of knowledge is highly relevant. The objective of this research was to provide evidence of validity and reliability that supports the use of the Critical Processing Scale of Beauty Images in an incidental non-probabilistic sample composed of university students (N = 203). The results suggest acceptable psychometric properties and the confirmatory factor analysis allowed to observe a good fit to the trifactorial model suggested by the authors. Based on this, the use of the scale is suggested for research in mixed samples, both women and men, hoping that studies in different populations offer greater empirical support for the construct.

### Keywords

validity | psychometric properties | beauty standard | female body | the media

### Aspectos destacados del trabajo

- EPCIB evala el procesamiento crítico sobre las imágenes de belleza ofertadas por medios de comunicación.
- El análisis indica un buen ajuste al modelo trifactorial propuesto por los autores originales de la escala.
- El instrumento fue aplicado en mujeres y en varones indicando un ajuste adecuado del modelo.
- EPCIB posee propiedades psicométricas adecuadas para su utilización en el contexto local.

El cuerpo es fruto de una elaboración social y los atributos en los que debe encajar para ser considerado bello se encuentran conformados, en gran medida, por los ideales corporales y por los estándares de belleza propuestos por cada sociedad (Silva et al., 2018). De acuerdo con la literatura especializada, los medios de comunicación constituyen una de las principales fuentes de influencia en la formación de ideales culturales, entre ellos, el ideal de belleza (Engeln Maddox y Miller, 2008). Las imágenes idealizadas que se transmiten a través de los medios de comunicación ejercen cierta presión sobre las personas para que se ajusten a este modelo, lo que contribuye a incrementar una sensación de insatisfacción con relación al cuerpo propio (Palma et al., 2014; Suárez y Baquero, 2009). Esta insatisfacción puede encontrarse asociada a sentimientos de angustia, baja calidad de vida, síntomas depresivos y baja autoestima, además de otras consecuencias negativas, tanto a nivel físico como psicológico (McLean et al., 2018).

La forma en que los medios influyen en la insatisfacción corporal se basa en dos procesos fundamentales: por un lado, en la internalización de estos ideales, adquiridos como estándares personales a los cuales aspirar y, por otro, en la comparación basada en la apariencia, a través de la cual los individuos se autoevalúan mediante la comparación con los demás (McLean et al., 2018). Cuando la comparación se centra principalmente en la apariencia idealizada brindada por los medios, se generan mayores efectos negativos, asociados a una insatisfacción corporal más elevada (McLean et al., 2013; Tiggemann y Polivy, 2010). Distintos estudios observan, en este sentido, que aquellos pensamientos relacionados con la comparación corporal y la idealización de los cuerpos representados en los medios conllevan a cambios de humor negativos (Anixiadis et al., 2019). A este respecto, Engeln Maddox (2005) refiere que las mujeres que se comparan con las imágenes idealizadas internalizan con más frecuencia los ideales de belleza y delgadez impuestos, lo cual conduce a una menor satisfacción con la propia apariencia. Dicho mecanismo de comparación conduce a que las personas que sienten no poder

adaptarse o alcanzar aquellos patrones internalizados comiencen a percibir mayor insatisfacci3n con su cuerpo (Ortiz Cuquejo et al., 2017). Así, la búsqueda de este ideal resulta algunas veces en el desarrollo de comportamientos riesgosos, como los trastornos de conducta alimentaria (Palma et al., 2014; Suárez y Baquero, 2009; Ucha et al., 2019). Estos son des3rdenes complejos caracterizados por alteraciones conductuales en torno a dos ejes: uno vinculado con la comida y el peso y otro derivado de la relaci3n con uno mismo y con los demás (Urzúa et al., 2009). Estos trastornos se han constituido en una patología emergente, configurándose como la tercera enfermedad cr3nica más frecuente entre adolescentes, después de la obesidad y del asma (Gonzalez et al., 2007).

En Argentina los trastornos relacionados con la conducta alimentaria son una problemática de amplia relevancia, ya que existe una prevalencia de entre el 12% y el 15% de adolescentes diagnosticados con anorexia o con bulimia nerviosa, de los cuales el 90% suele ser mujeres (Quiroga, 2009). Estos trastornos son promovidos entre otras cosas, por la internalizaci3n del ideal de delgadez, la insatisfacci3n corporal y la presi3n percibida para conseguir el cuerpo perfecto (Rohde et al., 2015).

Si bien los medios tradicionales, tales como la televisi3n o las revistas, ejercen cierta influencia sobre la imagen corporal, en la actualidad internet y las redes sociales son las más usadas y las que en mayor medida influyen a los j3venes. Puede considerarse que las redes sociales presentan ciertas características que incentivan la preocupaci3n por la imagen corporal y por la alimentaci3n (Rodgers y Melioli, 2016). La primera característica es que las redes son un medio de comunicaci3n en masa, lo que permite que exista una gran cantidad de contenido asociado a ideales de belleza y de delgadez. La segunda, se trata de un soporte en el que lo visual cobra una relevancia significativa, lo que permite que los usuarios creen perfiles donde se presentan ante otros principalmente a través de fotografías y videos; esto genera que el atractivo visual sea el factor que determinará la popularidad y la interacci3n de la persona en las redes. Por último, existen en internet grupos que favorecen y estimulan conductas de riesgo, como la pérdida y control de peso de maneras poco saludables.

Últimamente, se observa una tendencia creciente a la exposici3n de estereotipos considerados atractivos en los medios masivos, por lo que la utilizaci3n de redes sociales se asocia muchas veces con la preocupaci3n por la imagen corporal y por la alimentaci3n (Fardouly y Vartanian, 2016). Algunos estudios han demostrado la existencia de una relaci3n entre el uso de las redes y una percepci3n insatisfactoria de la imagen corporal, principalmente con el uso de plataformas basadas en fotografías (Fardouly y Vartanian, 2016; Rodgers y Melioli, 2016).

El uso frecuente y prolongado de las redes sociales, principalmente aquellas asociadas a la apariencia, ha sido relacionado con síntomas de depresi3n, ansiedad social y ansiedad por la apariencia (Hawes et al., 2020).

Sin embargo, no debe pensarse que estos ideales se reciben pasivamente, sino que pueden ser seleccionados y procesados activamente, lo cual lleva a considerar a las personas que reciben los contenidos transmitidos por los medios en un papel

analítico y crítico con la posibilidad de rechazar lo establecido en los medios de comunicación (Engeln Maddox y Miller, 2008).

Si bien la exposición a estas imágenes idealizadas genera algunas veces alteración en la satisfacción con la imagen corporal, existen ciertos factores que pueden atenuar los efectos de dichas imágenes (Engeln Maddox, 2005); uno de los más importantes es la capacidad de las personas de criticar o de rechazar las imágenes transmitidas por los medios, entendiendo que no son elementos con los cuales compararse ni establecer metas a alcanzar (Tiggemann y McGill, 2004).

Engeln Maddox y Miller (2008) proponen que ciertas formas de procesar las imágenes provistas por los medios podrían funcionar como factores protectores, mientras que otras podrían resultar en un mayor riesgo para la salud. En un estudio llevado a cabo por estos autores, por un lado, se encontr que aquellos participantes con más probabilidades de acusar estas imágenes de ser dañinas para las mujeres, eran en realidad quienes tenían las puntuaciones más elevadas en insatisfacción y en internalización corporal (Engeln Maddox, 2005). De alguna manera, aquellos que respaldan la idea de que estas imágenes lastiman a las mujeres también serían los más propensos a resultar heridos por ellas. Por otro lado, señalar que las imágenes idealizadas de la belleza son falsas y poco realistas, no presenta relación con las medidas de insatisfacción y de internalización relacionada con la apariencia (Engeln Maddox y Miller, 2008).

Saber que un estándar no es realista no necesariamente disminuye el deseo de emular ese estándar y, por lo tanto, tal vez este tipo de argumentos no representan una poderosa forma de procesamiento crítico. Finalmente, Mc Lean et al. (2013) reportan que respaldar que el ideal de belleza de los medios es demasiado delgado no fue significativamente asociado con la satisfacción relacionada con la apariencia. En tanto sí, se asociaron positivamente con una mayor internalización del ideal representado por deportistas. Quizás aquellos que anhelan un cuerpo atlético/fuerte son probablemente más críticos con el estándar ultradelgado que se ha convertido omnipresente entre modelos y actrices.

Con el objetivo de profundizar en el estudio del vínculo entre el aporte de los medios y la construcción del ideal de belleza, se construyó la Escala de Procesamiento Crítico de Imágenes de Belleza (Engeln Maddox y Miller, 2008). Los autores señalan que la necesidad de elaborar una escala que pudiese medir de manera válida y confiable este constructo, surge a partir de la revisión de los antecedentes que han abordado la problemática exclusivamente a través de métodos cualitativos sin sistematizar (Diaz Soloaga et al., 2009; Sundt y Cucurella, 2010). En este sentido, esta escala se propone como un instrumento válido para recopilar datos acerca de cómo se procesan las imágenes de las mujeres en los medios.

La escala se compone de once ítems agrupados en tres dimensiones denominadas Falsedad (*Fake*), Cuestionamiento (*Questioning*) y Delgadez extrema (*ThinToo*); a estas se suman once ítems adicionales utilizados como distractor. La primera dimensión evalúa la tendencia a criticar las imágenes que los medios de

comunicación presentan sobre las mujeres, considerándolas demasiado perfectas para ser reales, a partir del uso de herramientas digitales de mejora de imagen. La segunda evalúa la tendencia a producir cuestionamientos con respecto al carácter perjudicial y a las conductas negativas que podría promover cierto contenido audiovisual que tiene como eje el cuerpo de la mujer. Mientras que la tercera está ligada al señalamiento de la extrema delgadez de las mujeres que aparecen en el contenido audiovisual y los posibles trastornos de la conducta alimentaria que estos modelos pudieran sufrir.

Si bien en la construcción de la escala se consideró la tendencia al procesamiento crítico exclusivamente en muestra de mujeres (Engeln Maddox y Miller, 2008), se considera que limitar el procesamiento crítico de las imágenes de belleza al género femenino podría incurrir en el sesgo de una problemática que trasciende en su impacto a la sociedad toda (Silva et al., 2018). Desde nuestra perspectiva, el procesamiento acrítico por parte de los varones sobre las imágenes de belleza del cuerpo de la mujer, no haría más que profundizar su impacto.

Durante la construcción de la escala, la versión original del instrumento mostró adecuados valores de consistencia interna ( $.67 \leq \alpha \leq .86$ ) y un excelente ajuste al modelo reportado a partir del análisis factorial confirmatorio ( $CFI=.983$ ;  $RMSEA=.076$ ) compuesto por las tres dimensiones indicadas previamente: falsedad, cuestionamiento y delgadez extrema (Engeln Maddox y Miller, 2008). Su validez convergente y discriminante fue confirmada en relación al Cuestionario de actitudes socioculturales hacia la apariencia 3 (SATAQ-3; Thompson et al., 2004) y el Inventario de trastornos alimentarios 2, subescala de Insatisfacción corporal (EDI 2-BD; Gardner et al., 1983).

A pesar de la utilidad del constructo en el análisis de las problemáticas vinculadas a la imagen corporal y su actualidad en relación con la expansión de las redes sociales, no se han encontrado traducciones del instrumento al idioma español. Por ello, el presente estudio se propone indagar sobre las propiedades psicométricas de la Escala de Procesamiento Crítico de las Imágenes de Belleza, para aportar evidencias de validez y confiabilidad que resulten aceptables de acuerdo con la literatura especializada (Berrio et al., 2019; Jiménez et al., 2019; Zevallos Delzo y Catacora, 2020) para su administración en el contexto local, tanto en mujeres como en varones.

## Método

### Diseño y participantes

En el presente trabajo se utilizó un diseño instrumental (Montero y León, 2007). La muestra de tipo intencional incluyó a 203 estudiantes de la Universidad de Buenos Aires, de la Facultad de Arquitectura y Diseño Urbano (FADU), con edades que oscilaron entre los 19 y los 43 años ( $M = 24,3$   $DE = 4,7$ ), pertenecientes a ambos sexos femenino=136 (67%) y masculino=67 (33%).

## Instrumentos

Escala de Procesamiento Crítico de Imágenes de Belleza (*The Critical Processing of Beauty Images Scale*, CPBIS) (Engeln Maddox y Miller, 2008). La escala se compone de once ítems, divididos en tres dimensiones denominadas Falsedad, compuesta por cinco ítems (e.g., Ella está retocada), Cuestionamiento, conformada por tres ítems (e.g., ¿Por qué esas modelos tienen que tener una apariencia perfecta?), y Delgadez extrema, que contiene tres ítems (e.g., Ella está demasiado delgada para estar saludable). Además, incluye una serie de ítems distractores, once en total (e.g., Imágenes como esas hacen que las mujeres quieran ir de compras). Este último grupo fue incluido con el fin de disminuir la posibilidad de que las respuestas sean sesgadas por la deseabilidad social de ser críticas con esas imágenes. Se destaca que los distractores no se consideran en el artículo original en el análisis factorial confirmatorio, aunque sí se incluyen en el instrumento administrado (Engeln Maddox y Miller, 2008). Este último puntúa mediante una escala Likert, que abarca desde “Nunca” =1 a “Siempre” = 5, la frecuencia con que experimentan dichos razonamientos (ver apéndice). En cuanto a la consigna inicial, se les pidió a los participantes que recuerden imágenes vistas en distintos medios de comunicación tradicionales, como revistas, televisión, campañas publicitarias en las que aparezcan mujeres, para responder a los ítems. La consigna presentada de forma escrita fue: “Cuando ves a una modelo en una revista, en la televisión o en un cartel publicitario, ¿cuán frecuentemente tienes los siguientes pensamientos?”.

Cuestionario de datos sociodemográficos. Se elaboró un cuestionario ad hoc que solicitaba a los participantes consignar la edad y el sexo.

## Procedimiento

Para la adaptación idiomática de la Escala de Procesamiento Crítico de la Imágenes de Belleza se realizó una retrotraducción de la técnica original (González Ruiz y Bolaños Medina, 2016) al español argentino. En la traducción se consideró la conceptualización teórica de cada una de las dimensiones de cada escala, para luego traducir los ítems cuidando especialmente el sentido de cada uno de ellos. Posteriormente se buscaron dos traductores que no estuvieran familiarizados con las escalas con el objetivo de que realizaran una traducción de nuevo al idioma original. Luego, se comparó la versión original en inglés de con su retrotraducción, concluyendo que la nueva versión conserva el contenido original de los ítems en cada uno de los casos.

El estudio se realizó sobre estudiantes de la Universidad de Buenos Aires, en la Facultad de Arquitectura y Diseño Urbano. La participación fue voluntaria y ninguno de los encuestados recibió compensación económica por formar parte en el estudio.

## Aspectos ticos

El proyecto de investigaci3n en el que se enmarca el estudio fue evaluado y aprobado por un comité de tica. Una vez aprobado, los participantes fueron invitados a participar voluntariamente, con su consentimiento informado y con el cumplimiento de los c3digos de conducta tica que establece el Consejo Nacional de Investigaci3n Científica y Técnica (CONICET) (Res. D N 2857/06). Así también se les hizo constar a los encuestados que los resultados serían empleados con fines exclusivamente académico-científicos, de acuerdo con la Ley Nacional 25.326 de Protecci3n de los Datos Personales ([LNPDP], 2000).

## Análisis de datos

En la adaptaci3n al contexto local de la Escala de Procesamiento Crítico de la Imágenes de Belleza, se recurri3 a estadística descriptiva e inferencial, con apoyo del software estadístico SPSS 25 y del programa Lisrel 8.80. Inicialmente, se analiz3 la validez del constructo mediante el empleo de un análisis factorial confirmatorio. Este tipo de análisis permite constatar si los datos recabados en campo se ajustan a la estructura factorial de la técnica y al modelo te3rico propuesto por los autores (Medrano y Muñoz Navarro, 2017). A tal efecto, se emple3 el método de estimaci3n de máxima verosimilitud robusta (Holgado Tello, 2018). Para evaluar la bondad de ajuste del modelo, se consideraron el  $\chi^2$ , el índice de Ajuste Incremental, o *Incremental Fit Index* (IFI), el índice de Ajuste Normado, o *Normed Fit Index* (NFI), el índice de Ajuste No Normado, o *Non-Normed Fit Index* (NNFI), el índice de Ajuste Comparado, o *Comparative Fit Index* (CFI), y el RMSEA, ya que se consideran los indicadores más robustos para estimar modelos factoriales (Bandalos y Finney, 2019; Medrano y Muñoz-Navarro, 2017). Para garantizar un buen ajuste del modelo, se sugieren valores superiores a .90 para el IFI, el NFI, el NNFI, el CFI; mientras que valores de RMSEA en torno a 0.05 son indicadores de buen ajuste, valores en torno a 0.08 muestran un ajuste adecuado (Morata Ramírez et al., 2015).

La confiabilidad de la Escala de Procesamiento Crítico de la Imágenes de Belleza fue analizada a partir de la valoraci3n de consistencia interna, de lo que se obtuvo el coeficiente Alpha de Crombach y el Omega de McDonald, a partir de las recomendaciones de la literatura (Zhang et al., 2016).

## Resultados

Para indagar las propiedades psicométricas de validez de la Escala de Procesamiento Crítico de la Imágenes de Belleza, se realiz3 un análisis factorial confirmatorio mediante una estimaci3n Generalized Least Squares (GLS). En la Tabla 1 puede observarse que el análisis ha contribuido a confirmar que el modelo de tres factores se ajusta a los datos recabados en campo (Hair et al., 2009). Los ndices IFI, NNFI y CFI lograron valores superiores a .90 y el RMSEA en torno a los .07 guarismos considerados como indicadores de un buen ajuste (Green y Yang, 2015; Kline, 2005).



	$\chi^2$	IFI	NNFI	CFI	RMSEA
CPBIS	9296.79	.99	.98	.99	.073

Nota. Se utilizó el modelado de ecuaciones estructurales para el análisis. IFI= ndice de Ajuste Incremental, NNFI= ndice de Ajuste No Normado, CFI= ndice de Ajuste Comparado RMSEA= Error cuadrático medio de aproximación.

Tabla 1. Análisis factorial confirmatorio de la CPBIS. ndices de ajuste

Posteriormente, se evaluó la consistencia interna a partir del estadístico Alpha de Crombach y el Omega de McDonald (Ventura León y Caycho Rodríguez, 2017), por medio de lo cual se obtuvieron guarismos aceptables para las subescalas Falsedad, Cuestionamiento y Delgadez extrema (Martínez Arias et al., 2006) (Tabla 2).

En la Figura 1 puede observarse el modelo de tres factores de la Escala de Procesamiento Crítico de las Imágenes de Belleza propuesta por Engeln Maddox y Miller (2008).

	FALS	CUES	Delg.Ex	Pr. CRIT
$\alpha$	.93	.85	.86	.94
$\Omega$	.88	.62	.79	.92

Nota. FALS= Falsedad, CUES= Cuestionamiento, Delg. Ex.=Delgadez extrema, Pr.CRIT=Procesamiento Crítico de las Imágenes de la belleza.

Tabla 2. Confiabilidad de la CPBIS. Alpha de Crombach y Omega

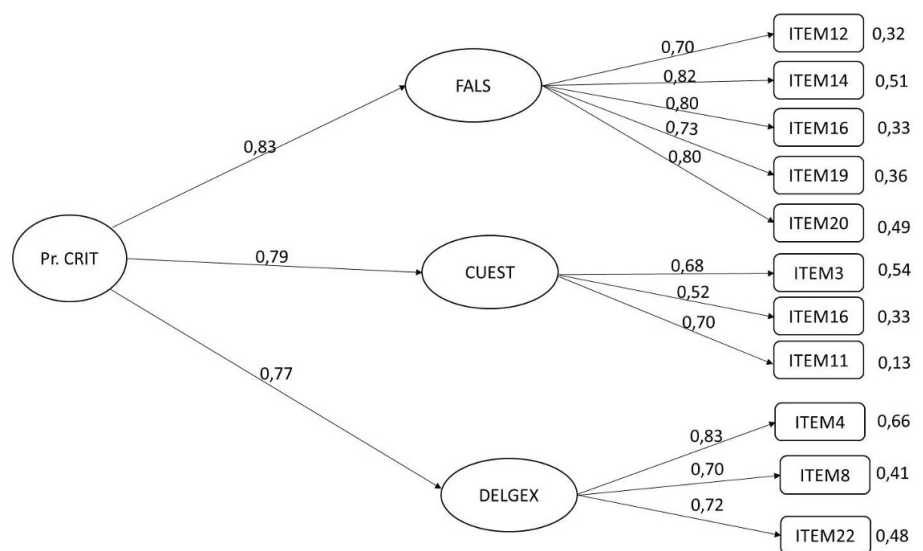


Figura 1. Modelo estructural del CPBI y betas estandarizadas del AFC. Nota: Pr.CRIT=Procesamiento Crítico de las imágenes de Belleza, FALS=Falsedad, CUEST= Cuestionamiento, DELGEX= Delgadez Extrema.

## Discusión y conclusiones

El presente trabajo tuvo como objetivo adaptar la Escala de Procesamiento Crítico de Imágenes de Belleza (CPBIS) para su uso en Argentina, así como indagar en sus propiedades psicométricas de validez. Los once ítems de la versión adaptada son similares a los propuestos por la original. A partir del análisis factorial confirmatorio se puede observar un ajuste adecuado de los datos del modelo de tres factores, al igual que en la escala original (Engeln Maddox y Miller, 2008). En este estudio, tal como en el modelo de tres factores propuesto se observan parámetros estimados e índices de ajuste adecuados.

En cuanto a la confiabilidad, el coeficiente Alpha de Cronbach muestra valores entre .85 y .93, para los subdimensiones del instrumento, y .94, para la escala completa. Mientras que el Omega de McDonald presenta valores entre .62 y .88, para los subdimensiones, y .92, para el total de la escala.

Se concluye que el presente estudio ha contribuido al aportar evidencias de validez y de confiabilidad de un instrumento para evaluar el procesamiento crítico de las imágenes de belleza provistas por los medios, que participa en la construcción de imágenes idealizadas del cuerpo femenino y que podrían afectar la satisfacción corporal (Anixiadis et al., 2019; Tiggemann y Polivy, 2010). Contar con esta herramienta validada para su uso en el contexto local permitirá profundizar en la identificación de aquellos factores que participan en el desarrollo de Insatisfacción corporal y Trastornos de la Conducta Alimentaria.

Se destaca que, a diferencia del estudio original, en este estudio el instrumento fue aplicado, tanto a mujeres como varones, e indicado un ajuste adecuado del modelo propuesto para la Escala de Procesamiento Crítico de la Imágenes de Belleza.

Entre las limitaciones de este estudio se destaca que la población arribada para el análisis se reduce únicamente a residentes de la Provincia de Buenos Aires, a sólo 203 casos. En este sentido, se trata de una muestra de estudiantes universitarios, por lo que se recomienda, para futuros estudios diversificar a distintas poblaciones, con especial atención en personas en tratamiento por trastornos de alimentación. Dado que esta investigación presenta únicamente un estudio de Validez Interna de la Escala de Procesamiento Crítico de las Imágenes de Belleza, futuros trabajos aportarían al presentar estudios de Validez Externa del cuestionario. Para ello se sugiere recurrir a la subescala Insatisfacción corporal del Inventario de los Trastornos de la Conducta Alimentaria (EDI 2-BD: Gardner et al., 1983) vinculada particularmente con la dimensión Cuestionamiento de la EPCIB (Engeln Maddox y Miller, 2008). Asimismo, se recomienda para futuras líneas de investigación la exploración de otras características del sistema de personalidad vinculadas a la insatisfacción corporal y el desarrollo psicopatológico, como por ejemplo la autoestima y el neuroticismo (Simkin et al., 2014).

### Apéndice

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1.Me gustaría tener ropa como esa <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
2.Imágenes como esas hacen que las mujeres quieran ir de compras <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
3.Imágenes como esas hacen que las mujeres sientan que tiene que verse perfectas <sup>b</sup>	1	2	3	4	5
4.Ella debería comer más <sup>c</sup>	1	2	3	4	5
5.Probablemente, ella tenga una vida divertida <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
6. Por qué esas modelos tienen que tener una apariencia perfecta? <sup>b</sup>	1	2	3	4	5
7.Su busto es demasiado grande <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
8.Ella parece desnutrida <sup>c</sup>	1	2	3	4	5
9.Ella es muy vieja <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
10.Me pregunto cómo hará para que su cabello luzca así <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
11.Imágenes como esa hacen que las mujeres se sientan mal consigo mismas <sup>b</sup>	1	2	3	4	5
12.Nadie luce así sin retoques de computadora <sup>a</sup>	1	2	3	4	5
13.Me pregunto cómo será su vida <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
14.Ella está retocada <sup>a</sup>	1	2	3	4	5
15.Me gusta su ropa <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
16.Probablemente usan un retoque de computadora para hacer que ella se vea así <sup>a</sup>	1	2	3	4	5
17.Ella debería cambiar su peinado <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
18.Ella tiene lindos ojos <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
19.Ese tipo de perfección no es real <sup>a</sup>	1	2	3	4	5
20.Se necesitan muchos trucos de cámara para hacer que alguien luzca tan bien <sup>a</sup>	1	2	3	4	5
21. Me pregunto cuánto dinero ganar <sup>d</sup>	1	2	3	4	5
22. Ella está demasiado delgada para estar saludable <sup>c</sup>	1	2	3	4	5

Nota. <sup>a</sup>Dimensión Falsedad; <sup>b</sup>Dimensión Cuestionamiento; <sup>c</sup>Dimensión Delgadez extrema; <sup>d</sup>Distractores.

Tabla 3. tems de la Escala de Procesamiento Crítico de Imágenes de Belleza adaptada al contexto argentino

## Referencias

- Anixiadis, F., Wertheim, E. H., Rodgers, R. y Caruana, B. (2019). Effects of thin-ideal Instagram images: The roles of appearance comparisons, internalization of the thin ideal and critical media processing. *Body Image*, 31, 181–190. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.BODYIM.2019.10.005](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.10.005)
- Bandalos, D. L. y Finney, S. J. (2019). Factor analysis: Exploratory and confirmatory. En Hancock, G., Stapleton, L. y Mueller, R. (Eds.), *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences* (pp. 98-122). Routledge.
- Berrio, D. Á., Jaime, E. P. y Rojas, M. M. (2019). Escala de adicción al internet de Lima (EAIL): análisis psicométrico. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 11(3 SE-Artículos), 103-111. [HTTPS://DOI.ORG/10.33881/2027-1786.RIP.11309](https://doi.org/10.33881/2027-1786.RIP.11309)
- Díaz Soloaga, P., Muñiz, C. y Cáceres Zapatero, D. (2009). Consumo de revistas de moda y efectos en la auto percepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la tercera persona. *Comunicación y Sociedad*, 22(2), 221-242. [HTTPS://DOI.ORG/10.15581/003.22.2.221-242](https://doi.org/10.15581/003.22.2.221-242)
- Engeln Maddox, R. (2005). Cognitive responses to idealized media images of women: The relationship of social comparison and critical processing to body image disturbance in college women. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(8), 1114–1138. [HTTPS://DOI.ORG/10.1521/JSCP.2005.24.8.1114](https://doi.org/10.1521/JSCP.2005.24.8.1114)
- Engeln Maddox, R. y Miller, S. A. (2008). Talking back to the media ideal: The development and validation of the critical processing of beauty images scale. *Psychology of Women Quarterly*, 32(2), 159–171. [HTTPS://DOI.ORG/10.1111/J.1471-6402.2008.00420.X](https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2008.00420.x)
- Fardouly, J. y Vartanian, L. R. (2016). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82–88. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.COPSYC.2015.09.005](https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005)
- Garner, D., Olmstead, M. y Polivy, J. (1983). Development and validation of a multidimensional eating disorder inventory for anorexia nervosa and bulimia. *International Journal of Eating Disorders*, 2, 15–34.
- Gonzalez, A., Clarke, S. y Kohn, M. (2007). Eating disorders in adolescents. *Australian Family Physician*, 36(8), 614-619.
- González Ruiz, A. y Bolaños Medina, V. (2016). Deconstructing the translation of psychological tests. *Erudit*, 57, 715–739. [HTTPS://DOI.ORG/10.7202/1017088AR](https://doi.org/10.7202/1017088AR)
- Green, S. B. y Yang, Y. (2015). Evaluation of dimensionality in the assessment of internal consistency reliability: Coefficient alpha and omega coefficients. *Educational Measurement: Issues and Practice*, 34(4), 14–20.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. y Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Hawes, T., Zimmer-Gembeck, M. y Campbell, S. (2020). Unique associations of social media use and online appearance preoccupation with depression, anxiety, and appearance rejection sensitivity. *Body Image*, 33, 66–76. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.BODYIM.2020.02.010](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.010)
- Holgado Tello, F. P. (2018). Confirmatory factor analysis of ordinal variables: A simulation study comparing the main estimation methods. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 36(3), 601–617. [HT T P S : / / D X . D O I . O R G / 1 0 . 1 2 8 0 4 / REVISTAS.UROSARIO.EDU.CO/APL/A.4932](https://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.4932)
- Jiménez, J. S. F. G., Vázquez Briones, M. P. y Rodríguez Briones, J. N. (2019). Propiedades psicométricas de la escala de violencia psicológica en la pareja. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 12(1), 89–100. [HTTPS://DOI.ORG/10.33881/2027-1786.RIP.12108](https://doi.org/10.33881/2027-1786.RIP.12108)
- Kline, R. B. (2005). *Structural equation modeling*. The Guilford Press.
- Ley Nacional de Protección de los Datos Personales N° 25.326, República Argentina (2000). [https://WWW.ARGENTINA.GOB.AR/NORMATIVA/NACIONAL/LEY-25326-64790](https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25326-64790)
- Martínez Arias, M. del R., Hernández, M. V. y Lloreda, M. J. H. (2006). *Psicometría*. Alianza.
- McLean, S.A., Paxton, S. J. y Wertheim, E. H. (2013). Mediators of the relationship between media literacy and body dissatisfaction in early adolescent girls: Implications for prevention. *Body Image*, 10(3), 282–289. [HTTPS://DOI.ORG/10.1016/J.BODYIM.2013.01.009](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.01.009)
- McLean, Sián A., Wertheim, E. H. y Paxton, S. J. (2018). Critical processing of idealized beauty images. *The International Encyclopedia of Media Literacy*, 1–15. [HTTPS://DOI.ORG/10.1002/9781118978238.IEMLO044](https://doi.org/10.1002/9781118978238.IEMLO044)
- Medrano, L. A. y Muñoz- Navarro, R. (2017). Conceptual and practical approach to structural equations modeling. *Revista Digital en Investigación en Docencia Universitaria*, 11(1), 213–233. [HTTPS://DX.DOI.ORG/10.19083/RIDU.11.486](https://dx.doi.org/10.19083/RIDU.11.486)

- Montero, I. y León, O. G. (2007). A guide for naming research studies in psychology 1. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7(3), 847–862.
- Morata Ramírez, M. A., Holgado Tello, F., Barbero García, I. y Méndez, G. (2015). Confirmatory factor analysis. Recommendations for unweighted least squares method related to chi-square and RMSEA. *Acción Psicológica*, 12(1), 79–90. [HTTPS://DOI.ORG/10.5944/AP.12.1.14362](https://doi.org/10.5944/AP.12.1.14362)
- Ortiz Cuquejo, L., Aguiar, C., Samudio Domínguez, G. y Troche Hermosilla, A. (2017). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes: ¿una patología en auge? *Pediatría*, 4, 37–42. [HTTPS://DOI.ORG/10.18004/PED.2017.ABRIL.37-42](https://doi.org/10.18004/PED.2017.ABRIL.37-42)
- Palma, Y. A., Botton, A., Piason, A. da S., Guareschi, P. y Strey, M. N. (2014). Género, representaciones sociales e ideología: un análisis de las revistas Women's health y Men's health en Brasil. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 7(2 SE-Artículos). [HTTPS://DOI.ORG/10.33881/2027-1786.RIP.7210](https://doi.org/10.33881/2027-1786.RIP.7210)
- Quiroga, S. (2009). Prevalencia e incidencia en la actualidad: trastornos de la conducta alimentaria. *Encrucijadas*, 46, s/p.
- Rodgers, R. y Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. *Adolescent Research Review*, 1, 95–119. [HTTPS://DOI.ORG/10.1007/s40894-015-0016-6](https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6)
- Rohde, P., Stice, E. y Marti, C. N. (2015). Development and predictive effects of eating disorder risk factors during adolescence: Implications for prevention efforts. *International Journal of Eating Disorders*, 48(2), 187–198. [HTTPS://DOI.ORG/10.1002/EAT.22270](https://doi.org/10.1002/EAT.22270)
- Silva, A. F., Lima, T. F., Japur, C. C., Gracia-Arnaiz, M. y Penaforte, F. R. (2018). “A magreza como normal, o normal como gordo”: reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. *Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde No Contexto Social*, 6(4), 808–813. [HTTPS://DOI.ORG/10.18554/REFACS.V6I4.3296](https://doi.org/10.18554/REFACS.V6I4.3296)
- Simkin, H., Azzollini, S. y Voloschin, C. (2014). Autoestima y problemáticas psicosociales en la infancia, adolescencia y juventud. *{PSOCIAL}*, 1(1).
- Suárez, A. S. y Baquero, L. Q. (2009). Perspectivas de estudio de la conducta alimentaria. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 2(2), 7–15. [HTTPS://DOI.ORG/10.33881/2027-1786.RIP.2201](https://doi.org/10.33881/2027-1786.RIP.2201)
- Sundt, M. y Cucurella, M. (2010). Influjos de las imágenes femeninas presentadas por los medios de comunicación sobre el desarrollo adolescente. *Mercurio Peruano*, 523, 69–80.
- Thompson, J., Van Den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. y Heinberg, L. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance scale-3 (SATAQ-3): Development and validation. *International Journal of Eating Disorders*, 35(3), 293–304.
- Tiggemann, M. y McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 23–44. [HTTPS://DOI.ORG/10.1521/JSCP.23.1.23.26991](https://doi.org/10.1521/JSCP.23.1.23.26991)
- Tiggemann, M. y Polivy, J. (2010). Upward and downward: Social comparison processing of thin idealized media images. *Psychology of Women Quarterly*, 34(3), 356–364. [HTTPS://DOI.ORG/10.1111/j.1471-6402.2010.01581.x](https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01581.x)
- Uchôa, F. N., Uchôa, N. M., Daniele, T. M., Lustosa, R. P., Garrido, N. D., Deana, N. F. y Alves, N. (2019). Influence of the mass media and body dissatisfaction on the risk in adolescents of developing eating disorders. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1508. [HTTPS://DOI.ORG/10.3390/ijerph16091508](https://doi.org/10.3390/ijerph16091508)
- Urzúa, A., Castro, S., Lillo, A. y Leal, C. (2009). Evaluación de los trastornos alimentarios: propiedades psicométricas del test EDI-2 en adolescentes escolarizados (as) de 13 a 18 años. *Revista Chilena de Nutrición*, 36(4), 1063–1073. [HT TP://DX.D OI.ORG/10.4067/S0717-75182009000400002](http://dx.doi.org/10.4067/s0717-75182009000400002)
- Ventura León, J. L. y Caycho Rodríguez, T. (2017). El coeficiente omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 625–627.
- Zhang, F., Yuan, N., Lian, D., Xie, X. y Ma, W. (2016). Collaborative knowledge base embedding for recommender systems. *KDD*, 16, 353–362. [HTTPS://DOI.ORG/10.1145/2939672.2939673](https://doi.org/10.1145/2939672.2939673)
- Zevallos Delzo, C. y Catacora, M. (2020). Questionnaire-4 for Peruvian population. *Revista Chilena de Neuropsiquiatría*, 58(1), 16–28. [HTTPS://DOI.ORG/10.4067/S0717-92272020000100016](https://doi.org/10.4067/s0717-92272020000100016)